

ANALISIS DAYA SAING PARIWISATA PROVINSI LAMPUNG

(Skripsi)

Oleh

**DERRY PUTRO ADJI
NPM 1611021067**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2022**

ABSTRACT

ANALYSIS OF LAMPUNG PROVINCE TOURISM COMPETITIVENESS

By

Derry Putro Adji

The tourism sector is one of the strategic sectors in increasing local revenue (PAD). Revenue from tourism activities has a contribution to employment, encouraging opportunities in the tourism sub-sector. Lampung Province, which is one of the areas that has high selling value tourism potential, needs to identify a tourism competitiveness index and how it stands when compared to other adjacent areas. In this study, the measurement of the competitiveness of the tourism industry can use the competitiveness variable using eight indicators used by the 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 Social Development Indicator (SDI). This study uses secondary data. The analytical method used in this study is the tourism competitiveness index. The results of the analysis show that the competitiveness of tourism in the eight variable indicators shows the value of being uncompetitive.

Keyword: Competitiveness, Tourism, Tourism Index, Composite Index, Tourism Competitiveness Index

ABSTRAK

ANALISIS DAYA SAING PARIWISATA PROVINSI LAMPUNG

Oleh

Derry Putro Adji

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. Provinsi Lampung yang merupakan salah satu daerah yang mempunyai potensi pariwisata bernilai jual tinggi perlu mengidentifikasi indeks daya saing pariwisata lalu bagaimana kedudukannya jika dibandingkan dengan daerah lain yang berdekatan. 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), *Openness 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 menunjukkan nilai tidak berdaya saing.

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

ANALISIS DAYA SAING PARIWISATA PROVINSI LAMPUNG

Oleh

DERRY PUTRO ADJI

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
2022**

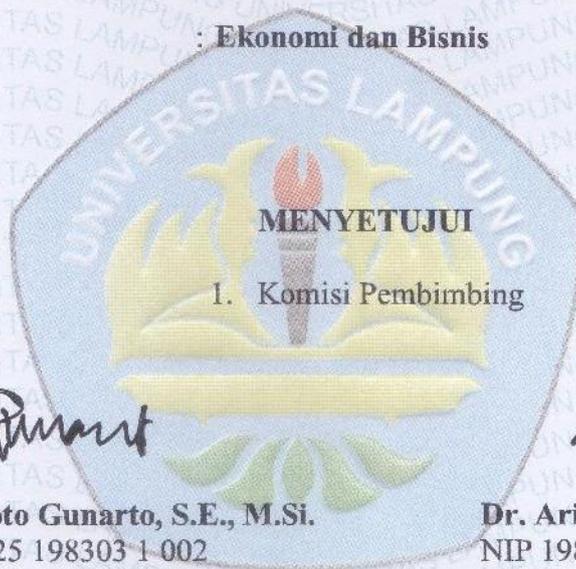
Judul Skripsi : **ANALISIS DAYA SAING PARIWISATA
PROVINSI LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : **Derry Putro Afji**

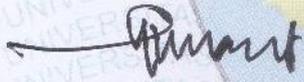
Nomor Induk Mahasiswa : **1611021067**

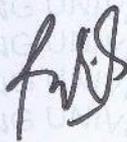
Program Studi : **Ekonomi Pembangunan**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis**



1. **Komisi Pembimbing**


Prof. Dr. Toto Gunarto, S.E., M.Si.
NIP 19560325 198303 1 002


Dr. Arivina Ratih, S.E., M.M.
NIP 19800705 200604 2 002

MENGETAHUI

2. **Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan**


Dr. Neli Aida, S.E., M.Si.
NIP 19631215 198903 2 002

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

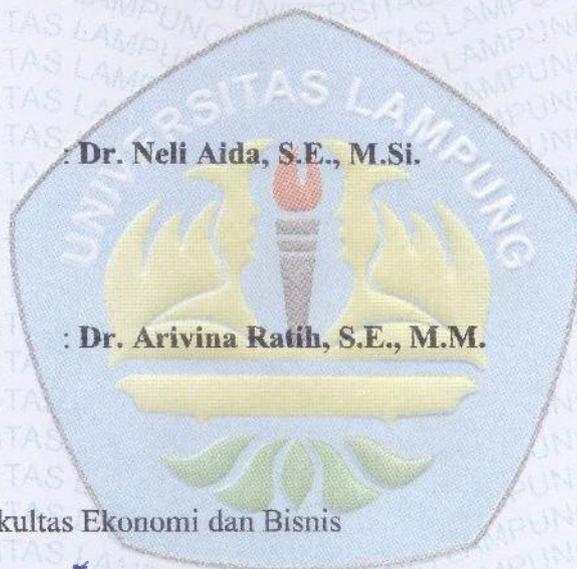
Ketua : **Prof. Dr. Toto Gunarto, S.E., M.Si.**



Penguji I : **Dr. Neli Aida, S.E., M.Si.**



Penguji II : **Dr. Arivina Ratih, S.E., M.M.**



2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Nairobi, S.E., M.Si.
NIP 19660621 199003 1 003

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **11 Februari 2022**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISM

“Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis sungguh-sungguh dan tidak merupakan penjiplakan hasil karya orang lain, apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi yang berlaku

Bandar Lampung, 11 Februari 2022



Derry Putro Adji
NPM. 1611021067

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Derry Putro Adji lahir di Rejo Agung pada tanggal 28 Oktober 1998. Penulis merupakan putra ketiga dari tiga bersaudara, dari pasangan Bapak Suranto dan Ibu Muji Rahayu.

Penulis memulai pendidikan di SD 2 Tanjung Agung pada tahun 2004, selanjutnya penulis meneruskan pendidikan di SMP N 1 Katibung pada tahun 2010, kemudian penulis melanjutkan pendidikan di SMA Al-Kautsar Bandar Lampung pada tahun 2013.

Pada tahun 2016, penulis terdaftar sebagai mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung jurusan Ekonomi Pembangunan melalui jalur SBMPTN. Selama menjadi mahasiswa, penulis terdaftar sebagai anggota aktif HIMEPA (Himpunan Mahasiswa Ekonomi Pembangunan) FEB Unila. Penulis juga sempat diamanahkan untuk menjadi pengurus HIMEPA sebagai Ketua Umum periode 2018-2019.

Selain itu penulis aktif dalam organisasi perkaderan yaitu Himpunan Mahasiswa Islam sejak Desember 2016 sebagai anggota biasa. Pada Oktober 2019. Penulis melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Sukamaju, Kecamatan Abung Tinggi, Kabupaten Lampung Utara selama 40 hari.

MOTTO

“Karena sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah : 6)

“Masa depan tidak datang dengan menyalah-nyalahkan masa lalu”

(Rocky Gerung)

“Ilmu Amaliah, Amal Ilmiah”

(Himpunan Mahasiswa Islam)

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 Suranto dan Ibu Muji Rahayu 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 karya kecil ini kupersembahkan juga untuk Almamater tercinta Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

SANWACANA

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Daya Saing Pariwisata Provinsi Lampung”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, dukungan, dan bantuan selama proses penyusunan dan penyelesaian skripsi ini. Secara khusus, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Nairobi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Ibu Dr. Neli Aida, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung sekaligus menjadi Dosen Penguji Utama yang telah memberikan masukan, nasihat, saran-saran yang membangun serta diskusi yang bermanfaat mengenai pengetahuan untuk penyempurnaan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Heru Wahyudi, S.E., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
4. Bapak Prof. Toto Gunarto, S.E., M.Si. dan Ibu Dr. Arivina Ratih, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Utama dan Sekretaris Pembimbing atas waktu, bimbingan, saran, pengalaman, dan nasihat yang telah diberikan dengan penuh kesabaran selama proses penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu Emi Maimunah, S.E., M.Si. atas segala bantuannya dalam menyelesaikan proses belajar.

6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Karyawan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah memberikan ilmu, pembelajaran, bantuan, dan pelayanan terbaik selama penulis menyelesaikan pendidikan di Universitas Lampung.
7. Orang tuaku, Bapak Suranto dan Mamak Muji Rahayu tercinta. Terima kasih, tiada kata-kata yang dapat menggambarkan betapa beruntung dan bangganya penulis memiliki orang tua sepertimu yang tak pernah meninggalkanku, selalu mendukungku dan do'a yang tiada henti, serta atas perjuangan dan pengorbanan yang telah engkau berikan untukku.
8. Mbah Kakung Bajuri (Alm) dan Mbah Uti Sumirah, Terima kasih atas dukungan, doa, motivasi yang telah engkau berikan. Maaf bila cucu mu sering mengecewakan. Semoga mbah kakung tenang di Surga-Nya. Aamiin
9. Kakak-kakakku, Mas Renol Prasetyo sekeluarga, Mbak Wiwik Nur Afni sekeluarga Terima kasih telah memberikan dukungan, semangat dan motivasi serta nasihat untuk menjadi sosok yang lebih baik.
10. Keponakan-keponakanku Hania, Fariz, Syahnaz, dan Oka. Terimakasih telah menjadi penghibur di kala penulis sedang penat.
11. Endang Riyani, Terima kasih selalu setia disisi saya melalui pasang surut saya. Terima kasih atas dukungan Anda yang tiada henti, kesabaran, dan kebaikan. Dukungan Anda telah membuat saya menjadi orang yang lebih kuat dan saya akan bersyukur selamanya.
12. Keluarga besar HIMEPA FEB UNILA Yoseva, Ratu, Arif, Ata, Agung, terimakasih telah menemani penulis selama menjabat menjadi Ketua Umum.
13. Keluarga Besar HMI Komisariat Ekonomi Unila, Terima kasih atas waktu, kebersamaan, kesenangan, kesedihan, perjuangan, dan kebaikan yang tak mungkin dapat dilupakan.
14. Abang-abang Belajar Mengaji Bang Aji, Bang Sule, Khanjeng Feri dan Bang Hafez. Terimakasih atas motivasi dan dukungan serta nasihatnya.
15. Teman-teman Praduga Risiko, Agung, Aldi, Rino, Kipli, Saka, Ical, Septri Butoy dan lain-lain yang tidak bisa disebutkan satu-persatu. Terima kasih canda, tawa, bahagia, motivasi dan ke-anu-an yang telah kalian berikan.

16. Untuk almamater tercinta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung dan semua pihak yang tidak dapat sebutkan satu persatu, penulis mengucapkan banyak terima kasih.

17. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off I wanna thank me for, for never quitting.*

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, akan tetapi penulis berharap semoga karya sederhana ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Bandar Lampung, April 2022

Derry Putro Adji
NPM. 1611021067

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	14
II. TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Teori Daya Saing	15
2.2 Pariwisata.....	19
2.3 Industri Pariwisata	19
2.4 Daya Saing Pariwisata	21
2.5 <i>Competitiveness Monitor</i>	22
2.6 Pariwisata dari Sisi Permintaan dan Sisi Penawaran	23
2.7 Prasarana dan Sarana Wisata	25
2.8 Kontribusi Pariwisata Terhadap Perekonomian.....	26
2.9 Penelitian Empiris	28
2.10 Kerangka Konseptual.....	29
III. METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Jenis Penelitian.....	32
3.2 Jenis Data dan Sumber Data	32
3.3 Batasan Operasional.....	32

3.4 Definisi Operasional	33
3.5 Variabel dan Pengukuran	34
3.6 Metode Analisis Data.....	37
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	40
4.1.1 Letak dan Geografis Provinsi Lampung.....	40
4.1.2 Demografi.....	41
4.1.3 Kondisi Perekonomian Provinsi Lampung.....	42
4.1.4 Gambaran Pariwisata Provinsi Lampung	46
4.1.4.1 Sejarah Singkat Pariwisata Provinsi Lampung.....	46
4.1.4.2 Potensi Pariwisata Provinsi Lampung	47
4.2 Analisis Data dan Pembahasan	47
4.2.1 Indikator Daya Saing Pariwisata Provinsi Lampung.....	48
4.2.2 Indikator Daya Saing Pariwisata Provinsi Banten.....	51
4.2.3 Indikator Daya Saing Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan	53
4.2.4 Indeks Pariwisata.....	54
4.2.5 Indeks Komposit.....	56
4.2.6 Indeks Daya Saing Pariwisata	57
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Data kunjungan Wisatawan ke Provinsi Lampung Tahun 2015-2020	3
2. Jumlah Hotel Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Lampung 2015-2019	5
3. Komposisi jumlah wisatawan yang berkunjung ke Provinsi Banten.....	11
4. Perusahaan Kelompok Industri Pariwisata.....	21
5. Penelitian Terdahulu	28
6. Parameter, Sumber Data dan Kegunaan.....	34
7. Skala Daya Saing	39
8. Jumlah penduduk menurut Kabupaten/Kota Tahun 2010-2019	42
9. Perkembangan Indikator Daya Saing Pariwisata Provinsi Lampung 2015-2019	48
10. Perkembangan Indikator Daya Saing Pariwisata Provinsi Banten 2015-2019	51
11. Perkembangan Indikator Daya Saing Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan 2015-2019	53
12. Indeks Pariwisata per Provinsi Tahun 2015-2019	54
13. Hasil Perhitungan Indeks Komposit Provinsi Lampung, Banten dan Sumatera Selatan.....	56
14. Hasil Indeks Daya Saing Pariwisata Provinsi Lampung, Banten dan Sumatera Selatan.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Wisatawan yang Menginap di Hotel Provinsi Lampung, 2015-2019.	6
2. Tingkat Pemakaian Tempat Tidur Hotel Provinsi Lampung (Persen) 2018-2019	7
3. Lama Menginap Wisatawan di Hotel Provinsi Lampung (Hari) 2018-2019	8
4. Tingkat Pemakaian Tempat Tidur Hotel Provinsi Sumatera Selatan (Persen) 2017-2019	10
5. Komposisi Tamu Hotel di Banten Tahun 2018.....	11
6. Kerangka Konseptual.	31
7. PDRB Per Kapita Provinsi Lampung, 2015-2019	44
8. Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap PDRB Provinsi Lampung 2016-2020	45

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata adalah sektor jasa yang menjadi salah satu penyumbang pendapatan suatu wilayah. Dilihat dari sudut ekonomi, sedikitnya ada 8 keuntungan pengembangan pariwisata yaitu : (1) peningkatan kesempatan berusaha, (2) kesempatan kerja, (3) peningkatan penerimaan pajak, (4) peningkatan pendapatan nasional, (5) percepatan proses pemerataan pendapatan, (6) meningkatkan nilai tambah produk hasil kebudayaan, (7) memperluas pasar produk dalam negeri dan (8) memberikan dampak *multiplier effect* dalam perekonomian sebagai akibat pengeluaran wisatawan, para investor, maupun perdagangan luar negeri (Yoety, 2008).

Hal ini juga dijelaskan oleh berbagai organisasi internasional antara lain PBB, Bank Dunia dan *World Tourism Organization (WTO)*, telah mengakui bahwa industri pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia terutama meyangkut kegiatan sosial dan ekonomi. Sehingga berkaitan dengan kehidupan manusia yang serba ingin tahu mengenai sesuatu. Hal tersebut merupakan salah satu upaya pemerintah untuk meningkatkan penerimaan daerah, yaitu dengan mengoptimalkan potensi dalam industri pariwisata.

Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat kunjungan wisman ke Indonesia melalui seluruh pintu masuk tahun 2020 berjumlah 4.052.923 kunjungan atau mengalami penurunan sebesar 74,84% dibandingkan tahun 2019 yang berjumlah 16.108.600 kunjungan. Kunjungan wisman pada 3 (tiga) pintu besar dari 26 pintu masuk utama tahun 2020 dibandingkan bulan Desember 2019, yaitu: Ngurah Rai mengalami penurunan sebesar 83,02%; Soekarno-Hatta mengalami penurunan

sebesar 82,01%; serta Batam mengalami penurunan sebesar 84,84%. Berdasarkan kebangsaan, jumlah kunjungan wisman tahun 2020 di seluruh pintu masuk tercatat jumlah kunjungan tertinggi, yaitu: Timor Leste sejumlah 994.590 kunjungan, Malaysia sejumlah 980.118 kunjungan, Singapura sejumlah 280.492 kunjungan, Australian 256.291 kunjungan, dan Tiongkok sejumlah 239.768 kunjungan.

Provinsi Lampung memiliki areal seluas 35.288,35 Km² termasuk 160 pulau yang terletak pada bagian paling ujung Tenggara Pulau Sumatera. Secara geografis Provinsi Lampung terletak pada : 1030 40' – 1050 50' Bujur Timur; serta antara : 60 45' – 30 45' Lintang Selatan. Sebagian besar lahan di Provinsi Lampung merupakan kawasan hutan yaitu mencapai 833.847 Ha atau 25,26%. Selain itu merupakan daerah perkebunan (20,92%); tegalan ladang (20,50%); daerah pertanian dan perumahan.

Provinsi Lampung merupakan salah satu provinsi dengan potensi pariwisata cukup besar. Kepariwisataannya di Provinsi Lampung diharapkan mampu menjadi sumber kekuatan pembangunan yang dapat diandalkan sebagai sumber pemasukan devisa yang cukup memadai. Provinsi yang terletak di ujung selatan Pulau Sumatera ini memiliki daerah sangat luas dengan objek wisata cukup banyak dan beragam yang tersebar di beberapa kabupaten/kota.

Provinsi Lampung, walaupun tidak masuk 10 Destinasi Pariwisata Prioritas (DPP), tetapi sangat prospektif berkembang menjadi destinasi pariwisata yang penting dalam skala regional (Sumatera), Nasional bahkan Internasional, hal ini karena posisi geostrategis Provinsi Lampung yang sangat menguntungkan dari berbagai aspek dan membaiknya akses menuju Lampung baik darat, laut maupun udara. Perkembangan kepariwisataan Provinsi Lampung dari sisi *demand* (permintaan) dan *supply* (penawaran) terus meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Dari sisi *supply*, potensi objek wisata yang siap jual juga berkembang, mulai dari objek wisata alam seperti: bahari, pegunungan, special interest maupun petualangan (seperti: di Krakatau, Pahawang, Teluk Kiluan, Taman Nasional Way Kambas, TNBBS dan surfing di Tanjung Setia), wisata budaya (pandangan hidup,

adat istiadat), wisata sejarah sampai buatan manusia (seperti: *Theme Park*) di kawasan perkotaan.

Tabel 1. Data kunjungan Wisatawan ke Provinsi Lampung Tahun 2015-2020

Tahun	Wisatawan		Total
	Nusantara	Mancanegara	
2015	5.530.803	95.528	5.626.331
2016	7.381.774	155.053	7.536.827
2017	11.395.827	245.372	11.641.199
2018	13.101.371	274.742	13.376.113
2019	10.445.855	298.063	10.743.918
2020	2.548.394	1.531	2.549.925

Sumber: Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung Tahun, 2020

Data pada tabel diatas menunjukkan tingkat kunjungan wisatawan di Provinsi Lampung dalam 5 tahun terakhir mengalami peningkatan baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara terkecuali pada tahun 2020 penurunan kunjungan wisatawan yang sangat drastis disebabkan oleh adanya pandemi Covid-19 dan pemberlakuan pembatasan sosial oleh pemerintah. Hal ini menunjukkan bahwa pemerintah menaruh perhatian yang khusus dalam pengelolaan potensi wisata yang ada.

Jenis objek wisata yang dapat dikunjungi di Provinsi Lampung antara lain wisata bahari seperti pantai yang banyak terdapat di kawasan pesisir Kabupaten Lampung Selatan, Kabupaten Pesisir Barat, Kabupaten Tanggamus (Teluk Kiluan), Kabupaten Pesawaran dan Kota Bandar Lampung (Pantai Pasir Putih). Selain itu objek wisata pegunungan dapat ditemui di Kota Bandar Lampung, Kabupaten Lampung Barat, Taman Nasional Way Kambas di Kabupaten Lampung Timur, dan Gunung Krakatau di Kabupaten Lampung Selatan. Ada juga wisata sejarah Museum Lampung di Kota Bandar Lampung dan wisata budaya di beberapa kampung tua di Sukau, Liwa, Kembahang, Batu Brak, Ranau dan Krui di Kabupaten Lampung Barat. Objek-objek wisata tersebut apabila dikembangkan akan berdampak pada meningkatnya jumlah wisatawan datang berkunjung.

Sesuai dengan amanah RPJMD 2019-2024 dalam misi ke-5 agenda kerja nomor 27 yang berbunyi: “Lampung sebagai salah satu tujuan utama wisata Indonesia. Upaya mempercepat pembangunan kepariwisataan dengan:

- a. Mengembangkan daerah-daerah tujuan wisata unggulan di Lampung
- b. Menjadikan Lampung sebagai salah satu Pusat Agrowisata dan Ekowisata Indonesia
- c. Mempercepat pembangunan infrastruktur untuk mendukung pengembangan pariwisata
- d. Mempercepat pengembangan Lapangan Terbang Taufik Kiemas Pekon Seray, Pesisir Tengah (Krui)

Berkembangnya kegiatan pariwisata ini penting untuk diimbangi dengan penyediaan akomodasi bagi wisatawan. Jika tidak, maka upaya mengembangkan sektor pariwisata akan terhambat. Upaya pembangunan bidang kepariwisataan perlu terus mendapat perhatian pemerintah untuk menggiatkan partisipasi masyarakat. Berbagai faktor mempengaruhi keberhasilan upaya ini seperti kondisi keamanan, sarana dan prasarana wisata, juga dipengaruhi oleh kondusifnya perekonomian global.

Kondisi yang tidak kondusif secara langsung akan berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan masuk, baik wisatawan dalam negeri (wisatawan nusantara) maupun wisatawan dari luar negeri (wisatawan manca negara). Perkembangan pariwisata dapat tergambar dari data jumlah kunjungan wisatawan yang datang menginap di hotel, tingkat penghunian kamar hotel, serta rata-rata lama menginap.

Sebagai salah satu provinsi dengan potensi pariwisata cukup besar. Kepariwisataan di Provinsi Lampung diharap mampu menjadi sumber kekuatan pembangunan yang dapat diandalkan sebagai sumber pemasukan devisa yang cukup memadai. Provinsi Lampung adalah daerah paling ujung bagian timur dari pulau Sumatera yang memiliki daerah sangat luas dengan objek wisata cukup banyak dan beragam, tersebar di beberapa kabupaten/kota.

Kontribusi sektor pariwisata (perdagangan, hotel dan restoran) dalam PDRB Provinsi Lampung dalam beberapa tahun terakhir adalah terbesar kedua setelah sektor pertanian. Pada tahun 2007, nilai sumbangan terbesar adalah dari sektor pertanian sebesar Rp 22.732.965,82 juta (37,31%), selanjutnya sumbangan kedua dari sektor perdagangan, hotel dan restoran sebesar Rp 8.714.733,36 juta (14,03 %) dan ketiga adalah industri pengolahan sebesar Rp 8.313.987,95 juta (13,65 %).

Beberapa tahun terakhir kontribusi sektor pariwisata dalam PDRB agak sulit dihitung secara menyeluruh seperti sebelumnya di sektor perdagangan, hotel dan restoran. Saat ini hanya ada sektor akomodasi dan makan minum, padahal pariwisata juga ada pada sektor transportasi dan perdagangan.

Provinsi Lampung kondisi Juli 2020 tercatat memiliki usaha/jasa akomodasi lainnya mencapai 372 perusahaan/usaha jasa akomodasi yang tersebar di 15 Kabupaten/Kota. Menurut data dari PHRI rinciannya adalah 24 perusahaan/usaha jasa akomodasi merupakan hotel berbintang dan 348 perusahaan/usaha jasa akomodasi merupakan hotel non berbintang/usaha akomodasi lainnya. Hotel berbintang masih relative sedikit jika dibandingkan dengan hotel non bintang. Hotel berbintang sebagian besar berada di Kota Bandar Lampung dan ada 1 hotel bintang yang berada di Kabupaten Lampung Selatan, Kabupaten Lampung Tengah dan Kabupaten Pringsewu, selebihnya terdiri dari hotel non bintang/melati, Pondok Wisata (home stay), dan jasa akomodasi lainnya tersebar di seluruh kabupaten di Provinsi Lampung.

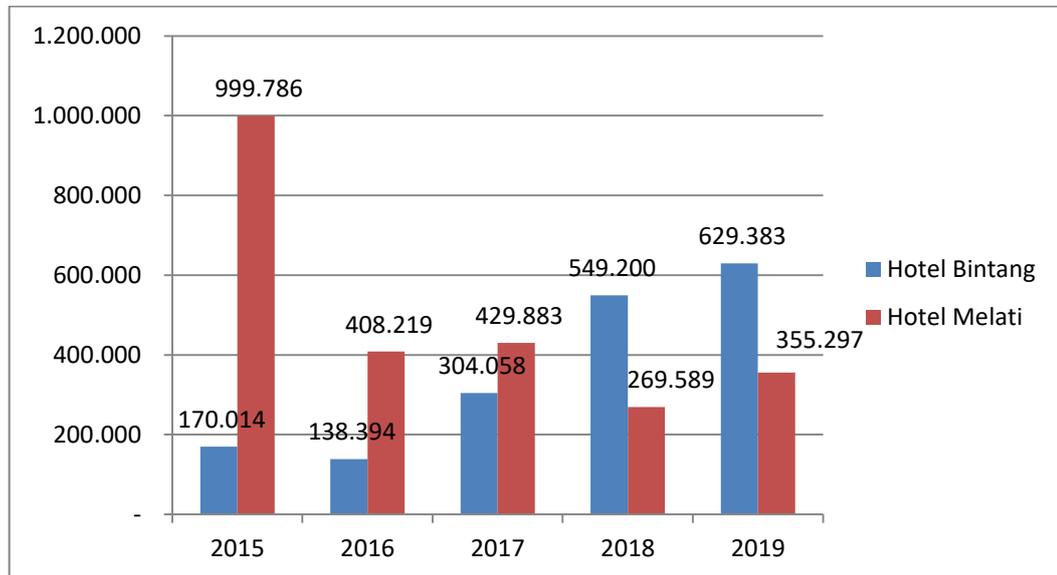
Tabel 2. Jumlah Hotel Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Lampung 2015-2019

No	Kabupaten/Kota	2015	2016	2017	2018	2019
1	Lampung Barat	19	20	18	21	24
2	Tanggamus	7	17	13	13	15
3	Lampung Selatan	21	28	25	28	24
4	Lampung Timur	9	11	14	14	14
5	Lampung Tengah	22	22	28	23	26
6	Lampung Utara	6	14	10	17	10
7	Way Kanan	3	4	7	6	9
8	Tulang Bawang	14	15	9	15	15
9	Pesawaran	0	0	0	0	13
10	Pringsewu	7	8	13	11	16
11	Tulang Bawang Barat	2	5	5	3	6
12	Mesuji	0	5	5	6	7
13	Pesisir Barat	42	44	63	62	63
14	Bandar Lampung	75	94	99	101	113
15	Metro	12	14	14	14	17
Lampung		239	301	323	334	372

Sumber: BPS Provinsi Lampung

Perkembangan sektor pariwisata sangat didukung oleh daya tarik daerah untuk mengundang tamu berkunjung. Semakin banyak jumlah tamu atau wisatawan

yang datang dan menginap akan mendorong produktivitas dan meningkatkan nilai tambah pada berbagai sektor ekonomi khususnya sektor pariwisata, baik secara langsung maupun tidak langsung. Kondisi ini akan berdampak pada perkembangan sektor ekonomi lainnya.



Sumber : BPS Provinsi Lampung, 2019

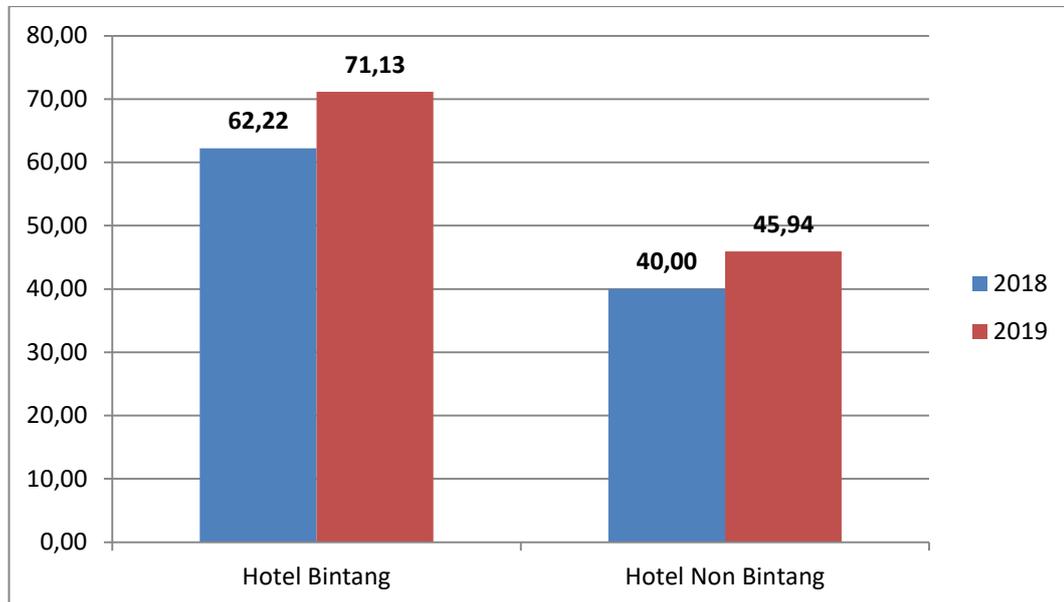
Gambar 1. Wisatawan yang Menginap di Hotel Provinsi Lampung, 2015-2019.

Pada tahun 2019, akumulasi jumlah wisatawan dari mancanegara dan domestik yang menggunakan akomodasi baik hotel berbintang maupun hotel tak berbintang/akomodasi lainnya di wilayah Provinsi Lampung secara tahunan masih meningkat dari tahun sebelumnya. Total wisatawan yang menginap di hotel mencapai 984.680 orang. Jumlah tersebut menunjukkan peningkatan sebesar 20,26 persen dibanding tahun 2018.

Sebagian besar wisatawan dominan berasal dari wilayah nusantara. Jumlah wisatawan domestik ini meningkat 20,16 persen menjadi sebanyak 981,05 ribu orang pada tahun 2019. Untuk wisatawan mancanegara yang menginap di hotel bintang dan akomodasi lainnya mencapai 3.630 orang. Jumlah tersebut naik signifikan sebesar 54,14 persen dari tahun sebelumnya.

Kenaikan jumlah wisatawan yang menginap terjadi baik di hotel berbintang maupun akomodasi lainnya. Mereka yang memilih menginap di fasilitas hotel

bintang persinya mencapai 63,92 persen dan sisanya menginap di hotel non bintang atau akomodasi lain.

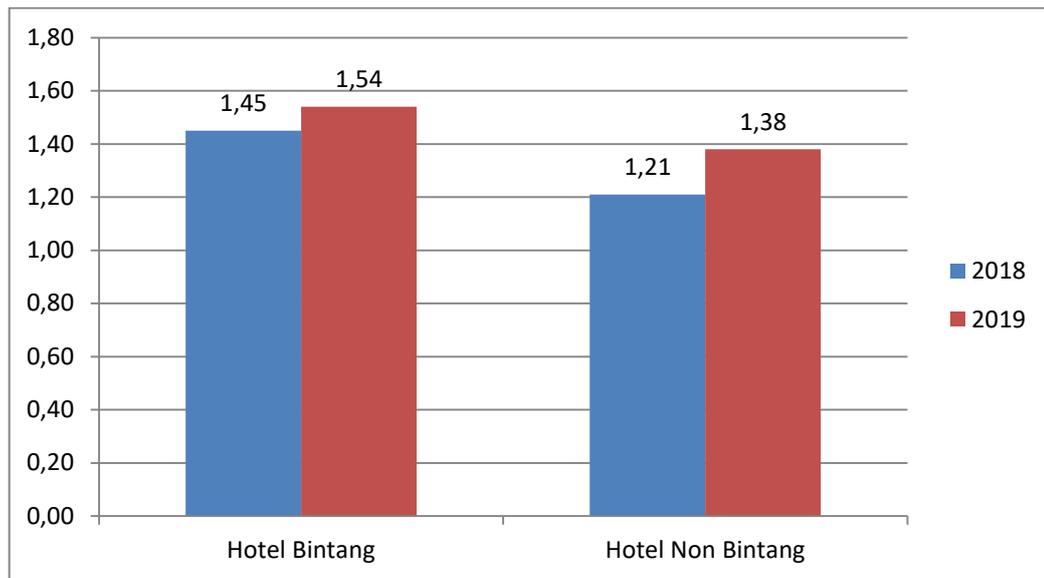


Sumber: BPS Provinsi Lampung, 2019

Gambar 2. Tingkat Pemakaian Tempat Tidur Hotel Provinsi Lampung (Persen) 2018-2019

Peningkatan jumlah wisatawan lebih jelas lagi terlihat dari indikator tingkat pemakaian tempat tidur (TPTT). Hingga akhir tahun 2019, sebanyak 71,13 persen tempat tidur yang tersedia di hotel berbintang di Provinsi Lampung terpakai. Ini berarti telah terjadi peningkatan 8,91 persen dibanding tahun sebelumnya. Sementara pada hotel non bintang atau akomodasi lainnya, tingkat pemakaian tempat tidur juga naik sebesar 5,94 persen menjadi 45,94 persen.

Rata-rata lama tamu menginap merupakan banyaknya malam tempat tidur yang digunakan dibagi dengan banyaknya tamu yang menginap. Terlihat bahwa rata-rata lama menginap tamu mancanegara dan domestik pada hotel berbintang lebih tinggi dibanding hotel non bintang. Dibanding tahun sebelumnya, nampak terjadi kenaikan rata-rata lamamenginap tamu. Lama menginap wisatawan asing maupun domestik pada hotel berbintang sedikit bertambah dari 1,45 hari menjadi 1,54 hari. Sementara lama menginap di hotel non bintang dan akomodasi lainnya juga bertambah yaitu dari 1,21 hari pada tahun 2018 menjadi 1,38 hari.



Sumber: BPS Provinsi Lampung, 2019

Gambar 3. Lama Menginap Wisatawan di Hotel Provinsi Lampung (Hari) 2018-2019

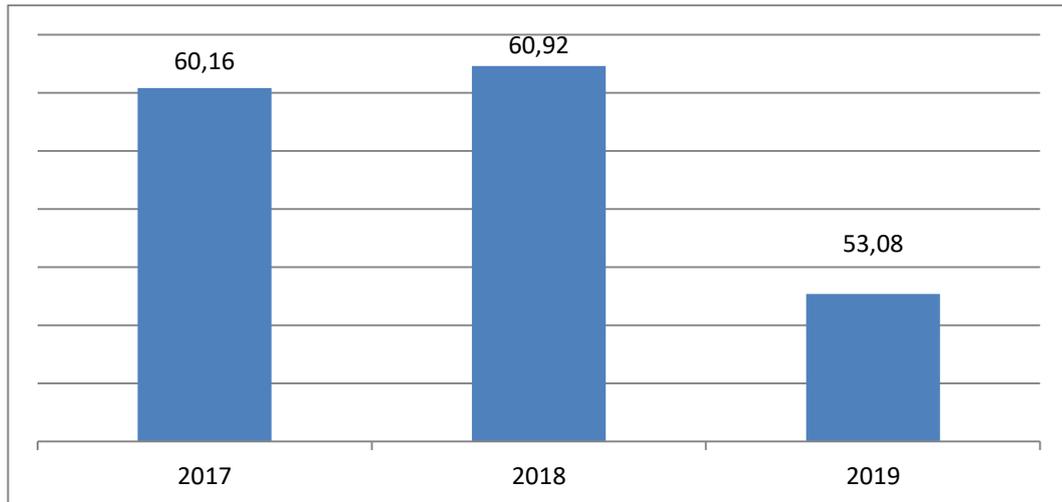
Dari banyaknya hotel dan kunjungan wisatawan yang berkunjung ke objek wisata di Provinsi Lampung berdampak positif bagi kesejahteraan masyarakat sekitar karena dapat memberikan kontribusi terhadap pendapatan asli daerah masing-masing. Sumbangan PDRB dari industri pariwisata di Provinsi Lampung diharapkan lebih meningkat setiap tahunnya. Daerah wisata Provinsi Lampung saat ini masih dalam tahap pembangunan dimana diharapkan agar nilai daya tarik semakin tinggi, amenities lebih tersedia, aksesibilitas agar tidak terbatas, dukungan sumber daya manusia semakin meningkat, tata kelola destinasi mulai dirintis dan agar terjadi pertumbuhan pasar. Industri pariwisata merupakan salah satu industri yang memegang peranan penting dalam penerimaan daerah masing-masing setiap kabupaten, untuk itu perlu adanya pengembangan industri pariwisata baik itu objek wisata atau fasilitas pendukung lainnya dengan berpedoman meningkatkan perekonomian daerah.

Ada tujuh wisata unggulan yang ditetapkan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung meliputi, Taman Nasional Way Kambas, Taman Nasional Bukit Barisan Selatan, Teluk Kiluan, Tanjung Setia dan Wisata Bahari Krui, Menara Siger, Gunung Anak Krakatau dan Pulau Sebesi, serta Kawasan Wisata

Kota Bandar Lampung. Khusus untuk Teluk Betuk dan Tanjung Karang yang sudah digabung dalam satu kesatuan yang menjadi pusat ibukota Lampung ini memiliki potensi wisata unggulan seperti adanya museum yang terletak di tengah kota, sentra kerajinan tapis, sentra penjualan kuliner keripik pisang, dan berbagai sanggar seni. Pengembangan wisata unggulan ini sudah dikemas dengan baik dan menjadi tujuan wisatawan. Adapun pantai, laut, rumah tradisioal, danau, alam pegunungan, biasanya terletak jauh dari ibukota Lampung dan ini merupakan wisata non- unggulan.

Wisata non-unggulan sebenarnya cukup banyak di Provinsi Lampung, akan tetapi belum tergarap sepenuhnya, meskipun prasarana dan sarana cukup tersedia, seperti taksi, bus dalam kota dan antarkota, kereta api, restoran, penginapan dan pusat perbelanjaan. Dengan kondisi seperti itu, maka Lampung memiliki potensi alam dan budaya yang dapat dimanfaatkan untuk tujuan wisata. Yang menjadi pokok permasalahan adalah potensi daerah tersebut belum digali secara mendalam, terutama pada wisata non- unggulan. Selain itu, kesadaran masyarakat akan kekayaan budaya yang mendukung industri pariwisata dirasa kurang, padahal kegiatan pariwisata sesungguhnya merupakan pariwisata sosial budaya yang melibatkan unsur manusia (SDM) di dalamnya. Artinya perlu didukung oleh sikap perlaku sadar wisata yang mendukung kegiatan tersebut.

Provinsi Lampung secara geografis diapit oleh dua provinsi lain yaitu Provinsi Banten disebelah timur dan Provinsi Sumatera Selatan disebelah utara. Untuk melihat posisi daya saing pariwisata Provinsi Lampung maka dalam penelitian ini akan ditinjau bagaimana potensi dan sumber daya pariwisata Provinsi Sumatera Selatan dan Provinsi Banten. Pada beberapa tahun terakhir sektor pariwisata Sumatera Selatan terdongkrak dengan adanya berbagai even bertaraf nasional maupun internasional yang diselenggarakan di Kota Palembang. Hal tersebut terlihat dari Tingkat Penghunian Kamar Hotel Berbintang di Sumatera Selatan yang menurun di tahun 2019 karena tidak adanya even di tahun tersebut. Pada tahun 2019 Tingkat Hunian Kamar (TPK) Hotel Berbintang di Sumatera Selatan sebesar 53,08 persen, turun 7,84 poin dibanding 2018.



Sumber: BPS Provinsi Sumatera Selatan, 2019

Gambar 4. Tingkat Pemakaian Tempat Tidur Hotel Provinsi Sumatera Selatan (Persen) 2017-2019

Namun demikian, kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) yang berkunjung ke Sumsel melalui Bandara SMB II sepanjang tahun 2019 justru meningkat menjadi 15.846 dibanding tahun 2018 sebesar 13.862. Negara asal Wisman terbanyak berasal adalah Malaysia, Singapura dan Tiongkok. Sementara itu rata-rata lama menginap wisatawan mancanegara adalah selama 4,56 hari. Pada tahun 2019 jumlah akomodasi hotel bintang di Provinsi Sumatera Selatan sebanyak 85, hanya menurun satu hotel dibanding tahun sebelumnya. Sejalan dengan itu, fasilitas hotel juga mengalami penurunan yang tidak signifikan dengan rincian jumlah kamar hotel sebanyak 7.259 dan jumlah tempat tidur sebanyak 10.216. Secara umum jumlah akomodasi dan fasilitas hotel tidaklah berubah secara signifikan sepanjang tahun 2018 dan 2019.

Provinsi Banten merupakan salah satu provinsi yang berpotensi besar untuk menjadi daerah utama tujuan wisata di Indonesia. Hal ini karena Banten memiliki KEK Pariwisata Tanjung Lesung, Pantai Sawarna, Anyer dan Carita, serta Kompleks Banten Lama, serta beragam obyek dan daya tarik wisata lainnya, termasuk untuk keperluan *MICE* (*Meeting, Incentive, Conference, and Exhibition*). Semua tempat, obyek dan daya tarik wisata ini telah ditunjang oleh sarana dan prasarana akomodasi yang memadai. Seiring dengan semakin maraknya kegiatan kepariwisataan di Banten, usaha akomodasi sampai dengan

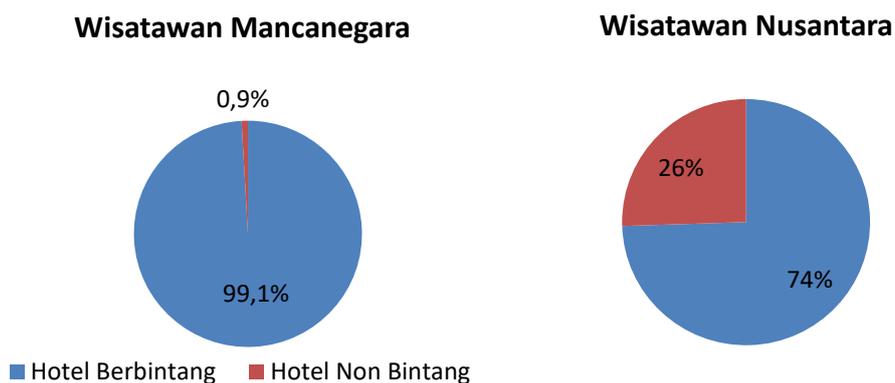
2019 terus berkembang pesat. Kondisi ini ditandai oleh meningkatnya jumlah usaha akomodasi, jumlah kamar dan jumlah tempat tidur, baik untuk hotel berbintang maupun non bintang.

Tabel 3. Komposisi jumlah wisatawan yang berkunjung ke Provinsi Banten

Tahun	Wisatawan		Total
	Nusantara	Mancanegara	
2015	13.206.159	187.951	13.394.110
2016	14.067.021	176.928	14.243.949
2017	15.752.913	405.198	16.158.111
2018	21.384.817	327.003	21.711.820
2019	17.998.012	311.131	18.309.143

Sumber: Banten dalam Angka 2020

Jika dibandingkan dengan Provinsi Lampung, jumlah wisatawan yang datang ke Provinsi Banten jauh lebih banyak, pada tahun 2015 tercatat sebanyak 13,3 juta wisatawan yang datang berwisata dengan komposisi 13,2 juta wisatawan nusantara dan 187.951 wisatawan mancanegara dan pada tahun 2019 tercatat wisatawan sebanyak 19,6 juta jiwa. Hal ini disebabkan posisi Provinsi Banten yang dekat dengan Ibukota negara dan juga Bandara internasional juga sebagai pintu gerbang masuknya wisatawan jika datang ke Indonesia.



Sumber: BPS Provinsi Banten

Gambar 5. Komposisi Tamu Hotel di Banten Tahun 2018

Sayangnya, angka TPK hotel berbintang dan non bintang terus mengalami penurunan. Namun, hotel berbintang masih tetap lebihbanyak dipilih oleh

wisatawan sebagai tempat menginap daripada hotel non bintang. Kondisi ini ditandai oleh TPK hotel berbintang yang lebih tinggi dibandingkan hotel non bintang. Adapun jumlah tamu yang menginap di hotel pada tahun 2018 mencapai 4,9 juta orang, terdiri dari 0,5 juta wisatawan mancanegara (wisman) dan 4,4 juta wisatawan nusantara (wisnus). Hampir seluruh wisman bermalam di hotel bintang, sedangkan wisnus kurang dari tiga perempatnya. Wisman yang menjadi tamu hotel, lebih banyak menginap selama dua malam di hotel berbintang dan satu malam di hotel non bintang. Sementara wisnus, baik di hotel berbintang maupun hotel non bintang, lebih banyak yang menginap hanya semalam saja.

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 memiliki daya saing yang tinggi dalam hal harga yang kompetitif, paket perjalanan yang menarik dan mengesankan. Peranan sektor pariwisata terhadap perekonomian masing-masing kabupaten juga dapat dilihat dari kontribusinya terhadap pembentukan Pendapatan Asli Daerah. Kontribusi industri pariwisata ini dapat dilihat melalui retribusi daerah, pajak hotel, pajak restoran dan pajak hiburan.

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.

Daya saing merupakan salah satu kriteria untuk menentukan keberhasilan dan pencapaian sebuah tujuan yang lebih baik oleh suatu negara dalam peningkatan

pendapatan dan pertumbuhan ekonomi. Begitu pula daya saing di sektor pariwisata adalah kapasitas usaha pariwisata untuk menarik pengunjung asing maupun domestik yang berkunjung pada daerah tujuan wisata tertentu dalam hal ini yaitu Provinsi Lampung sebagai objek penelitian.

Dalam penelitian ini akan digunakan metode penelitian yaitu Analisis *Competitiveness Monitor* yang diperkenalkan pertama kali oleh *World Travel and Tourism Council* (WTTC) pada tahun 2001 sebagai alat ukur daya saing pariwisata. Peningkatan daya saing dapat dicapai dengan memanfaatkan sumber daya yang ada, meningkatkan kapabilitas pengelolaan sehingga mempunyai daya saing. Akibatnya apabila ada peningkatan daya saing daerah tujuan wisata, akan menjadikan daerah tujuan wisata lebih menarik, sehingga bisa meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

Dengan melihat kondisi dan faktor-faktor apa saja yang mendukung pariwisata, diharapkan pemerintah mampu memanfaatkan potensi yang ada dan menetapkan strategi kebijakan yang efektif dan efisien agar pariwisata dapat terus meningkat dan mampu berdaya saing dengan provinsi lain di sekitarnya yaitu Provinsi Sumatera Selatan sebagai pembanding. Oleh karena itu perlu studi untuk menganalisis daya saing sektor pariwisata di wilayah Provinsi Lampung.

Berdasarkan kajian diatas maka penulis tertarik meneliti tentang “**Analisis Daya Saing Pariwisata Provinsi Lampung**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dan paparan dari latar belakang diatas serta untuk memperjelas obyek penelitian, maka penulis membatasi dan merumuskan pokok masalah yang menjadi dasar dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana indeks daya saing sektor pariwisata Provinsi Lampung?
2. Bagaimana perbandingan indeks daya saing pariwisata Provinsi Lampung dengan provinsi lain di sekitarnya?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis indeks daya saing sektor pariwisata Provinsi Lampung
2. Melihat posisi daya saing pariwisata Provinsi Lampung dibandingkan Provinsi Sumatera Selatan dan Provinsi Banten untuk melihat dimana posisi pariwisata Provinsi Lampung

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi pemerintah, sebagai bahan masukan bagi pemerintah Provinsi Lampung dalam merumuskan dan merencanakan arah kebijakan pembangunan kepariwisataan.
2. Bagi Pembaca, Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi dan referensi untuk menambah pengetahuan tentang kondisi daya saing industri pariwisata di wilayah Provinsi Lampung.
3. Bagi Akademik, sebagai bahan masukan dan informasi untuk mengkaji lebih lanjut dalam pemanfaatan sumberdaya pariwisata di Provinsi Lampung
4. Bagi Peneliti, sebagai tambahan wawasan ilmiah dan ilmu pengetahuan penulis dalam disiplin ilmu yang penulis tekuni dan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Daya Saing

Daya saing merupakan salah satu kriteria untuk menentukan keberhasilan dan pencapaian sebuah tujuan yang lebih baik oleh suatu negara dalam peningkatan pendapatan dan pertumbuhan ekonomi. Begitu pula daya saing di sektor pariwisata adalah kapasitas usaha pariwisata untuk menarik pengunjung asing maupun domestik yang berkunjung pada daerah tujuan wisata tertentu.

Peningkatan daya saing dapat dicapai dengan memanfaatkan sumber daya yang ada, meningkatkan kapabilitas pengelolaan sehingga mempunyai daya saing. Akibatnya apabila ada peningkatan daya saing daerah tujuan wisata, akan menjadikan daerah tujuan wisata lebih menarik, sehingga bisa meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

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, 2017).

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 mengeksport barang jika negara ini memiliki keunggulan mutlak tersebut sebaliknya akan mengimpor barang bila tidak memiliki absolute advantage dalam memproduksi barang tersebut. Sehingga dapat disimpulkan menurut Adam Smith produktivitas dijelaskan oleh spesialisasi produksi.

Daya saing sering diidentikkan dengan produktivitas (tingkat output yang dihasilkan untuk setiap unit input yang digunakan). Peningkatan produktivitas meliputi peningkatan jumlah input fisik (modal dan tenaga kerja), peningkatan kualitas input yang digunakan dan peningkatan teknologi. Pendekatan yang sering digunakan untuk mengukur daya saing dilihat beberapa indikator yaitu keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif, ada juga keunggulan absolut.

Pada awalnya, dalam hal perdagangan, setiap negara akan memperoleh manfaat perdagangan internasional apabila melakukan spesialisasi pada produk yang mempunyai efisiensi produksi lebih baik dari negara lain dan melakukan perdagangan internasional dengan negara lain yang mempunyai kemampuan spesialisasi pada produk yang tidak dapat diproduksi di negara tersebut secara efisien. Secara umum, teori *absolut advantage* (keunggulan mutlak) ini didasarkan kepada beberapa asumsi pokok antara lain:

- a. Faktor produksi yang digunakan hanya tenaga kerja
- b. Kualitas barang yang diproduksi kedua negara sama.
- c. Pertukaran dilakukan secara barter atau tanpa uang.
- d. Biaya transport ditiadakan.

Dengan kata lain, keunggulan absolut adalah keuntungan yang dimiliki oleh suatu negara atau daerah atas negara atau daerah lain dalam memproduksi suatu produk disebabkan oleh adanya keunggulan atau kelebihan yang dimilikinya yang tidak dimiliki oleh negara atau daerah lain tersebut misalnya karena faktor tenaga kerja yang melimpah, murah dan sumber daya alam.

Sementara itu, teori *comparative advantage* (keunggulan komparatif) dikemukakan lebih mendalam lagi tentang keunggulan tiap negara atau daerah. Dalam teori Ricardo tersebut membuktikan bahwa apabila ada dua negara yang

saling berdagang dan masing-masing negara mengkonsentrasikan diri untuk mengeksport barang yang bagi negara tersebut memiliki keunggulan komparatif, maka kedua negara tersebut akan beruntung. Dalam ekonomi regional, keunggulan komparatif suatu komoditi bagi suatu daerah adalah bahwa komoditi itu lebih unggul secara relatif dengan komoditi lain di daerahnya. Pengertian unggul dalam hal ini adalah dalam bentuk perbandingan dan bukan dalam bentuk nilai tambah riil. Keunggulan komparatif adalah suatu kegiatan ekonomi yang menurut perbandingan lebih menguntungkan bagi pengembangan daerah (Tarigan & Robinson, 2005).

Namun keunggulan komparatif ini memiliki keterbatasan sebagai suatu konsep statis berdasarkan kepemilikan faktor produksi yang diasumsikan memberikan tingkat pengembalian yang semakin menurun dan tingkat teknologi yang sama antar negara. Selain itu, peran pemerintah dalam peningkatan daya saing tidak dijadikan pertimbangan.

Dari keterbatasan-keterbatasan tersebut kemudian memunculkan pemikiran baru tentang keunggulan kompetitif yang dapat didefinisikan sebagai suatu komoditi atau sektor ekonomi terbentuk dengan kinerja yang dimilikinya, sehingga dapat unggul dari komoditi atau sektor ekonomi lainnya. Menurut Tangkilisan (2003) keunggulan kompetitif adalah merujuk pada kemampuan sebuah industri untuk memformulasikan strategi yang menempatkannya pada suatu posisi yang menguntungkan berkaitan dengan perusahaan lainnya. Keunggulan kompetitif muncul bila pelanggan merasa bahwa mereka menerima nilai lebih dari transaksi yang dilakukan dengan sebuah industri pesaingnya.

Konsep keunggulan kompetitif pertama kali dikembangkan oleh Porter (1990) dengan empat faktor utama yang menentukan daya saing yaitu kondisi faktor, kondisi permintaan, industri pendukung dan terkait, serta kondisi strategi, struktur perusahaan dan persaingan. Selain keempat faktor tersebut, ada dua faktor yang memengaruhi interaksi antara keempat faktor tersebut yaitu peran pemerintah dan peran kesempatan. Secara bersama-sama, faktor-faktor tersebut membentuk

sistem dalam peningkatan keunggulan daya saing yang disebut *Porter's Diamond Theory*. (Porter, 1990).

Lebih lanjut, daya saing dapat didefinisikan sebagai kemampuan usaha suatu perusahaan dalam industri untuk menghadapi berbagai lingkungan yang dihadapi. Daya saing ditentukan oleh keunggulan bersaing suatu perusahaan dan sangat bergantung pada tingkat sumber daya relatif yang dimilikinya atau biasa kita sebut keunggulan kompetitif (Porter, 1990). Konsep keunggulan kompetitif adalah suatu cara yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperkuat posisinya dalam menghadapi pesaing dan mampu menunjukkan perbedaan-perbedaan dengan lainnya. Selanjutnya Porter menjelaskan pentingnya daya saing karena tiga hal berikut:

- 1) Mendorong produktivitas dan meningkatkan kemampuan mandiri
- 2) Dapat meningkatkan kapasitas ekonomi, baik dalam konteks regional ekonomi maupun entitas pelaku ekonomi sehingga pertumbuhan ekonomi meningkat
- 3) Kepercayaan bahwa mekanisme pasar lebih menciptakan efisiensi.

Sementara dalam Peraturan Menteri Pendidikan Nasional No. 41 Tahun 2007 tentang Standar Proses, dinyatakan bahwa daya saing adalah kemampuan untuk menunjukkan hasil yang lebih baik, lebih cepat atau lebih bermakna. Kemampuan yang dimaksud adalah:

- a) Kemampuan memperkokoh pangsa pasarnya
- b) Kemampuan menghubungkan dengan lingkungannya
- c) Kemampuan meningkatkan kinerja tanpa henti
- d) Kemampuan menegakkan posisi yang menguntungkan. Dengan menggunakan kinerja atau melihat indikator tertentu sebagai acuan, maka dapat diukur tingkat kuat lemahnya daya saing.

2.2 Pariwisata

Pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta, terdiri dari dua suku kata, yaitu “pari” dan “wisata”. Pari berarti banyak, berkali-kali atau berputarputar, sedangkan wisata berarti perjalanan, bepergian yang dalam hal ini sinonim dengan kata “*travel*” dalam bahasa Inggris (Yoety, 2008).

Menurut Undang - undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisata Bab I Pasal I; dinyatakan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata.

Definisi yang luas, pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu. Pariwisata merupakan salah satu industri yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal penyediaan lapangan kerja, pendapatan, tarif hidup dan dalam mengaktifkan sektor produksi lain di dalam negara penerimaan wisatawan. Pariwisata diatas dapat disimpulkan bahwa pariwisata dapat terbentuk apabila ada pelaku wisata (*demand*) yang memang mempunyai motivasi untuk melakukan perjalanan wisata, ketersediaan infrastruktur pendukung, keberadaan obyek wisata dan atraksi wisata yang didukung dengan sistem promosi dan pemasaran yang baik serta pelayanan terhadap para pelaku wisata (*supply*).

2.3 Industri Pariwisata

Pariwisata adalah salah satu dari industri gaya baru, yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup, dan dalam mengaktifkan sektor produksi lain di dalam negara penerima wisatawan (Wahab, 2003). Istilah industri pariwisata (*Tourism Industry*) lebih banyak bertujuan memberikan daya tarik agar pariwisata dapat dianggap sebagai sesuatu yang berarti bagi perekonomian suatu negara, terutama pada negara-

negara sedang berkembang. Gambaran pariwisata sebagai suatu industri diberikan hanya untuk menggambarkan pariwisata secara konkret, dengan demikian dapat memberikan pengertian yang lebih jelas (Yoety, 2008). Industri pariwisata berbeda dengan industri manufaktur. Industri wisata tidak berdiri sendiri seperti industri semen, garmen, atau industri sepatu. Melainkan lebih bersifat tidak berwujud (*intangible*), sehingga industri pariwisata sering disebut sebagai industri tanpa cerobong asap (*smokeless industry*).

Industri Pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata (UU No 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan). Industri pariwisata dapat dikelompokkan ke dalam dua golongan utama, yaitu:

1. Pelaku langsung, yaitu usaha-usaha wisata yang menawarkan jasa secara langsung kepada wisatawan atau yang jasanya langsung dibutuhkan oleh wisatawan. Termasuk dalam kategori ini adalah hotel, restoran, biro perjalanan, pusat informasi wisata, atraksi hiburan, dll. Secara faktual hotel menjadi pihak paling utama yang bersentuhan langsung dengan wisatawan, kemudian diikuti oleh biro perjalanan.
2. Pelaku tidak langsung, yakni usaha yang mengkhususkan diri pada produk-produk yang secara tidak langsung mendukung pariwisata, misalnya usaha kerajinan tangan, penerbit buku atau lembar panduan wisata, penjual roti, dan sebagainya.

Batasan pariwisata sebagai industri, seperti dijelaskan oleh Yoeti (2008), dimana kelompok perusahaan yang secara langsung memberikan pelayanan kepada wisatawan bila datang berkunjung pada suatu tempat wisata. Tanpa bantuan kelompok perusahaan ini, wisatawan tidak akan memperoleh kenyamanan (*comfortable*), keamanan (*security*), dan kepuasan (*satisfaction*) dalam mencari kesenangan yang diinginkan. Perusahaan-perusahaan dimaksudkan dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Perusahaan Kelompok Industri Pariwisata

No	Jenis Perusahaan	Fungsi dan Tugasnya
1	<i>Tour operator / Wholesaler</i>	Memberi informasi/advis/paket wisata
2	Maskapai Penerbangan	Menyediakan <i>seats</i> dan <i>baggages services</i>
3	Angkutan Pariwisata	Melayani <i>transfer service</i> dari dan ke <i>airport</i>
4	Akomodasi Hotel atau penginapan	Menyediakan kamar, <i>laundry</i>
5	Restoran dan sejenisnya	Menyediakan makanan dan minuman
6	<i>Impresariat, Amusement</i>	Menyediakan atraksi wisata dan hiburan
7	<i>Lokal tour operator</i>	Menyelenggarakan <i>city-sighseeing & tours</i>
8	<i>Shopping Center/Mall</i>	Menyediakan cenderamata dan oleh-oleh
9	Bank/ <i>Money Changer</i>	Melayani penukaran valuta asing
10	<i>Retail Servis</i>	Bermacam-macam keperluan wisatawan

Sumber: Yoeti, 2008

2.4 Daya Saing Pariwisata

Konsep daya saing pariwisata bukan hanya terkait dengan sektor ekonomi, tetapi juga terkait langsung dengan aspek sosial dan budaya. Daya saing pariwisata yang didalamnya termasuk industri pariwisata merupakan faktor pendorong pembangunan ekonomi bagi suatu negara. Destinasi pariwisata telah dikembangkan dalam level industri, di mana pengelolaan destinasi melibatkan berbagai aspek sektor dalam level domestik maupun internasional. Hughes (1993) menyatakan Bahwa daya saing terkait dengan efisiensi dan *market shares* melalui perdagangan internasional. Daya saing, khususnya dalam pariwisata dirancang untuk meningkatkan pendapatan negara dalam jangka panjang melalui efek-efek multiplier.

Daya saing pariwisata juga merupakan kemampuan menyampaikan potensi dan pelayanan wisata kepada wisatawan lebih baik daripada destinasi yang ditawarkan ditempat lain. Seperti Dwyer (2000) yang menyatakan Pengukuran variabel daya saing pariwisata seperti jumlah pengunjung, market share, pengeluaran oleh wisatawan, ketersediaan pekerjaan, nilai tambah bagi industri pariwisata hingga variabel pendukung seperti ketersediaan unsur budaya dan kualitas pengalaman berwisata. Daya saing pariwisata adalah sebuah konsep umum yang mencakup

perbedaan harga ditambah dengan pergerakan nilai tukar, tingkat produktivitas berbagai komponen industri pariwisata dan faktor-faktor kualitatif yang mempengaruhi daya tarik atau destinasi.

2.5 *Competitiveness Monitor*

Competitiveness Monitor merupakan suatu metode yang dapat digunakan untuk melihat daya saing industri pariwisata. Analisis *Competitiveness Monitor* diperkenalkan pertama kali oleh *World Travel and Tourism Council* (WTTC) pada tahun 2001 sebagai alat ukur daya saing pariwisata. Analisis ini menggunakan delapan indikator yang digunakan untuk melihat daya saing. Indikator tersebut antara lain (WTTC, 2001)

1. *Human Tourism Indicator* (HTI)

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

2. *Price Competitiveness Indicator* (PCI)

Indikator ini menunjukkan harga komoditi yang dikonsumsi oleh wisatawan 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 wisatawan yang berkunjung ke daerah tersebut.

7. *Openess Indicator (OI)*

Indikator ini menunjukkan tingkat keterbukaan destinasi terhadap perdagangan internasional dan wisatawan internasional. Hal ini dilihat dari jumlah wisatawan internasional yang datang berkunjung.

8. *Social Development Indicator (SDI)*

Indikator ini menunjukkan kenyamanan dan keamanan wisatawan untuk berwisata di daerah destinasi. Dilihat dari lamanya masa tinggal wisatawan disuatu daerah wisata.

2.6 Pariwisata dari Sisi Permintaan dan Sisi Penawaran

Menurut Yoeti (2008), permintaan dalam kepariwisataan (*tourist demand*) dapat dibagi dua, yaitu *potential demand* dan *actual demand*. *Potential demand* adalah sejumlah orang yang berpotensi untuk melakukan perjalanan wisata (karena memiliki waktu luang dan tabungan relatif cukup). Sedangkan yang dimaksudkan dengan *actual demand* adalah orang-orang yang sedang melakukan perjalanan wisata pada suatu Daya Tarik Wisata (DTW) tertentu.

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.

Penawaran pariwisata mencakup hal-hal yang ditawarkan oleh daerah destinasi pariwisata kepada wisatawan yang *real* maupun yang potensial. Penawaran dalam pariwisata menunjukkan suatu atraksi wisata alamiah dan buatan manusia, jasa-jasa maupun barang-barang dapat menarik wisatawan untuk datang mengunjungi suatu kawasan wisata (Gomang, 2003). Menurut Heriawan (2004), sektor inti dari pariwisata mencakup: hotel, restoran, transportasi domestik dan lokal, industri

kerajinan (souvenir), jasa hiburan, rekreasi dan budaya, serta biro perjalanan (paket *tour*).

Dalam melakukan perjalanan pariwisata pengunjung harus dimanjakan dengan berbagai hal yang boleh ditawarkan atau yang akan didapat ketika berkunjung. Suatu obyek pariwisata harus memenuhi tiga kriteria agar obyek tersebut diminati pengunjung yaitu:

- a. *What 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.
- b. *What to do* adalah agar wisatawan yang melakukan perjalanan pariwisata disana bisa melakukan sesuatu yang berguna untuk memberikan perasaan senang.
- c. *What to buy* adalah fasilitas untuk wisatawan berbelanja yang pada umumnya adalah ciri khas atau icon dari daerah tersebut, sehingga bisa dijadikan cinderamata.
- d. *What to arrived* adalah bagaimana kita mengunjungi obyek wisata tersebut, kendaraan apa yang akan digunakan, dan berapa lama tiba ke tempat tujuan wisata tersebut.
- e. *What to stay* adalah Bagaimana wisatawan akan tinggal untuk sementara selama dia berlibur di obyek wisata itu. Diperlukan penginapan-penginapan baik hotel berbintang atau hotel non bintang.

Menurut Damanik dan Webber (2006), elemen penawaran wisata terdiri dari *triple A*, yang terdiri dari:

1. *Atraksi*

Atraksi dapat diartikan sebagai objek wisata (baik yang bersifat *tangible* maupun *intangibile*) yang memberikan kenikmatan kepada wisatawan. Atraksi dapat dibagi menjadi tiga, yakni alam, budaya, dan buatan. Atraksi alam meliputi pemandangan alam, seperti Danau Kelimutu atau Gunung Bromo, udara sejuk dan bersih, hutan perawan, sungai, gua, dan lain-lain. Atraksi

budaya meliputi peninggalan sejarah seperti Candi Perambanan, adat-istiadat masyarakat seperti pasar Terapung di Kalimantan. Adapun atraksi buatan dapat dimisalkan Kebun Raya Bogor, Taman Safari, Taman Impian Jaya Ancol, dan sebagainya. Unsur lain yang melekat dalam atraksi adalah *hospitality*, yakni jasa akomodasi atau penginapan, restoran, biro perjalanan, dan sebagainya.

2. *Aksesibilitas*

Aksesibilitas mencakup keseluruhan infrastruktur transportasi yang menghubungkan wisatawan dari, ke, dan selama di daerah tujuan wisata. Akses ini tidak hanya menyangkut aspek kuantitas tetapi juga inklusif mutu, ketepatan waktu, kenyamanan, dan keselamatan. Moda transportasi layak ditawarkan adalah angkutan penumpang tersebut berangkat dan tiba tepat waktu di Objek dan Daya Tarik Wisata (ODTW).

3. *Amenitas*

Amenitas adalah infrastruktur yang sebenarnya tidak langsung terkait dengan pariwisata tetapi sering menjadi bagian dari kebutuhan wisatawan. Bank, pertukaran uang, telekomunikasi, usaha persewaan (*rental*), penerbit dan penjual buku panduan wisata, seni pertunjukan (teater, bioskop, pub, dan lain-lain) dapat digolongkan ke dalam unsur ini.

2.7 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), 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:

1. Perhubungan: jalan raya, rel kereta api, pelabuhan udara dan laut

2. Instalasi pembangkit listrik dan instalasi air bersih
3. Sistem komunikasi, baik itu telepon, telegraf, radio, televisi
4. Pelayanan kesehatan baik itu puskesmas maupun rumah sakit
5. Pelayanan keamanan baik itu pos satpam penjaga obyek wisata maupun pos-polisi untuk menjaga keamanan di sekitar obyek wisata
6. Pelayanan wisatawan baik berupa pusat informasi ataupun kantor pemandu wisata
7. Pom bensin; dll

Sarana kepariwisataan adalah perusahaan-perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan, baik secara langsung maupun tidak langsung dan hidup serta kehidupannya tergantung pada kedatangan wisatawan (Yoeti, 2002).

Sarana kepariwisataan tersebut adalah:

- a) Perusahaan akomodasi: hotel, losmen, bungalow
- b) Perusahaan transportasi: pengangkutan udara, laut atau kereta api dan bus yang melayani khusus pariwisata saja.
- c) Rumah makan, restaurant, 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; dll

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.

2.8 Kontribusi Pariwisata Terhadap Perekonomian

Rahayu (2006) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa pariwisata merupakan suatu gejala sosial yang sangat kompleks, yang menyangkut manusia seutuhnya dan memiliki berbagai macam aspek yang penting, aspek tersebut diantaranya yaitu aspek sosiologis, aspek psikologis, aspek ekonomis, aspek ekologis, dan aspek-aspek yang lainnya. Diantara sekian banyak aspek tersebut, aspek yang mendapat perhatian yang paling besar dan hampir merupakan satusatunya aspek yang dianggap sangat penting adalah aspek ekonomisnya. Bahkan sektor pariwisata memberikan kontribusi yang sangat besar bagi perekonomian dunia. Sektor pariwisata telah menjadi pilar ekonomi bagi masing-masing di dunia. Pengeluaran wisatawan untuk keperluan akomodasi, makanan, minuman, belanja, transportasi, dan hiburan merupakan pemasukan bagi devisa suatu negara.

Pengembangan pariwisata harus tetap dilakukan dan ditingkatkan agar sektor pariwisata menjadi kegiatan ekonomi yang dapat diandalkan untuk terus memperbesar devisa atau pendapatan asli daerah, membuka lapangan kerja dan kesempatan berusaha terutama bagi masyarakat setempat. Pengembangan tersebut akan berhasil dengan baik apabila masyarakat ikut berperan secara aktif. Dengan peran masyarakat tersebut, maka mereka akan merasakan keuntungan-keuntungan apa yang akan diperoleh.

Menurut Hutabarat dalam Rahayu (2006), peranan pariwisata antara lain, pertama, yaitu sebagai penghasil devisa negara; kedua, peranan sosial yaitu sebagai penciptaan lapangan pekerjaan; ketiga, peranan budaya yaitu memperkenalkan kebudayaan dan kesenian. (Yoety, 2008) menyebutkan kontribusi pariwisata terhadap perekonomian daerah lebih lanjut adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan perolehan devisa negara.
2. Memperluas dan mempercepat proses kesempatan berusaha.
3. Memperluas kesempatan kerja.
4. Mempercepat pemerataan pendapatan.
5. Meningkatkan penerimaan pajak negara dan retribusi daerah.
6. Meningkatkan pendapatan nasional.
7. Memperkuat posisi neraca pembayaran.
8. Mendorong pertumbuhan wilayah yang memiliki potensi terbatas.

2.9 Penelitian Empiris

Berkaitan dengan penelitian ini ada beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh para peneliti lain sebelumnya yang permasalahannya hampir sama dengan penelitian yang dilakukan sekarang, diantaranya dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (tahun)	Judul	Hasil Penelitian
1.	Valentino Panjaitan (2016)	Analisis Daya Saing Industri Pariwisata Di Kabupaten Samosir	Hasil analisis menunjukkan bahwa daya saing pariwisata pada kedelapan indikator variabel IDI (<i>Infrastructure Development Indicator</i>) menunjukkan nilai daya saing rendah, sedangkan indikator lainnya memiliki daya saing tinggi.
2.	Rebecca Christina (2014)	Analisis Daya Saing Industri Pariwisata Di Kabupaten Jepara Untuk Meningkatkan Ekonomi Daerah	Hasil analisis menunjukkan bahwa daya saing industri pariwisata dari kedelapan indikator penentu daya saing menunjukkan kemampuan daya saing yang rendah, sehingga dikatakan daya saing pariwisata di Kabupaten Jepara tergolong rendah.
3.	Ackory Natalia Malau (2016)	Analisis Daya Saing Industri Pariwisata Di Kabupaten Samosir	Hasil analisis menunjukkan bahwa daya saing industri pariwisata Kabupaten Samosir dari kedelapan indikator penentu daya saing menunjukkan kemampuan daya saing yang lebih baik dibandingkan Kabupaten Simalungun tetapi masih tergolong rendah.
4.	Trisnawati et al., (2008)	Analisis Daya Saing Industri Pariwisata	Daya saing industri pariwisata Surakarta secara menyeluruh

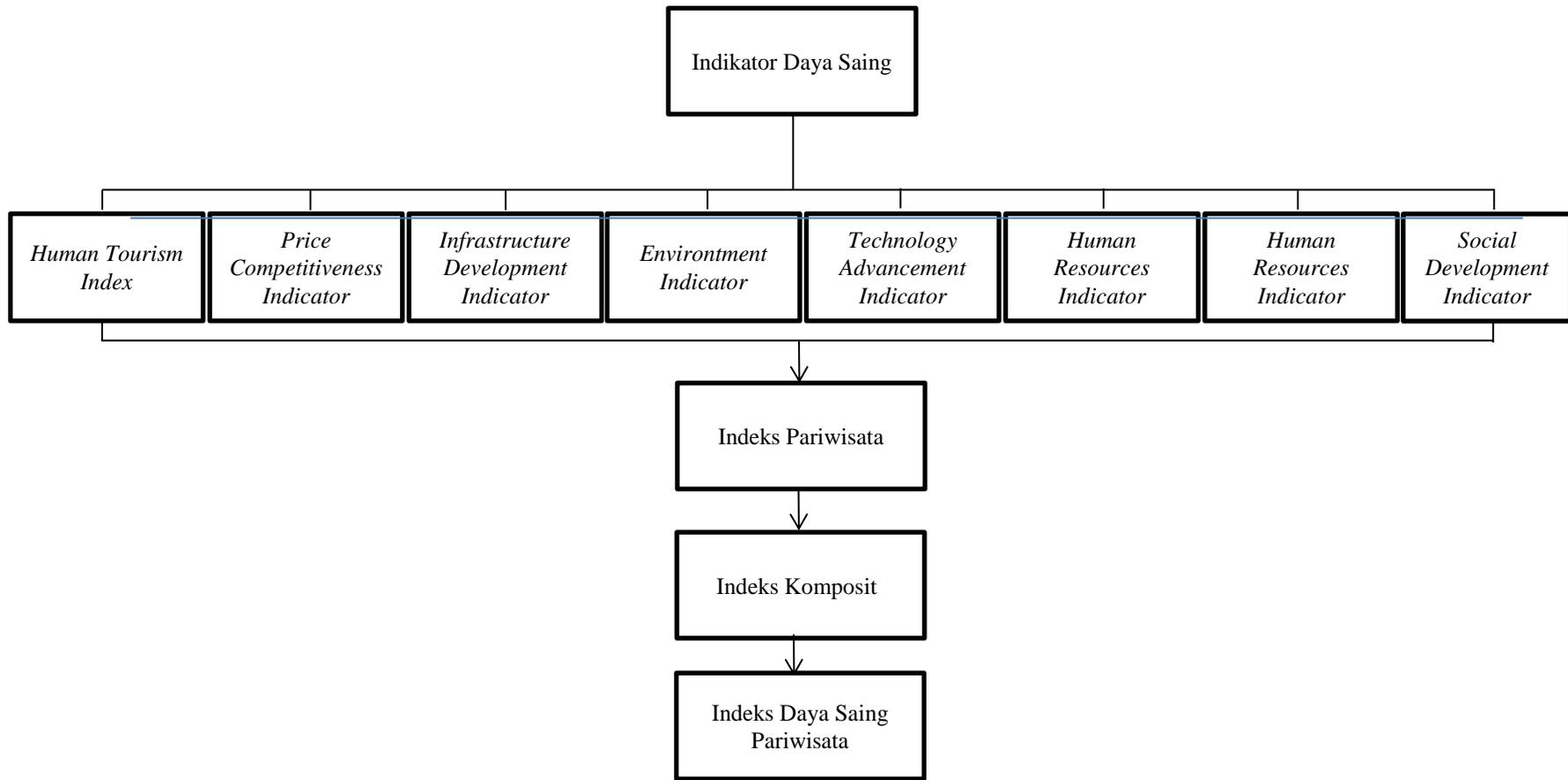
No	Peneliti (tahun)	Judul	Hasil Penelitian
		Untuk Meningkatkan Ekonomi Daerah (kajian perbandingan daya saing pariwisata anantara Surakarta dengan Yogyakarta	lebih rendah dibandingkan Yogyakarta. Indikator-indikator yang digunakan menunjukkan bahwa Pariwisata Yogyakarta lebih unggul
5.	Angga Muhammad Arief Pamungkas (2018)	Analisis Daya Saing Pariwisata Di Kabupaten Simalungun Untuk Meningkatkan Ekonomi Daerah	Berdasarkan hasil analisis posisi daya saing pariwisata Kabupaten Simalungun tidak terlalu baik jika di bandingkan dengan Kabupaten Samosir, indeks daya saing pariwisata yang unggul di Kabupaten Simalungun hanya unggul dalam beberapa indikator penentu daya saing yaitu <i>Infrastructure Development Indicator (IDI)</i> , <i>Environment Indicator (EI)</i> , <i>Technology Advancement Indicator (TAI)</i> , <i>Human Resources Indicator (HRI)</i> sehingga dapat dikatakan daya saing pariwisata Kabupaten Simalungun tergolong rendah.
6.	Ade Dwi Putri Siahaan (2020)	Analisis Daya Saing Pariwisata di Kota Medan.	Hasil analisis menunjukkan bahwa daya saing industri pariwisata Kota Medan dari kedelapan indikator penentu daya saing menunjukkan kemampuan daya saing yang lebih baik dibanding Kabupaten Karo

2.10 Kerangka Konseptual

Penentuan variabel daya saing industri pariwisata wilayah di Provinsi Lampung disesuaikan dengan kebutuhan dan tujuan dari penelitian ini. 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 dari WWTC dan melakukan penghitungan sesuai dengan seluruh indikator daya saing.

Dari gambar 6 terlihat bahwa, dalam menentukan Indeks Daya Saing Industri Pariwisata terlebih dahulu mencari jumlah dari Daya Saing yang memperhatikan kedelapan indikator.



Gambar 6. Kerangka Konseptual.

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk menjelaskan secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat suatu objek atau populasi tertentu. Penelitian ini menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik.

3.2 Jenis Data dan Sumber Data

Dalam penelitian ini pengumpulan data dimaksudkan untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan, akurat dan realistis. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan yaitu merupakan satu cara untuk memperoleh data dengan cara membaca literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari data runtut waktu (time series) dari periode 2015-2019. Dalam studi kepustakaan ini data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS), Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (Bappeda), Dinas pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung, Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Selatan, dan Badan Pusat Statistik Provinsi Banten.

3.3 Batasan Operasional

Adapun batasan operasional yang terdapat dalam penelitian ini mengacu pada variabel *Competitiveness Monitor* (CM) yang diperkenalkan oleh WTTC (*World Travel and Tourism Council*) pada tahun 2001. Adapun analisis CM

menggunakan 8 indikator-indikator yang digunakan untuk membentuk daya saing, indikator-indikator tersebut adalah: *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) dari Provinsi Lampung, Sumatera Selatan dan Banten yang di teliti pada tahun 2015-2019. karena untuk melihat kondisi terkini namun terbatasnya data yang tersedia maka diambil data terbaru yaitu 2015-2019.

Untuk melihat kondisi daya saing pariwisata maka diperlukan pembandingan, maka dari itu penelitian ini menggunakan Provinsi Sumatera Selatan dan Provinsi Banten sebagai pembandingan. Karena Provinsi Sumatera Selatan dan Banten merupakan Provinsi yang berbatasan langsung dengan objek penelitian utama yaitu Provinsi Lampung dan juga Provinsi Sumatera Selatan dan Banten tak kalah dalam potensi pariwisatanya.

3.4 Definisi Operasional

Dalam penelitian ini menggunakan variabel daya saing. Daya saing industri pariwisata di wilayah Provinsi Lampung ini di ukur melalui tersedianya potensi-potensi yang dimiliki daerah tersebut baik potensi alam, budaya dan agama. Dapat dilihat pada Tabel 3.1 Parameter, Sumber data dan Kegunaan kedelapan indikator, indikator ini diadopsi dari penelitian pada variabel *Competitiveness Monitor* (CM) yang diperkenalkan oleh WTTC (*World Travel and Tourism Council*) pada tahun 2001. Kedelapan indikator yang digunakan dalam analisis penentuan daya saing penelitian ini adalah

Tabel 6. Parameter, Sumber Data dan Kegunaan

Parameter	Jenis data	Kegunaan
<i>Human Tourism Indicator (HTI)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Jumlah Wisatawan • Jumlah Penduduk 	Menunjukkan pencapaian perkembangan ekonomi daerah akibat kedatangan wisatawan
<i>Price Competitiveness Indicator (PCI)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Jumlah Wisatawan • Rata-rata Tarif Hotel • Rata-rata Masa Tinggal Wisatawan 	Harga komoditi yang dikonsumsi oleh wisatawan selama berwisata
<i>Infrastructure Development Indicator (IDI)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Panjang Jalan Beraspal • Panjang Jalan Berkualitas Baik 	Menunjukkan perkembangan jalan raya, perbaikan fasilitas sanitasi dan peningkatan akses penduduk terhadap fasilitas air bersih
<i>Environment Indicator (EI)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Jumlah Penduduk • Luas Daerah 	Menunjukkan kualitas lingkungan dan kesadaran penduduk dalam memelihara lingkungannya
<i>Technology Advancement Indicator (TAI)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan Jaringan Internet • Jumlah Penduduk 	Menunjukkan perkembangan infrastruktur dan teknologi modern
<i>Human Resources Indicator (HRI)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Jumlah penduduk Buta huruf • Jumlah Penduduk Yang Berpendidikan SD,SMP,SMA, Diploma Dan Sarjana 	Kualitas SDM di daerah Destinasi
<i>Openess Indicator (OI)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Jumlah Wisatawan • Total PAD 	Tingkat keterbukaan destinasi terhadap perdagangan internasional dan turis internasional
<i>Social Development Indicator (SDI)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Lama Rata-rata Tinggal Wisatawan 	Menunjukkan kenyamanan dan keamanan turis berwisata

3.5 Variabel dan Pengukuran

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) yaitu rasio antara jumlah aktivitas turis (datang dan pergi) dengan jumlah penduduk daerah destinasi. Dalam penelitian ini, ukuran yang digunakan adalah TPI, dengan rumus:

$$\text{HTI} = \frac{\text{Jumlah Wisatawan di Provinsi Lampung}}{\text{Jumlah Penduduk Provinsi Lampung}}$$

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 yang merupakan hotel worldwide. Sehingga rumus yang digunakan untuk menghitung PPP adalah:

$$\text{PPP} = \text{Jumlah Wisatawan} \times \text{Rata-rata Tarif Hotel} \times \text{Rata-rata Masa Tinggal}$$

c. *Infrastructure Development Indicator* (IDI)

Indikator ini menunjukkan perkembangan infrastruktur yang disebabkan oleh kedatangan wisatawan ke daerah tujuan wisata. Infrastruktur merupakan variabel penting bagi industri pariwisata karena infrastruktur yang baik dapat menarik minat wisatawan untuk datang. Begitu pula sebaliknya, kedatangan wisatawan dapat meningkatkan pendapatan pemerintah daerah sehingga dapat meningkatkan kualitas infrastruktur yang dimiliki. Panjang jalan beraspal dan kualitas jalan menjadi proksi bagi indikator ini.

$$\text{IDI} = \frac{\text{Jumlah jalan kualitas baik}}{\text{Jumlah jalan beraspal}} \times 100$$

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. Jumlah penduduk yang besar dapat membantu pemerintah untuk sadar akan lingkungan di sekitarnya.

$$EI = \frac{\text{Jumlah Penduduk}}{\text{Luas Daerah}}$$

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 adalah Jaringan Internet (rasio penggunaan Jaringan Internet dengan jumlah penduduk).

$$TAI = \frac{\text{Pengguna Jaringan Internet}}{\text{Jumlah Penduduk}}$$

f. *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, SMA, Diploma dan Sarjana.

$$HRI = \frac{\text{Jumlah Penduduk buta huruf}}{\text{Jumlah Pendudukan Berpendidikan}}$$

g. *Openess Indicator (OI)*

Indikator ini menunjukkan tingkat keterbukaan destinasi terhadap perdagangan internasional dan turis internasional. Pengukurannya menggunakan rasio jumlah wisatawan mancanegara dengan total PAD.

$$OI = \frac{\text{Jumlah wisatawan}}{\text{Total PAD}}$$

h. *Social Development Indicator (SDI)*

Indikator ini menunjukkan kenyamanan dan keamanan turis untuk berwisata di daerah destinasi. Ukuran SDI adalah lama rata-rata masa tinggal turis di daerah destinasi.

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 Provinsi Lampung. Analisis penentuan daya saing ini penting dilakukan untuk memberikan gambaran posisi daya saing pariwisata di Provinsi Lampung.

3.6 Metode Analisis Data

Tujuan penelitian pada poin pertama dapat dilihat dengan cara penelitian ini melakukan penghitungan index daya saing pariwisata dengan memasukkan seluruh indikator daya saing dari *World Travel and Tourism Council (WTTC)* sebanyak 8 indikator diteliti. Analisis penentuan daya saing ini penting dilakukan untuk memberikan gambaran posisi daya saing pariwisata di daerah Provinsi Lampung.

Dalam penelitian ini tahapan analisis yang dilakukan adalah:

1. Cara menghitung indeks pariwisata dari delapan indikator Indeks daya saing ditetapkan di atas dengan rumus

$$\text{Normalisasi}(x_i^c) = \frac{\text{Nilai Aktual}-\text{Nilai Minimum}}{\text{Nilai Maksimum}-\text{Nilai Minimum}}$$

Cara perhitungannya yaitu nilai aktual dilihat dari indikator di tahun tersebut dikurangi nilai minimum dalam kurun waktu periode penelitian dibagi dengan nilai maksimum dalam kurun waktu periode penelitian dikurangi nilai minimum kurun waktu periode penelitian.

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 penetapan potensi yang dimiliki. Dengan potensi yang ada di daerah tersebut maka akan didapatkan salah satu besarnya potensi yang dimiliki daerah tersebut.

2. Melakukan penghitungan indeks komposit dari kedelapan indikator yang menentukan daya saing pariwisata

$$Y_k^c = \frac{1}{n \sum X_c^i}$$

Keterangan

Y_k^c : Indeks Komposit

n : Jumlah tahun dalam penelitian

i : Variabel

$\sum X_c^i$: 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.

3. Menghitung indeks daya saing pariwisata

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

Keterangan:

Z^c : Daya saing pariwisata

Y_k^c : Indeks komposit

$\sum W_k$: Perhitungan Penjumlahan Indeks Komposit

Dalam penyusunan indeks faktor daya saing seperti persamaan di atas, pastikan bahwa indeks variabel penyusunnya sesuai dengan prinsip konsistensi. Bahwa analisis setiap variabel bersifat searah. Menurut Craigwell (2007), *Rating scale* yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Tabel 7. Skala Daya Saing

Kategori	Skala
Tidak ada daya saing	0-0,20
Daya saing sedang	0,20-0,40
Daya saing cukup	0,40-0,60
Daya saing baik	0,60-0,80
Daya saing sangat baik	0,80-1,00

Sumber : Craigwell, 2007

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang dilakukan maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan perhitungan *Competitiveness Monitor* (CM) maka didapat bahwasanya secara Secara umum keseluruhan Indikator pariwisata di Provinsi Lampung memiliki kemampuan yang sangat rendah dikarenakan indikator-indikator tersebut menunjukkan nilai “<0,20”.
2. Perbandingan dengan provinsi lain Indeks daya saing pariwisata Provinsi Lampung secara keseluruhan lebih memiliki kemampuan berdaya saing lebih rendah dibandingkan Provinsi Banten dan Sumatera Selatan.

5.2 Saran

1. Pengembangan sektor pariwisata di Provinsi Lampung membutuhkan lebih banyak promosi. Selain dukungan lembaga promosi, brosur, situs, promosi ke luar negeri, dan fam trips, fasilitas pariwisata termasuk infrastruktur merupakan faktor pendukung untuk meningkatkan pariwisata di daerah yang dapat memberikan kontribusi signifikan kepada pertumbuhan ekonomi daerah.
2. Meningkatkan kualitas lingkungan, khususnya di daerah wisata, menuntut keterlibatan seluruh pemangku kepentingan, tidak saja para pelaku usaha dan pemerintah, tetapi juga semua komponen masyarakat yang menjadi sistem besar yang melingkupi kepariwisataan itu sendiri.

3. Meningkatkan Infrastruktur jalan raya di Lampung, khususnya di wilayah kabupaten harus ditingkatkan, tidak saja kualitasnya tetapi juga jangkauannya. Pemerintah kabupaten seharusnya berusaha meningkatkan status jalan raya menjadi akses utama menuju ke objek-objek wisata unggulan dari sekedar jalan poros desa menjadi jalan kabupaten, tentu saja berikut kualitasnya.
4. Pemerintah juga harus berperan dalam pengembangan pariwisata. Selain lebih banyak berkonsultasi dengan sektor swasta sebelum merumuskan kebijakan baru, pemerintah juga dituntut membangun kemitraan dengan sektor swasta, meningkatkan keamanan di jalan dan pelayanan kesehatan, serta berbagai hal pendukung pariwisata.
5. Pemerintah Provinsi Lampung perlu melakukan Perencanaan yang matang yang didukung oleh kebijakan dan program-program yang lebih fokus untuk mendorong perkembangan pariwisata Lampung perlu secara terus menerus dilakukan untuk dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Provinsi Lampung.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (BPS), diakses dari <https://lampung.bps.go.id/>, Lampung dalam Angka 2021
- Kementerian Pariwisata & Ekonomi Kreatif, Diakses dari <https://kemenparekraf.go.id/>, Statistik Wisatawan Mancanegara dan Nusantara tahun 2019
- Damanik & Weber. 2006. Perencanaan Ekowisata: Dari Teori ke aplikasi. Andi Offset, Yogyakarta.
- Damardjadi, R.S. 2002 . Istilah-Istilah Pariwisata. Prandnya Paramita, Jakarta.
- Pamungkas, A. M. A. (2018). Analisis Daya Saing Pariwisata di Kabupaten Simalungun untuk Meningkatkan Ekonomi Daerah.
- Peraturan Menteri Pendidikan Nasional No. 41 Tahun 2007 tentang Standar Proses
- Persada, C. (2018). Perencanaan Pariwisata Dalam Pembangunan Wilayah Berkelanjutan.
- Porter, M. (1990). Competitive Advantage of Nations. *Competitive Intelligence Review*, 1(1). <https://doi.org/10.1002/cir.3880010112>
- Putri, R. C. F., & PURWANTI, E. Y. (2014). Analisis Daya Saing Industri Pariwisata Di Kabupaten Jepara Untuk meningkatkan Ekonomi Daerah (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Republik Indonesia. 2007. “Peraturan Menteri Pendidikan Nasional No 41 Tahun 2007 Tentang Standar Proses Untuk Satuan Pendidikan Dasar Dan Menengah”, Jakarta.
- Spillane, James J., 1987. Ekonomi Pariwisata: Sejarah dan Prospeknya. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Tangkilisan, H. N. S. (2003). Strategi Keunggulan Pelayanan Publik = Manajemen Sumber Daya Manusia Birokrasi Publik. Lukman Offset.

- Porter, M. (1990). Competitive Advantage of Nations. *Competitive Intelligence Review*, 1(1). <https://doi.org/10.1002/cir.3880010112>
- Tarigan, & Robinson. (2005). Ekonomi Regional Teori dan Aplikasi.(Vol. 29, Issue 14).
- Trisnawati, R., Wiyadi, & Priyono, E. (2008). Analisis Daya Saing Industri Pariwisata Untuk Meningkatkan Ekonomi Daerah: (Kajian Perbandingan Daya Saing Pariwisata Antara Surakarta Dengan Yogyakarta). *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 13(2).
- Wahab, S. (2003). Manajemen Kepariwisata - Tourism Management. In *1. PARIWISATA, INDUSTRI - MANAJEMEN, Manajemen kepariwisataan / oleh Salah Wahab ; alih bahasa Frans Gromang*.
- World Economic Forum. (2017). Travel and Tourism Competitiveness Report 2017 - Reports - World Economic Forum. In *Denmark: Travel & Tourism Competitiveness Index*.
- WTTC. (2017). Travel & Tourism Economic Impact 2017 WORLD. In *World Travel & Tourism Council*.
- Yoeti, O. A. (2002). Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata. In *Jakarta: Pradnya Paramita, 2002 (Issue 4611)*.
- Yoety, O. A. (2008). *Ekonomi pariwisata: introduksi, informasi, dan aplikasi*. Penerbit Buku Kompas. <https://books.google.co.id/books?id=ca5Yky1130gC>