

**ANALISIS DAYA SAING INDUSTRI PARIWISATA DI
KABUPATEN JEPARA UNTUK MENINGKATKAN EKONOMI
DAERAH**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)

Pada program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Universitas Diponegoro

Disusun Oleh :

REBECCA CHRISTINA FEBRIYANTI PUTRI

NIM. C2B009047

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2014

Nama Penyusun : Rebecca Christina Febriyanti Putri

Nomor Induk Mahasiswa : C2B009047

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / IESP

Judul Skripsi : **“ANALISIS DAYA SAING
INDUSTRI PARIWISATA DI
KABUPATEN JEPARA UNTUK
MENINGKATKAN EKONOMI
DAERAH**

Dosen Pembimbing : Evi Yulia Purwanti, SE., MSi,

Semarang, 14 Februari 2014

Dosen Pembimbing,

(Evi Yulia Purwanti, SE., MSi,)

NIP. 19710725 199702 2001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Rebecca Christina Febriyanti Putri
Nomor Induk Mahasiswa : C2B009047
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / IESP
Judul Skripsi : **“ANALISIS DAYA SAING
INDUSTRI PARIWISATA DI
KABUPATEN JEPARA UNTUK
MENINGKATKAN EKONOMI
DAERAH**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal

Tim Penguji:

1. Evi Yulia Purwanti, SE., MSi, (.....)
2. Drs.H.Edy Yusuf AG,M.Sc,Ph.D (.....)
3. Banatul Hayati, SE., M.Si (.....)

Semarang, 14 Februari 2014

Pembantu Dekan I,

(Anis Chariri, S.E, M.Com, Ph.D, Akt)

NIP. 19670809 199203 1001

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Rebecca Christina Febriyanti Putri menyatakan bahwa skripsi dengan judul: Analisis Daya Saing Industri Pariwisata di Kabupaten Jepara untuk Meningkatkan Ekonomi Daerah, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau symbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan yang saya salin, tiru, atau saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan tulisan aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 14 Februari 2014

Yang membuat pernyataan,

(Rebecca Christina F.P)

NIM : C2B009047

ABSTRACT

Tourism is the country's third- largest foreign exchange earner after oil and textiles. It is one of support in the development of tourism activities to be an important industry. In global rankings, the tourism industry is now an important industry as the largest contributor in the international trade of goods and services in addition to exporting. Jepara regency has potential has yet to be optimized until now, the potential for tourism. Jepara regency is one of the few areas that have become a tourist attraction and one of the tourist destinations in Central Java Province. That intersect with the existence of Jepara Java Sea make this district has a natural charm beautiful beaches. In this regard it can be seen how the Departement of Tourism and Culture Jepara in its efforts to cultivate local industries in the tourism sector.

The purpose of this study is to analyze the competitiveness and analyze the factors of competitiveness of the tourism industry in Jepara district which has many potential. To measure the competitiveness of the tourism industry can use variables competitiveness by using eight indicators including Human Tourism Indicator (HTI), Price Competitiveness Indicator (PCI), Infrastructure Development Indicator (IDI), Environment Indicator (EI), Technology Advancement Indicaor (TAI), Human Resources Indicator (HRI), Openess Indicator (OI) and the Social Development Indicator (SDI). This study uses secondary data. The method of analysis used in this study is the tourism index, a composite index and tourism competitiveness index .

The analysis showed that the competitiveness of the tourism industry of the eight determinants of competitiveness indicators demonstrate the ability of low competitiveness, so that said tourism competitiveness in Jepara is low.

Keywords : *Tourism, Competitiveness, Jepara, Tourism Index, Composite Index, Tourism Competitiveness Index.*

ABSTRAKSI

Pariwisata merupakan penghasil devisa negara nomor tiga setelah minyak dan tekstil. Hal tersebut merupakan salah satu penunjang dalam pembangunan kegiatan pariwisata untuk dijadikan industri yang penting. Pada peringkat global, industri pariwisata kini merupakan industri penting sebagai penyumbang terbesar dalam perdagangan internasional selain ekspor barang dan jasa. Kabupaten Jepara mempunyai potensi yang sampai saat ini belum dioptimalkan, yaitu potensi pariwisata. Kabupaten Jepara merupakan salah satu daerah yang mempunyai beberapa obyek wisata dan menjadi salah satu destinasi wisata di Provinsi Jawa Tengah. Keberadaan Jepara yang bersinggungan dengan Laut Jawa menjadikan Kabupaten ini mempunyai pesona alam pantai yang indah. Berkaitan dengan hal tersebut maka dapat diketahui bagaimana Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara dalam upayanya untuk menumbuh kembangkan industri di sektor pariwisata daerah.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis ukuran daya saing dan menganalisis faktor-faktor daya saing industri pariwisata di Kabupaten Jepara yang memiliki berbagai potensi. Untuk mengukur daya saing industri pariwisata dapat menggunakan variabel daya saing dengan menggunakan kedelapan indikator diantaranya *Human Tourism Indicator (HTI)*, *Price Competitiveness Indicator (PCI)*, *Infrastructure Development Indicator (IDI)*, *Environment Indicator (EI)*, *Technology Advancement Indicaor (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 pariwisata, indeks komposit dan indeks daya saing pariwisata.

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.

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

KATA PENGANTAR

Syukur yang teramat dalam penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Kuasa Allah SWT pemilik alam semesta atas segala nikmat dan rahmat-Nya, sehingga penulis mempunyai semangat dan kekuatan untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Skripsi ini berjudul “Analisis Daya Saing Industri Pariwisata di Kabupaten Jepara untuk Meningkatkan Ekonomi Daerah” ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

Dalam kesempatan ini, dengan kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada yang terhormat :

1. Kedua orang tua, Alm.Wibowo Sutrisno (Papa) dan Ibu Ida Widijanti (Mama), yang selalu mendoakan, memotivasi, mengarahkan dan membimbing penulis tanpa kenal lelah. Terima kasih atas kesabaran dan limpahan kasih sayangnya kepada penulis sampai sekarang ini.
2. Ibu Evi Yulia Purwanti, S.E, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar, bijaksana, serta sistematis membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih untuk waktu, tenaga, pikiran, tawa, kritik dan saran yang telah ibu berikan untuk penulis.
3. Bapak Dr. Hadi Sasana, S.E, M.Si selaku Ketua Jurusan IESP Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
4. Bapak Prof. Dr. Purbayu Budi Santosa, M.S. selaku Dosen Wali atas segala arahnya selama saya menempuh pendidikan.
5. Bapak Prof. Drs. H. Mohammad Nasir, M.Si, Akt, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro .
6. Bapak dan Ibu Staf Pengajar Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Universitas Diponegoro, yang telah banyak memberikan dan mengajarkan berbagai ilmu pengetahuan selama saya menempuh pendidikan.
7. Petugas BPS yang setia membantu saya ketika kesulitan mencari data di Badan Pusat Statistik Jawa Tengah.
8. Staf bidang industri dan Staf tata usaha Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara. terima kasih telah membantu memberikan data-data yang penulis butuhkan.
9. Pihak Badan Perencanaan dan Pembangunan daerah Kabupaten Jepara. Terima kasih telah membantu penulis melancarkan segala urusan tentang skripsi penulis dan membantu memberi data yang penulis butuhkan.
10. Budiman Nur Hidayat, bisa disebut pendamping yang luar biasa karena bisa menjadi sahabat, kakak, teman, musuh dan penghibur penulis di saat pikiran penulis sedang kacau. Terima kasih untuk semangat, dukungan dan inspirasinya yang senantiasa memberikan banyak hal yang positif bagi penulis. Semoga kebaikan selalu bersama kita.
11. Sahabat penulis Anita Nur Millah dan Diana Indah Pertiwi. Teman bermain, teman belajar, teman diskusi, teman jalan-jalan, teman curhat, dan teman segalanya. Terimakasih untuk dukungan dan persahabatan

selama kuliah, merasakan sedih dan senang yang kita alami bersama. Semoga persahabatan kita tetap terjalin sampai akhir hayat.

12. Dien Rusda Arini, pembimbing kedua penulis. Orang yang selalu ada di saat penulis mengalami kesulitan dalam mengerjakan skripsi. Orang yang mau direpotkan setiap saat, tanpa mengenal lelah. Terima Kasih Jupe..
13. Teman-teman kontrakan: permadani, triana, tyas, vrili, danish, upil, widi, pipit, wina, icha. Terimakasih untuk segalanya. Semoga kita bisa sukses mencapai cita-cita masa depan bersama. Serta Keluarga besar IESP FEB UNDIP 2009. Terima kasih atas tawa, duka, kerjasama dan kekompakannya selama ini
14. Teman-teman KKN Tim 1 desa Cacaban Kec. Singorojo, Kendal. Teman-teman yang sangat luar biasa bagi hidup penulis ini adalah David, Desha, Nana, Ega, Adit, Agus, Fajri, Nelly, Nurul, Iqbal, Lele, Dedy. Love Cabulers

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Dengan segenap kerendahan hati, penulis berharap semoga segala kekurangan yang ada pada skripsi ini dapat dijadikan bahan pembelajaran untuk penelitian yang lebih baik di masa yang akan datang, dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca umumnya.

Semarang, 14 Februari 2014

Penulis

Rebecca Christina Febriyanti Putri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	11
1.4 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Daya Saing	14
2.1.2 Industri Pariwisata.....	16
2.1.3 Pariwisata	17
2.1.4 Dampak Positif Pariwisata bagi Perekonomian	33
2.2 Penelitian Terdahulu	37
2.3 Kerangka Pemikiran.....	40
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	45
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	49
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	50
3.4 Metode Analisis Data.....	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian.....	53
4.1.1 Kondisi Geografis	53
4.1.2 Keadaan Demografis	56
4.1.3 Kondisi Ekonomi	58
4.1.4 Potensi Pariwisata Kabupaten Jepara.....	60
4.1.5 Perkembangan Pariwisata di Kabupaten Jepara.....	61
4.1.6 Profil Indikator Penentu Daya Saing Pariwisata.....	62
4.2 Deskripsi Variabel	72
4.2.1 Daya Saing	72

4.3 Analisis Data dan Pembahasan	82
4.3.1 Indeks Pariwisata.....	82
4.3.2 Index Composit	88
4.3.3 Indeks Daya Saing Pariwisata.....	90
BAB V PENUTUP.....	92
5.1 Kesimpulan dan Saran	91
5.1.1 Kesimpulan	91
5.1.2 Keterbatasan Penelitian.....	93
5.1.3 Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	97

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Kunjungan dan Pertumbuhan Pengunjung Obyek Wisata Kab.Jepara Tahun 2007-2011 (lima tahun terakhir)	5
Tabel 1.2	Perkembangan Sarana dan Prasarana Pariwisata di Kabupaten Jepara Tahun 2007-2011	7
Tabel 1.3	Perkembangan Jumlah Kamar Hotel di Kabupaten Jepara Tahun 2006-2010.....	8
Tabel 1.4	Sumbangan Penerimaan Daerah Sektor Pariwisata terhadap PAD Kab.Jepara Tahun 2007-2011.....	9
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	40
Tabel 3.1	Parameter, Sumber Data dan Kegunaan.....	46
Tabel 4.1	Luas daerah Menurut Kecamatan di Kabupaten Jepara	55
Tabel 4.2	Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur	56
Tabel 4.3	Penduduk Umur 10 Tahun Ke Atas yang Bekerja Menurut Lapangan Usaha tahun 2007-2011	57
Tabel 4.4	Angka Perkembangan PDRB atas Harga Berlaku dan Harga Konstan Tahun 2000-2011	59
Tabel 4.5	Data Kunjungan Jumlah Turis di Kab. Jepara Tahun 2007-2011 .	63
Tabel 4.6	Jenis dan Harga Hotel Bintang di Kab. Jepara.....	64
Tabel 4.7	Rata-rata Lama Menginap di Hotel Tahun 2007-2011	65
Tabel 4.8	Pendapatan Asli daerah (PAD) Tahun 2007-2011 di Kab.Jepara.	66
Tabel 4.9	Banyaknya Pelanggan Telepon di Kab.Jepara Tahun 2007-2011	68
Tabel 4.10	Penduduk Berumur 10 Tahun Ke Atas Kemampuan Membaca dan Menulis di Kab.Jepara Tahun 2007-2011	69
Tabel 4.11	Tingkat Pendidikan Penduduk Kab.Jepara (10 Tahun Ke Atas) Tahun 2007-2011	69
Tabel 4.12	Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Obyek Wisata di Kab.Jepara Tahun 2007-2011	71
Tabel 4.13	Hasil Indeks Daya Saing Kab.Jepara Tahun 2007-2011.....	75
Tabel 4.14	Hasil Indeks Pariwisata	84
Tabel 4.15	Hasil Indeks Daya Saing Pariwisata	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikiran Teoritis	44
Gambar 4.1 Peta Daerah Kabupaten Jepara.....	54

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Tingkat Pendidikan Penduduk Kab.Jepara Tahun 2007-2011	58
Grafik 4.2 Laju Pertumbuhan Ekonomi Sektoral Tahun 2007-2011	60
Grafik 4.3 Jumlah Penduduk Kab.Jepara Tahun 2007-2011	64
Grafik 4.4 Luas daerah Per Kecamatan di Kab.Jepara.....	67
Grafik 4.5 Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kab.Jepara Tahun 2007-2011.....	70
Grafik 4.6 Lama Turis Menginap di Kab.Jepara Tahun 2007-2011	71

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata di Indonesia saat ini telah tumbuh dan berkembang seiring berjalannya waktu. Pariwisata merupakan sebuah industri jasa yang digunakan sebagai salah satu pendorong perekonomian dunia. Pariwisata merupakan industri dengan pertumbuhan yang cepat di dunia. Baik itu berupa peristiwa ataupun situasi yang terjadi dalam berbagai bidang dengan aspek kehidupan dan lingkungannya.

Di Indonesia, pariwisata merupakan penghasil devisa negara nomor tiga setelah minyak dan tekstil. Hal ini juga dijelaskan oleh 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. Sehingga berkaitan dengan kehidupan manusia yang serba ingin tahu mengenai sesuatu. Hal tersebut merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan penerimaan daerah, yaitu dengan mengoptimalkan potensi dalam industri pariwisata. Kegiatan pariwisata tersebut dijadikan industri yang penting serta berusaha mempersiapkan berbagai fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan dari rasa ingin tahu manusia akan informasi dan pengetahuan.

Upaya yang dapat dilaksanakan untuk menumbuh kembangkan industri pariwisata diantaranya pengadaan sarana akomodasi yang memadai, promosi baik disisi pemerintah maupun swasta, kemudahan perjalanan, penambahan dan

pengembangan kawasan pariwisata, mengupayakan produk-produk baru di obyek wisata, penyiapan jaringan pemasaran internasional dan penyiapan sumber daya manusia yang berkualitas. Pada peringkat global, industri pariwisata kini merupakan industri penting sebagai penyumbang terbesar dalam perdagangan internasional selain ekspor barang dan jasa. Bagi daerah industri ini merupakan penyokong dari Pendapatan Asli Daerah (PAD). Berkembangnya sektor ini akan membawa dampak yang cukup besar pada industri-industri yang terkait seperti hotel, rumah makan, biro travel dan UKM di daerah-daerah kunjungan wisata. Saat ini sektor pariwisata juga menjadi perhatian pemerintah untuk dikembangkan karena sekarang ini sektor pariwisata sebagai tulang punggung perekonomian negara karena sektor pariwisata dapat meningkatkan pertumbuhan, meningkatkan lapangan kerja, mengurangi kemiskinan dan melestarikan lingkungan.

Bagi Jawa Tengah, industri pariwisata merupakan salah satu sektor jasa yang sangat penting untuk dikembangkan. Usaha menumbuh kembangkan industri pariwisata di Indonesia didukung dengan UU No.9 Tahun 1990 yang menyebutkan bahwa “Keberadaan objek wisata pada suatu daerah akan sangat menguntungkan, antara lain meningkatnya Pendapatan Asli Daerah (PAD), meningkatkan rasa cinta lingkungan, serta melestarikan alam dan budaya setempat”. Perkembangan suatu daerah pada dasarnya selaras dengan tingkat perkembangan penduduk dan kegiatannya yang merupakan elemen-elemen penunjang dalam perkembangannya. Bukan hanya mempunyai berbagai macam

produk dan sumberdaya saja, tetapi juga harus dikelola secara efisien dan menciptakan kerjasama jangka menengah dan panjang.

Pariwisata dapat digambarkan sebagai produk bersaing bila daerah tujuan wisata menarik, kompetitif dari segi kualitas, dibandingkan dengan produk dan jasa dari daerah tujuan wisata lain. Daya saing sektor pariwisata adalah kapasitas usaha pariwisata untuk menarik pengunjung asing maupun domestik yang berkunjung pada suatu tujuan wisata tertentu. Peningkatan daya saing dapat dicapai dengan memanfaatkan sumberdaya yang ada, meningkatkan kapabilitas pengelolaan sehingga mempunyai daya saing (Grant, 1991). Adanya peningkatan daya saing daerah tujuan wisata semakin menarik, sehingga dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung. Industri pariwisata juga memberikan pendapatan bagi pemerintah melalui pajak hotel dan restoran, pajak hiburan, pajak parkir, pajak akomodasi dan pajak-pajak lainnya. Disamping itu, industri pariwisata juga mendorong investasi pada infrastruktur di daerah kunjungan wisata seperti penyempurnaan jalan, pemeliharaan museum, monumen, kawasan wisata dan berkembangnya pusat-pusat perbelanjaan.

Jepara yang berada di Pantai Utara Timur Jawa Tengah yang letaknya kurang strategis membuat Jepara tidak berada pada jalur lintas utama ekonomi. Kabupaten Jepara mempunyai potensi yang sampai saat ini belum dioptimalkan, yaitu potensi pariwisata. Potensi pariwisata yang dapat dikunjungi wisatawan mulai dari wisata alam, wisata buatan, wisata sejarah, wisata religi, wisata kuliner, wisata minat khusus serta potensi budaya. Kabupaten Jepara merupakan salah satu destinasi wisata di Provinsi Jawa Tengah. Keberadaan Jepara yang

bersinggungan dengan Laut Jawa menjadikan kabupaten ini mempunyai pesona alam pantai yang indah. Oleh karena itu agar daerah Jepara tidak tertinggal dengan daerah lain maka harus memiliki keunggulan komparatif yang memiliki nilai kompetitif tinggi dan dibangun di atas potensi yang dimilikinya, sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan dapat dimanfaatkan untuk kesejahteraan masyarakatnya. Kabupaten Jepara mempunyai potensi yang kuat untuk pengembangan daerah tujuan wisata. Kawasan ini sebagai pusat pertumbuhan ekonomi dan perdagangan yang diharapkan memberikan efek positif bagi daerah-daerah sekitar. Mengembangkan wilayah tertentu sebagai pusat pertumbuhan akan memberikan dampak pertumbuhan (*trickle down effect*) pada daerah-daerah sekitarnya sehingga pengembangan pariwisata di Jepara juga diharapkan dapat mendorong industri pariwisata daerah lain.

Untuk itulah wisatawan nusantara (wisnus) perannya sangat besar dalam menumbuhkan dan mengembangkan obyek-obyek wisata yang nantinya diharapkan akan dikunjungi oleh wisatawan mancanegara (wisman). Obyek-obyek wisata yang sering dan padat dikunjungi oleh wisnus akan memperoleh manfaat lebih besar dibandingkan dengan yang jarang dikunjungi wisnus.

Peran wisatawan nusantara sangat penting untuk peningkatan jumlah kunjungan wisatawan pada obyek wisata di Jepara dilihat dari tahun 2007-2011 atau lima tahun terakhir. Keseluruhan data jumlah kunjungan dan pertumbuhan pengunjung obyek wisata Kabupaten Jepara dapat dilihat pada Tabel 1.1

Tabel 1.1.
Jumlah Kunjungan dan Pertumbuhan Pengunjung Obyek Wisata Kab. Jepara
Tahun 2007-2011 (lima tahun terakhir)

Obyek Wisata	2007		2008		G(%)	2009		G(%)	2010		G (%)	2011		G (%)
	Wisnu (orang)	Wisman (orang)	Wisnu (orang)	Wisman (orang)		Wisnu (orang)	Wisman (orang)		Wisnu (orang)	Wisman (orang)		Wisnu (orang)	Wisman (orang)	
Museum Kartini	12.664	36	13.549	176	8,1	9.749	103	-28,2	4.080	248	-56,1	3.317	123	-20,5
Pantai Kartini	236.719	481	211.478	492	-10,6	233.282	404	10,2	66.257	1.801	-70,9	19.1739	7.162	192,3
Pantai Tirto Samudra	102.749	708	109.406	1.518	7,2	202.515	1.122	83,6	45.899	2.410	-76,3	139.896	6.144	202,3
Makam & Masjid Mantingan	378.150	0	480.252	0	27,0	373.953	0	-22,1	51.949	20	-86,1	220.871	54	325,1
Benteng Portugis	29.496	29	31.041	17	5,2	27.999	46	-9,7	9.734	160	-64,7	29.072	226	196,1
Pulau Panjang	9.342	72	11.289	0	19,9	10.374	155	-6,7	6.645	157	-35,4	7.961	12	17,2
Taman Nasional Laut Karimunjawa	6.669	671	7837	2.149	36,0	12.812	879	37,1	15.070	1.567	21,5	37.208	2.016	135,8
Sonder/Kalinyamatan	103.100	0	139.210	0	35,0	147.861	0	6,2	25.632	32	-82,6	0	0	-100
Air Terjun Songgolangit	2.898	12	6.170	19	112,7	11.181	6	80,8	2.650	32	-76,0	8.003	0	198,4
Monumen Ari-Ari Kartini	737	27	762	3	0,1	2.990	0	290,8	5.091	45	71,8	4.844	54	-4,6
Jumlah	882.524	2.036	1.010.994	4.374	14,7879	1.032.716	2.715	1,98	233.007	6.472	-76,9	642.911	15.791	175,1

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Jepara, 2011

Dapat dilihat pada Tabel 1.1 diketahui bahwa perkembangan jumlah kunjungan turis yang berkunjung ke Kabupaten Jepara cenderung fluktuatif. Penurunan yang sangat tajam terjadi pada tahun 2010 sebesar -76,9% dengan jumlah turis 239.549 orang. Sampai pada tahun 2011 mengalami kenaikan sebesar 175,1% dengan jumlah turis 658.702 orang. Wisatawan nusantara pada tahun 2007-2011 mendominasi kunjungan obyek wisata dibandingkan wisatawan mancanegara. Obyek wisata Pantai Kartini banyak diminati oleh wisatawan nusantara karena wisata tersebut menyuguhkan potensi alam yang indah sehingga obyek wisata tersebut masuk ke dalam data Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara pada peringkat pertama dengan jumlah pengunjung terbanyak. Sementara wisatawan mancanegara lebih meminati Pantai Tirto Samudra (Bandengan) dibandingkan pantai kartini, karena pantai tirto samudra banyak menyediakan fasilitas seperti pasir putih, ATV, banana boat, kano, rumah makan seafood, gazebo, mushola, souvenir shop, perahu wisata dan resort sehingga wisatawan mancanegara lebih menyukai wisata alam ini.

Dari Tabel 1.1 diketahui bahwa perkembangan jumlah wisnus yang berkunjung ke Kabupaten Jepara untuk menikmati obyek wisata yang ada jauh lebih besar dibandingkan dengan jumlah wisman. Jumlah penurunan wisnus yang sangat tajam terjadi pada tahun 2010 sebesar 233.007 orang.

Salah satu faktor pendorong peningkatan jumlah kunjungan wisatawan adalah memiliki sarana dan prasarana pariwisata, faktor tersebut dapat meningkatkan jumlah presentase kunjungan wisatawan. Sarana dan prasarana pariwisata kabupaten Jepara dapat dilihat pada Tabel 1.2

Tabel 1.2
Perkembangan Jumlah Sarana dan Prasarana Pariwisata
di Kabupaten Jepara Tahun 2007-2011 (lima tahun terakhir)

Uraian	Satuan	2007	2008	2009	2010	2011
Biro Perjalanan (Tour & Travel)	Buah	9	8	13	17	17
Hotel Berbintang	Buah	2	2	2	2	2
Hotel Non Bintang	Buah	46	33	33	40	41
Rumah Makan/Kafe/Kedai	Buah	13	18	42	43	43
Angkutan Pariwisata						
Kapal Pesiar	Buah	0	0	0	0	0
Perahu Wisata	Buah	40	40	40	40	40
Bus Pariwisata	Buah	39	39	39	39	39
Lainnya (Kapal Kaca)	Buah	1	1	1	3	3
Tenaga Kerja yang Terserap						
Biro Perjalanan (T & T)	Orang	35	36	45	61	77
Hotel Berbintang	Orang	122	122	122	122	122
Hotel Non Bintang	Orang	162	162	162	187	214
Rumah Makan/Kafe/Kedai	Orang	0	72	138	141	144
Kapal Pesiar	Orang	0	0	0	0	0
Perahu Wisata	Orang	40	40	40	40	40
Bus Pariwisata	Orang	78	78	78	78	78
Lainnya (Kapal Kaca)	Orang	2	2	2	3	3

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab.Jepara, 2011

Pemanfaatan sarana dan prasarana tersebut dilakukan karena dapat meningkatkan permintaan dan peningkatan pariwisata di Kabupaten Jepara. Data pada Tabel 1.2 menunjukkan bahwa lima tahun terakhir jumlah hotel berbintang memiliki sebanyak 2 buah hotel dibandingkan dengan hotel non bintang sebanyak 46 buah pada tahun 2007, 33 buah pada tahun 2008 dan 2009, 40 buah pada tahun 2010 serta 41 buah pada tahun 2011. Selain penginapan, juga terdapat angkutan pariwisata diantaranya perahu wisata sebanyak 40 buah, bus pariwisata sebanyak 39 buah dan kapal lainnya sebanyak 1 buah.

Tersedianya sarana prasarana dapat menunjang daya saing industri pariwisata tersebut sehingga menarik wisatawan baik wisnus maupun wisman

untuk berkunjung ke obyek wisata di Jepara. Banyaknya wisatawan yang berkunjung ini juga menjadi pemicu penambahan fasilitas atau sarana penunjang pariwisata yang memadai seperti penginapan.

Tabel 1.3
Perkembangan Jumlah Kamar Hotel
Di Kabupaten Jepara Tahun 2006-2010

Uraian	Satuan	2006	2007	2008	2009	2010
Hotel Bintang Tiga	Buah	130	130	80	80	94
Hotel Bintang Satu	Buah	140	140	63	63	62
Hotel Melati, Resort, Losmen	Buah	225	225	264	264	298
Pondok Wisata/Homestay	Buah	120	120	114	114	138
Jumlah	Buah	615	615	521	521	592

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Jepara, 2010

Hotel adalah tempat yang disediakan bagi para wisatawan untuk menginap dan beristirahat selama mereka berkunjung di tempat wisata. Hotel merupakan sarana akomodasi yang sangat diperlukan wisatawan sebelum melakukan suatu perjalanan. Pada Tabel 1.2 dalam sarana dan prasarana diketahui bahwa jumlah hotel dari tahun 2006-2010 tetap. Namun pada Tabel 1.3 perkembangan jumlah kamar hotel mengalami peningkatan pada tahun 2008 dan 2010 untuk hotel bintang tiga sedangkan untuk hotel bintang satu mengalami penurunan jumlah kamar hotel pada tahun 2008 dan 2010.

Peningkatan yang terjadi pada jumlah hotel dan peningkatan kunjungan wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata berdampak positif bagi kesejahteraan masyarakat sekitar karena dapat memberikan kontribusi terhadap pendapatan daerah Kabupaten Jepara. dari pendapatan daerah yang ada, kontribusi industri pariwisata dalam struktur PAD dapat dilihat pada Tabel

1.4 dijelaskan adanya sumbangan penerimaan daerah sektor pariwisata terhadap PAD Kabupaten Jepara.

Tabel 1.4
Sumbangan Penerimaan Daerah Sektor Pariwisata Terhadap PAD
Kabupaten Jepara Tahun 2007-2011

Tahun	Penerimaan Pendapatan Sektor Pariwisata	PAD Kab. Jepara	Kontribusi (%)
2007	463.283.963	64.342.554.250	0,72
2008	599.409.409	70.427.233.382	0,85
2009	824.874.419	71.948.111.248	1,15
2010	1.007.934.425	84.734.935.696	1,19
2011	1.120.124.086	103.683.328.842	1,08

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah, 2011
Data Sekunder, diolah 2014

Dari Tabel 1.1 dan 1.4 dapat dilihat bahwa sumbangan industri pariwisata Kabupaten Jepara terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Jepara selama lima tahun terakhir cenderung kecil. Industri pariwisata merupakan salah satu industri yang memegang peranan penting kedua dalam penerimaan daerah Kabupaten Jepara selain sektor industri perdagangan sebesar 27% (atas harga berlaku) terhadap PDRB pada tahun 2008, untuk itu perlu adanya pengembangan industri pariwisata baik itu obyek wisata atau fasilitas pendukung lainnya dengan berpedoman meningkatkan perekonomian daerah. Peranan sektor pariwisata terhadap perekonomian Kabupaten Jepara juga dapat dilihat dari kontribusinya terhadap pembentukan Pendapatan Asli Daerah. Kontribusi industri pariwisata ini dapat dilihat melalui pajak hotel dan restoran, pajak hiburan, dan pajak parkir.

Pariwisata sudah menjadi suatu industri yang populer terutama karena manfaat ekonomisnya sehingga setiap daerah mulai bersaing untuk mengembangkan potensi daerah yang dimiliki agar menjadi tujuan wisata.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang tersebut dapat dilihat bahwa Kabupaten Jepara memiliki potensi pariwisata yang besar untuk dikembangkan. Hal ini dapat dilihat melalui semakin berkembangnya sarana dan prasarana yang dimiliki dimulai dari jumlah hotel, jumlah kamar hotel dan angkutan pariwisata selama lima tahun terakhir. Namun potensi yang dimiliki masih kurang dimanfaatkan untuk meningkatkan perekonomian daerah Kabupaten Jepara sebagaimana terlihat pada Tabel 1.1 dan 1.4 yang menunjukkan bahwa selama lima tahun terakhir kontribusi penerimaan pendapatan daerah sektor pariwisata terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Jepara meningkat walaupun kecil tetapi mempunyai kecenderungan untuk mengembangkan potensi yang dimiliki.

Salah satu indikator yang digunakan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah dengan cara melihat tingkat daya saing industri pariwisata yang ada di Kabupaten Jepara dan sebagai penentu daya saing bersumber dari penerimaan pendapatan daerah sektor industri pariwisata. Penerimaan pendapatan daerah sektor industri pariwisata bersumber dari jumlah kunjungan dan perkembangan wisatawan ke obyek wisata, sarana dan prasarana yang diberikan, perkembangan jumlah kamar hotel dan perkembangan pendapatan dari sektor pariwisata yang terdiri dari pajak hotel dan restoran, pajak hiburan dan pajak parkir. Ini penting dilakukan untuk memberikan gambaran posisi daya saing pariwisata di daerah Kabupaten Jepara. Kondisi ini memberi gambaran pada kebijakan yang harus dilakukan oleh pemerintah daerah Kabupaten Jepara untuk mengembangkan sektor pariwisata dengan memperhatikan indikator-indikator

penentu daya saing. Oleh karena itu, perlu diadakan studi mengenai strategi untuk meningkatkan penerimaan daerah dari sektor industri pariwisata terhadap perkembangan jumlah wisatawan. Strategi tersebut untuk mengetahui apakah faktor-faktor seperti jumlah wisnus dan wisman, sarana dan prasana, angkutan pariwisata dan jumlah kamar hotel dapat mempengaruhi penerimaan daerah dari industri pariwisata. Hal ini penting dilakukan karena dengan memperhatikan indikator-indikator penentu daya saing pariwisata dapat dikaji kelebihan dan kekurangan daerah tersebut dalam mengembangkan industri pariwisata sebagai salah satu sumber PAD yang potensial.

Berdasarkan dari permasalahan di atas dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana cara mengukur daya saing industri pariwisata di Kabupaten Jepara?
2. Bagaimana menganalisis faktor-faktor yang dapat meningkatkan daya saing industri pariwisata di Kabupaten Jepara ?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis ukurandaya saing industri pariwisata di Kabupaten Jepara yang memiliki berbagai potensi.
2. Untuk menganalisis faktor-faktor yang dapat meningkatkan daya saing industri pariwisata di Kabupaten Jepara.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan informasi dan masukan bagi pengelola obyek wisata di Kabupaten Jepara mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan terhadap jumlah kunjungan ke obyek wisata yang ada di Kabupaten Jepara dan merumuskan kebijakan-kebijakan pengelolaan obyek wisata tersebut.
2. Sebagai referensi untuk penelitian-penelitian sejenis tentang kepariwisataan.

1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini terbagi menjadi lima bab yang tersusun sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, merupakan bagian pendahuluan yang berisi latar belakang, rumusan masalah yang menjadi dasar penelitian, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan laporan penelitian.

BAB II Tinjauan Pustaka, merupakan telaah pustaka yang terdiri dari landasan teori, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran yang digunakan.

BAB III Metode Penelitian, merupakan metode penelitian yang meliputi variabel penelitian dan definisi operasional, analisis jenis dan sumber data, prosedur pengumpulan data dan metode analisis data yang digunakan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini.

BAB IV Hasil dan Analisis, merupakan hasil dan analisis yang meliputi diskripsi obyek penelitian, analisis dan pembahasan.

BAB V Penutup, merupakan bab terakhir yang berisi simpulan dan saran atas dasar penelitian.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 LANDASAN TEORI

2.1.1 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.

2.1.1.1 Teori Daya Saing

Menurut Porter (1995) 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. 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 kuantitas pelaku ekonomi sehingga pertumbuhan ekonomi meningkat, (3) kepercayaan bahwa mekanisme pasar lebih menciptakan efisiensi.

2.1.1.2 Cara Menentukan Daya Saing

Berbagai cara dapat dilakukan untuk menentukan daya saing, antara lain :

1. Harga yang murah

Harga murah artinya tidak sekedar murah, namun tetap mempertahankan kualitas. Kualitas sama tapi harga yang lebih murah tentu saja lebih menguntungkan konsumen. Akan lebih baik lagi bila harga murah tetapi mampu memberikan kualitas yang lebih baik dibandingkan pesaing. Umumnya perusahaan yang menawarkan produk yang lebih murah adalah perusahaan yang umumnya dapat melakukan efisiensi. Dalam istilah Michael Potter, perusahaan mempunyai keunggulan dari segi biaya (*cost leadership*). Dengan efisiensi ini, perusahaan memperoleh margin yang sama atau lebih besar meskipun menetapkan harga yang murah karena biaya yang lebih kecil.

2. Diferensiasi

Melakukan diferensiasi berarti menawarkan atau melakukan hal yang berbeda dibandingkan dengan pesaing. Sesuatu yang ditawarkan berbeda, akan memberikan perhatian bagi konsumen. Berbeda, maksudnya bukan hanya sekedar berbeda, misalnya berbeda hanya dalam kemasan, tetapi perbedaan tersebut haruslah unik, atau bisa memberikan nilai tambah yang tidak bisa diberikan produk pesaing.

3. Pelayanan

Pelayanan juga dapat dijadikan suatu keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Perusahaan yang dapat memberikan *service excellence* dapat memuaskan pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Perusahaan-perusahaan

bersaing terutama dalam memanjakan pelanggannya, yaitu dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya.

2.1.2 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 (Yoeti, 1996:154) 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. Sedangkan menurut R.S Darmajadi tentang industri pariwisata adalah 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, 1996:153).

2.1.2.1 Permintaan Industri Pariwisata

Menurut G.A Schmoll (Yoeti, 1996:154) 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: DTW yang akan dikunjungi, hotel di mana akan menginap, pesawat yang akan digunakan, tempat-tempat yang akan dikunjungi dan berapa banyak uang yang harus dibawa.

Menurut Schmidhauser, 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 paket wisata yang disusun atas bermacam-macam produk yang berbeda dalam bentuk, fungsi dan manfaatnya.

Dalam rangka menarik kunjungan wisatawan pada suatu DTW (daerah Tujuan Wisata) ada dua hal yang perlu diperhatikan:

- 1) 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.
- 2) Informasi tentang faktor-faktor yang menentukan permintaan khususnya (*specific demand*) untuk dijadikan dasar dalam perencanaan pemasaran dan promosi pariwisata.

2.1.3 Pariwisata

2.1.3.1 Pengertian Pariwisata

Pariwisata berasal dari bahasa Sangsakerta, terdiri dari dua suku kata, yaitu “pari” dan “wisata”. Pari berarti banyak, berkali-kali atau berputar-putar,

sedangkan wisata berarti perjalanan, bepergian yang dalam hal ini sinonim dengan kata “travel” dalam bahasa Inggris (Yoeti, 1996:112).

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. Sedangkan dalam Irma dan Indah Susilowati (2004), 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.

Menurut terminologi 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*).

2.1.3.2 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:

- 1) Permintaan aktual atau efektif
- 2) *Suppressed demand* (permintaan yang ditunda)
- 3) Tidak ada permintaan

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

2.1.3.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Pariwisata

Pariwisata dipandang sebagai suatu jasa yang sangat disukai (*Preferred goods or services*), karena ia 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:

1. *Potensial Demand*, yaitu sejumlah orang yang berpotensi untuk melakukan perjalanan wisata, dan
2. *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*

a. *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.

b. *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.

c. *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.

d. *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.

e. *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.

2) *Determining Specific Demand Factors*

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

a) Harga

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

b) 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 sukung dengan fasilitas dan infrastruktur yang lengkap dan memadai.

c) 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.

d) 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.

e) 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. Keramahmatan tenaga kerja tujuan wisata juga perlu dipertimbangkan untuk menciptakan citra yang bagus di mata wisatawan.

2.1.3.4 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 pemandangan / cinderamata yang ada di daerah obyek wisata tersebut dengan kesesuaian tingkat harga yang telah ditentukan.

2.1.3.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penawaran Pariwisata

Ada empat aspek yang harus diperhatikan dalam penawaran pariwisata. Faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran pariwisata tersebut adalah sebagai berikut (Yoeti, 1996: 165):

a) *Attraction* (daya tarik)

Daerah tujuan wisata (selanjutnya disebut DTW) untuk menarik wisatawan pasti memiliki daya tarik, baik daya tarik berupa alam maupun masyarakat dan budayanya.

b) *Accesable* (transportasi)

Accesable dimaksudkan agar wisatawan domestik dan mancanegara dapat dengan mudah dalam pencapaian tujuan ke tempat wisata.

c) *Amenities* (fasilitas)

Amenities memang menjadi salah satu syarat daerah tujuan wisata agar wisatawan dapat dengan kerasan tinggal lebih lama di DTW.

d) *Ancillary* (kelembagaan)

Adanya lembaga pariwisata wisatawan akan semakin sering mengunjungi dan mencari DTW apabila di daerah tersebut wisatawan dapat merasakan keamanan, (protection of tourism) dan terlindungi.

2.1.3.6 Usaha Penawaran Pariwisata

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

- a. *Something to see* adalah obyek wisata tersebut harus mempunyai sesuatu yang bisa dilihat atau di jadikan 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. *Something to do* adalah agar wisatawan yang melakukan pariwisata di sana bisa melakukan sesuatu yang berguna 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.

- c. *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.

2.1.3.7 Jenis-Jenis Pariwisata

Menurut Yoeti (1996 : 126-127), pariwisata dapat dibedakan menurut Motif tujuan 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 ajsmani 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 di tepi pantai, di pegunungan, di pusat-pusat kesehatan) dengan tujuan menemukan kenikmatan yang diperlukan. Dengan kata lain mereka menyukai *health resort*.

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 menomen 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 Kesehatan (*Health Tourism*)

Yaitu jenis pariwisata yang tujuan perjalanannya adalah dalam rangka pengobatan atau memulihkan kesehatan di suatu negara atau tempat, seperti mengunjungi: *hot, spring, mud-bath, treatment by mineral water, treatment by hot sand* dan sebagainya.

5. Pariwisata Untuk Olah Raga (*Sport Tourism*)

Jenis ini dapat dibagi dalam dua kategori:

- a. *Big Sports Event*, yaitu peristiwa-peristiwa olah raga besar seperti Olympiade Games, kejuaraan ski sedunia, kejuaraan tinju dunia, dan lain-lain yang menarik perhatian tidak hanya pada olah ragawannya sendiri, tetapi juga ribuan penonton atau penggemarnya.
- b. *Sporting Tourism of the Pratitioners*, yaitu pariwisata olah raga bagi mereka yang ingin berlatih dan mempraktekkan sendiri, seperti pendakian gunung, olah raga naik kuda, berburu,

memancing, dan lain-lain. Negara yang memiliki banyak fasilitas atau tempat-tempat olah raga seperti ini tentu dapat menarik sejumlah besar penggemar jenis olah raga pariwisata ini.

6. Pariwisata Untuk Berkovens (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.

2.1.3.7 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. *Organited collective torism*, 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 Ekskursi

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 ekskursi 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*.

2.1.3.8 Pengertian Wisatawan

Kata wisatawan berasal dari bahas Sangsakerta, 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 di mana 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 wisanus.

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.

2.1.3.9 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:, p.186), mengatakan: “Prasarana kepariwisataan adalah semua fasilitas yang memungkinkan agar sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang sehingga dapat memberikan pelayanan untuk memuaskan lebutuhan 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 telepon, telegraf, radio, televisi
- d. Pelayanan kesehatan baik itu puskesmasmaupun rumah sakit

- e. Pelayanan keamanan baik itu pos satpam penjaga obyek wisata maupun pos-pos polisi untuk untuk menjaga keamanan di sekitar obyek wisata
- f. Pelayananwisatawan baik berupa pusat informasi ataupun kantor pemandu wisata
- g. Pom bensin
- h. Dan lain-lain

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, 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.
- e. Dan lain-lain

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

makan akan menyedot banyak pengunjung yang kelak akan berguna juga untuk peningkatan ekonomi baik untuk komunitas di sekitar obyek wisata tersebut maupun pemerintah daerah.

2.1.4 Dampak Positif Pariwisata bagi Perekonomian

Menurut I Gede Pitana (2009, p.185-186) 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.

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 menyasar 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

Diet 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 penangkap ikannya, 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 Monte carlo (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 dari pariwisata dimanfaatkan untuk membangun fasilitas penunjang.

8. Manajemen pengelolaan sumber daya sebagai sumber revenue bagi otoritas 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 penegluolaannya, 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.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai pariwisata dan daya saing industri pariwisata sudah banyak dilakukan sebelumnya. Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang membahas sektor/industri pariwisata, antara lain:

Trisnawati, et al (2007) dalam penelitiannya dalam analisis daya saing industri pariwisata antara Surakarta dengan Yogyakarta dengan menggunakan alat analisis competitiveness monitor menyatakan indeks daya saing pariwisata di Yogyakarta memiliki nilai lebih tinggi dibandingkan Surakarta. Berdasarkan *Price Competitiveness Indicator (PCI)*, Yogyakarta mempunyai indeks yang lebih tinggi dibandingkan Surakarta. Berdasarkan *Infrastructure Development Indicator (IDI)* menunjukkan bahwa pendapatan per kapita di kedua destinasi tersebut tidak berbeda secara nyata, namun pertumbuhan pendapatan perkapita Yogyakarta lebih

tinggi dibandingkan Surakarta. *Environment Indicator (EI)* menunjukkan bahwa tingkat kepadatan penduduk di kedua destinasi tersebut tidak berbeda secara nyata. *Technology Advancement Indicator (TAI)* menunjukkan indeks nilai Yogyakarta lebih tinggi. *Human Resources Indicator (HRI)* menunjukkan bahwa indeks pendidikan di destinasi Yogyakarta lebih tinggi dibandingkan Surakarta. *Openness Indicator (OI)* daya saing pariwisata destinasi Yogyakarta kembali menunjukkan angka yang lebih tinggi. Indikator terakhir, *Social Development Indicator (SDI)* menunjukkan bahwa rata-rata masa tinggal turis di Yogyakarta lebih lama dibandingkan Surakarta. Daya saing industri pariwisata Surakarta secara menyeluruh lebih rendah dibandingkan Yogyakarta. Indikator-indikator yang digunakan menunjukkan bahwa pariwisata Yogyakarta lebih unggul.

Yulianti (2009) dalam penelitiannya yang menganalisis faktor-faktor penentu daya saing dan preferensi wisatawan berwisata ke kota Bogor dengan menggunakan pendekatan *Porter's Diamond* dan metode probit menyebutkan bahwa potensi dan kondisi faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing kepariwisataan kota Bogor menarik dan beragam namun tidak diiringi jumlah kunjungan wisatawan yang terus meningkat. Hal ini dikarenakan fasilitas kepariwisataan masih kurang mendukung baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Selain itu juga anggaran yang dialokasikan pemerintah untuk pengembangan kepariwisataan maupun kuantitas kepariwisataan kota Bogor.

Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi wisatawan dalam berwisata ke kota Bogor menurut peneliti ini adalah variabel pendidikan, intensitas biaya, dan kenyamanan. Semua variabel signifikan pada taraf nyata 10 persen. Hal ini

memperlihatkan semakin besar nilai variabel-variabel tersebut maka semakin besar pula peluang wisatawan yang preferensi wisatanya ke kota Bogor. Oleh karena itu, strategi yang dapat direkomendasikan adalah peningkatan anggaran, promosi pariwisata serta koordinasi dengan pihak swasta yang lebih intens untuk memajukan kepariwisataan kota Bogor.

Sholeh (2010) dalam penelitiannya mengenai analisis daya saing dan pengaruh industri pariwisata terhadap perekonomian Kabupaten Bogor dengan menggunakan metode analisis Competitiveness Monitor untuk mengukur trend perkembangan daya saing dan metode regresi untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi PAD Pariwisata Kabupaten Bogor. Analisis pengaruh industri pariwisata terhadap pembentukan PAD menggunakan beberapa variabel, antara lain jumlah hotel, jumlah wisatawan dan pajak hiburan. Hasil analisis memperlihatkan semua variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap PAD Kabupaten Bogor.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Nama	Judul	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian
Trisnawati (2007)	Analisis Daya Saing Industri Pariwisata Untuk Meningkatkan Ekonomi Daerah (kajian perbandingan daya saing pariwisata antara Surakarta dengan Yogyakarta)	<i>Competitiveness Monitor (CM)</i>	Dayasaing industri pariwisata Surakarta secara menyeluruh lebih rendah dibandingkan Yogyakarta. Indikator-indikator yang digunakan menunjukkan bahwa pariwisata Yogyakarta lebih unggul.
Yulianti (2009)	Analisis Faktor-faktor Penentu DayaSaing dan Preferensi Wisatawan Berwisata ke Kota Bogor	<i>Porter's Diamond</i> dan Metode Probit	Menunjukkan bahwa semakin besar nilai variabel-variabel tersebut maka semakin besar pula peluang wisatawan yang preferensi wisatanya ke kota Bogor.
Sholeh (2010)	Analisis Dayasaing dan pengaruh Industri Pariwisata terhadap Perekonomian Daerah Kabupaten Bogor	<i>Competitiveness Monitor (CM)</i>	Menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan, pajak hiburan dan jumlah hotel di Kabupate Bogor berpengaruh positif dan signifikan terhadap PAD (Pendapatan Asli Daerah) Kabupaten tersebut.

2.3 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 Jepara mempunyai potensi yang sangat besar untuk dijadikan sektor pariwisata sebagai sumber utama pendapatan daerah khususnya jalur Pantai Utara Timur Jawa Tengah. Kabupaten Jepara sangat kaya akan potensi alam yang beraneka ragam. Wisatanya pun menyuguhkan beberapa jenis obyek wisata antara lain wisata untuk menikmati perjalanan, wisata untuk rekreasi (pantai) dan wisata untuk kebudayaan (*religi*). Wisata kebudayaan ini memiliki keindahan produk berupa kreasi budaya (*culture*) serta peninggalan sejarah (*heritage*), namun hanya dapat dinikmati pada hari tertentu saja.

Potensi obyek wisata Kabupaten Jepara 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 Jepara 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 Jepara, 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)*

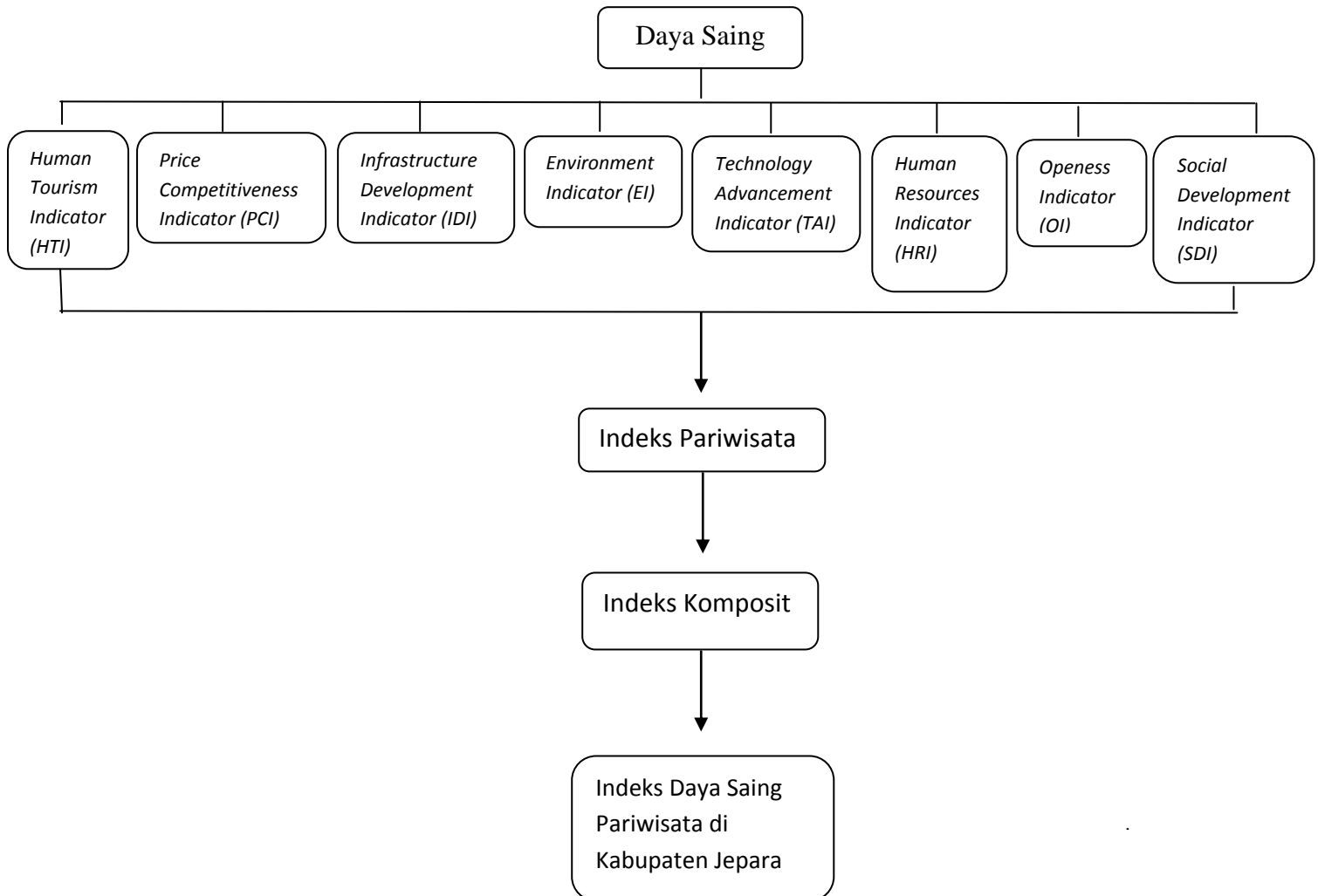
Indikator ini menunjukkan tingkat keterbukaan destinasi terhadap perdagangan internasional dan turis internasional.

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 Jepara selain dari kedelapan indikator tersebut dapat menggunakan alat analisis yaitu Indeks Pariwisata, *Index Composite* dan Indeks Daya Saing Pariwisata.

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran Teoritis



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.1.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian ini antara lain :

- **Daya Saing**

Kemampuan usaha suatu perusahaan dalam industri untuk mengatasi 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. Dalam mengukur variabel daya saing ini dapat dilakukan dengan adanya 8 indikator penentu daya saing, diantaranya : *Human Tourism Indicator (HTI)*, *Price Competitiveness Indicator (PCI)*, *Infratructure Development Indicator (IDI)*, *Environment Indicator (EI)*, *Technology Advancement Indicator (TAI)*, *Human Resources Indicator (HRI)*, *Openess Indicator (OI)* dan *Social Development Indicator (SDI)*.

Desain penelitian ini adalah *exploratory research* dengan melakukan pengukuran daya saing industri pariwisata di Kabupaten Jepara. Di sini akan diuraikan mengenai definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis yang akan digunakan.

3.1.2 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:

- Indeks Daya Saing

Daya saing industri pariwisata di Kabupaten Jepara 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 Trisnawati (2007). Kedelapan indikator yang digunakan dalam analisis penentuan daya saing penelitian ini adalah :

Tabel 3.1
Parameter, Sumber Data dan Kegunaan

Parameter	Sumber Data	Kegunaan
<i>Human Tourism Indicator (HTI)</i>	1. Jumlah turis 2. Jumlah penduduk	Menunjukkan pencapaian perkembangan ekonomi daerah akibat kedatangan turis
<i>Price Competitiveness Indicator (PCI)</i>	1. Jumlah wisatawan mancanegara 2. Rata-rata tarif hotel 3. Rata-rata masa tinggal turis	Harga komoditi yang dikonsumsi oleh turis selama berwisata
<i>Infrastructure Development Indicator (IDI)</i>	1. Pendapatan perkapita	Menunjukkan perkembangan jalan raya, perbaikan fasilitas sanitasi dan peningkatan akses penduduk terhadap fasilitas air bersih
<i>Environment Indicator (EI)</i>	1. Jumlah penduduk 2. Luas daerah	Menunjukkan kualitas lingkungan dan kesadaran penduduk dalam memelihara lingkungannya
<i>Technology Advancement Indicator (TAI)</i>	1. Penggunaan line telephone 2. Jumlah penduduk	Menunjukkan perkembangan infrastruktur dan teknologi modern
<i>Human Resources Indicator (HRI)</i>	1. Jumlah penduduk yang bebas buta huruf 2. Jumlah penduduk yang berpendidikan SD, SMP,	Kualitas SDM di daerah destinasi

	SMU, Diploma dan Sarjana	
<i>Openess Indicator (OI)</i>	1. Jumlah wisatawan mancanegara 2. Total PAD	Tingkat keterbukaan destinasi terhadap perdagangan internasional dan turis internasional
<i>Social Development Indicator (SDI)</i>	1. Lama rata-rata masa tinggal turis	Menunjukkan kenyamanan dan keamanan turis berwisata

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:

$$TPI = \frac{\text{Jumlah turis di Kabupaten Jepara}}{\text{Jumlah Penduduk kabupaten Jepara}}$$

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:

$$PPP = \text{Jumlah wisatawan mancanegara} \times \text{rata} \\ - \text{rata tarif hotel} \times \text{rata} - \text{rata masa tinggal}$$

c. Infrastructure Development Indicator (IDI)

Indikator ini menunjukkan perkembangan jalan raya, perbaikan fasilitas sanitasi dan peningkatan akses penduduk terhadap fasilitas air bersih. Untuk mengukur IDI terdapat kesulitan sehingga *Competitiveness Monitor (CM)* memproksikan IDI dengan *income* perkapita penduduk (rasio total PAD dan jumlah penduduk). Total PAD yang ada dapat digunakan untuk mengalokasikan infrastruktur supaya dapat memadai.

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 telephone index (rasio penggunaan line telephone dengan jumlah penduduk)

$$TAI = \frac{\text{Penggunaan line telephone}}{\text{Jumlah penduduk Kabupaten Jepara}}$$

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, SMU, Diploma dan Sarjana.

$$HRI = \frac{\text{Penduduk yang bebas buta huruf}}{\text{Penduduk berpendidikan SD, SMP, SMU, Diploma dan Sarjana}}$$

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.

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

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.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari pihak lain, baik dari literature, studi

pustaka, atau penelitian-penelitian sejenis sebelumnya yang berkaitan dalam penelitian ini.

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Jepara, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara, buku-buku dan jurnal-jurnal ekonomi. Data yang digunakan antara lain jumlah kunjungan dan pertumbuhan pengunjung obyek wisata Kabupaten Jepara, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ataupun wisatawan nusantara, Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari sektor pariwisata Kabupaten Jepara serta sarana dan prasarana pariwisata di Kabupaten Jepara.

Penentuan tahun penelitian didasarkan pada presentase peningkatan jumlah kunjungan wisatawan dan jumlah pengguna sarana dan prasarana yang digunakan khusus untuk menuju ke obyek wisata di Kabupaten Jepara.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam suatu penelitian dimaksudkan untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan, akurat dan realistis. Metode 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 studi kepustakaan ini data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik, Dinas pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara, instansi-instansi terkait, buku-buku dan jurnal-jurnal ekonomi.

3.4 Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini melakukan penghitungan index daya saing pariwisata dengan memasukkan seluruh indikator daya saing dari *World Travel and Tourism*

Council(WWTC) sebanyak 8 indikator dan mengkhususkan pada Kabupaten Jepara. Analisis penentuan daya saing ini penting dilakukan untuk memberikan gambaran posisi daya saing pariwisata di daerah Kabupaten Jepara. 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

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

$$X_i^c \frac{X_i^c - \min(X_{ci})}{\text{Max}(X_i^c) - \text{Min}(X_{ci})} \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan :

X_i^c : 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 di miliki 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 di sekitarnya.

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

$$Y_k^c = 1/n \sum X_i^c \dots \dots \dots (2)$$

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.

3. Menghitung index daya saing pariwisata

$$Z^c = \sum W_k Y_k^c \dots \dots \dots (3)$$

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 “0” menunjukkan kemampuan daya saing rendah, sedangkan nilai “1” menunjukkan kemampuan daya saing yang tinggi/baik (Craiwell 2007).