



**ANALISIS POTENSI DAYA SAING SEKTOR PARIWISATA DI KOTA
BATU**

SKRIPSI

Oleh:
Rima Lolita Mela Devi
NIM 150810101142

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
JURUSAN ILMU EKONOMI DAN STUDI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER
2019**



**ANALISIS POTENSI DAYA SAING SEKTOR PARIWISATA DI KOTA
BATU**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Ekonomi Pembangunan (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

**Rima Lolita Mela Devi
NIM 150810101142**

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
JURUSAN ILMU EKONOMI DAN STUDI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER
2019**

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Ibunda Alm. Rina Winarsih, Ibunda Siti Masitoh dan Ayahanda Priyono atas segala dukungan baik dalam doa, kasih sayang, semangat, dan pengorbanan yang tak terhingga kepada penulis;
2. Adik-adikku Wiwid Priyantoko, Dwi Mei Widayanto, dan Alvian Dani Saktyawan yang selalu mensupport penulis
3. Untuk bapak dan ibu dosen pembimbing skripsi bapak Dr. Teguh Hadi Priyono, M.Si dan Ibu Dr. Lilis Yuliati, S.E, M.Si yang selalu sabar membimbing hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan maksimal.
4. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember yang telah bersedia memberikan ilmu pengetahuan.
5. Guru-guru sekolah saya, terimakasih atas jasa dan ilmunya selama ini.
6. Sahabat dan semua teman-teman saya terimakasih atas dukungannya.
7. Almamater Kebanggaan UNIVERSITAS JEMBER

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kemampuannya”
(QS. Al-Baqarah: 286)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”
(QS. Al-Insyirah: 5)

“Bahagia bukan milik dia yang hebat dalam segala hal, namun dia yang mampu
temukan hal sederhana dalam hidupnya dan tetap bersyukur”
(Anonim)

PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Rima Lolita Mela Devi

NIM : 150810101142

Judul : Analisis Potensi Daya Saing Sektor Pariwisata di Kota Batu

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang sepengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang benar.

Demikian pernyataan yang saya buat dalam keadaan sadar dan tidak ada paksaan.

Jember, April 2019
Yang Menyatakan,

Rima Lolita Mela Devi
NIM. 150810101142

SKRIPSI

**ANALISIS POTENSI DAYA SAING SEKTOR PARIWISATA DI KOTA
BATU**

Oleh

Rima Lolita Mela Devi
NIM 150810101142

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Teguh Hadi Priyono, M.Si

Dosen Pembimbing Anggota : Dr. Lilis Yuliati, S.E,M. Si

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Analisis Potensi Daya Saing Sektor Pariwisata
di Kota Batu
Nama Mahasiswa : Rima Lolita Mela Devi
NIM : 150810101142
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Ilmu Ekonomi dan studi pembangunan
Konsentrasi : Ekonomi Regional
Tanggal Persetujuan : 28 April 2019

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Teguh Hadi Priyono, M.Si
NIP. 197002061994031002

Dr. Lilis Yuliati S.E.,M.Si
NIP. 196907181995122001

Mengetahui,
Ketua Jurusan

Dr. Riniati, M.P.
NIP. 196004301986032001

PENGESAHAN

Judul Skripsi

**ANALISIS POTENSI DAYA SAING SEKTOR PARIWISATA DI KOTA
BATU**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Rima Lolita Mela Devi

NIM : 150810101142

Jurusan : Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

31 Mei 2019

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

1. Ketua : Dr. Riniati M.P (.....)
NIP. 196004301986032001
2. Sekretaris : Dr. Zainuri M.Si (.....)
NIP. 196403251989021001
3. Anggota : Dr. Siti Komariyah, S.E, M.Si (.....)
NIP. 197106102001122002



Mengetahui / Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Dekan,

Dr. Muhammad Miqdad, S.E., M.M, Ak.
NIP 19710727 199512 1001

ANALISIS POTENSI DAYA SAING SEKTOR PARIWISATA DI KOTA
BATU

Rima Lolita Mela Devi

*Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Jember*

ABSTRAK

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memberikan peluang terhadap pertumbuhan ekonomi suatu daerah atau Negara. Kota Batu merupakan salah satu daerah di Provinsi Jawa Timur yang terkenal dengan pariwisatanya. Sektor Pariwisata di Kota Batu merupakan penyumbang terbesar kedua pada PDRB di Jawa Timur. Dilihat dari Laju pertumbuhan sektor pariwisatanya, Kota Batu memiliki laju yang lebih cepat dibandingkan dengan Kota Surabaya. Berkaitan dengan hal tersebut, maka dapat diketahui bagaimana Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu dalam upayanya untuk mengembangkan sektor pariwisata daerah. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis ukuran daya saing. Alat untuk mengukur daya saing sektor pariwisata di Kota Batu menggunakan metode *Competitiveness Monitor* yang menggunakan kedelapan indikator yang diperkenalkan oleh *World Travel and Tourism Council (WTTC)*. Kedelapan indikator tersebut diantaranya adalah *Human Tourism Indicator (HTI)*, *Price Competitiveness Indicator (PCI)*, *Infrastructure Development Indicator (IDI)*, *Openness Indicator (OI)*, *Environment Indicator (EI)*, *Human Resources Indicator (HRI)*, *Technology Advancement Indicator (TAI)*, *Social Development Indicator (SDI)*. Penelitian ini menggunakan data sekunder. Metode analisis yang dalam penelitian ini adalah indeks pariwisata, indeks *composite* dan indeks daya saing pariwisata. Hasil analisis menunjukkan bahwa daya saing pariwisata di Kota Batu dari kedelapan indikator penentu daya saing menunjukkan kemampuan daya saing yang baik/ tinggi. Sehingga dikatakan daya saing sektor pariwisata di Kota Batu tergolong baik/tinggi.

Kata Kunci : Daya Saing Sektor Pariwisata, Indeks Pariwisata, Indeks *composite*, Indeks Daya Saing Pariwisata.

*AN ANALYSIS OF POTENTIAL COMPETITIVENESS PONTENTIAL OF THE
TOURISM SECTOR IN BATU CITY*

Rima Lolita Mela Devi

*Development Economics Departement, Faculty of Economics and Business,
University of Jember*

ABSTRACT

Tourism is one sectors which provides opportunities for the growth of economic in a region or country. Batu City is one of the areas in East Java Province which is famous for its tourism. The Tourism Sector in Batu City is the second largest contributor to the GRDP in East Java. Based on the growth rate of the tourism sector, Kota Batu has a faster rate than the city of Surabaya. In this regard, it can be seen how the City of Batu Tourism and Culture Office is in its efforts to develop the regional tourism sector. The purpose of this study is to analyze the size of competitiveness. The tool to measure the competitiveness of the tourism sector in Batu City uses the Competitiveness Monitor method that uses the eight indicators introduced by the World Travel and Tourism Council (WTTC). The eight indicators include the Human Tourism Indicator (HTI), Price Competitiveness Indicator (PCI), Infrastructure Development Indicator (IDI), Openess Indicator (OI), Environment Indicator (EI), Human Resources Indicator (HRI), Technology Advancement Indicator (TAI), Social Development Indicator (SDI). This study uses secondary data. The analytical method in this study is the torism index, composite indek and tourism competitiveness index. The result of the analysis shows that the competitiveness of tourism in Batu City from the eight indicator determinant has a good / high result. So,it is said that the competitiveness of the tourism sector in Batu City is classified as good / high.

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

RINGKASAN

Analisis Potensi Daya Saing Sektor Pariwisata di Kota Batu; Rima Lolita Mela Devi,150810101142; 2019; 91 Halaman; Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Setiap kebijakan pembangunan daerah senantiasa ditunjukkan untuk meningkatkan daya saing daerah yang dilakukan dengan mengoptimalkan potensi daerah yang memiliki potensi untuk meningkatkan pertumbuhan Ekonomi suatu daerah. Menurut pendekatan Ricardian dengan keunggulan komparatif, menyatakan bahwa suatu daerah dapat bersaing dengan daerah lainnya apabila daerah tersebut memiliki keunggulan pada sumber daya bawaan. Kemudian teori Daya Saing Porter muncul dan bertentangan dengan teori Ricardian, dimana ia berpendapat bahwa keunggulan komparatif saja tidak memenuhi, bahkan tidak sesuai, sehingga dia memperkenalkan teori keunggulan Kompetitif. Menurut Porter negara yang memiliki keunggulan kompetitif apabila perusahaan yang terdapat di daerah tersebut kompetitif. Dalam pembangunan ekonomi daerah, pemerintah harus mengembangkan sektor-sektor yang berpotensi dan dapat dikembangkan dalam upaya meningkatkan perekonomian suatu daerah.

Berdasarkan Undang-undang nomor 32 tahun 2004 tentang pemerintah daerah, menyebutkan bahwa pemerintah daerah memiliki peranan yang lebih kompleks untuk mengatur berbagai urusan penyelenggaraan pemerintah yang ditunjukkan bagi kepentingan dan kesejahteraan masyarakat setempat. Pemerintah daerah diberikan kewenangan untuk mengatur dan merencanakan pembangunan di daerahnya. Proses perencanaan dan pembangunan, pemerintah haruslah memprioritaskan pembangunan sektor-sektor ekonomi yang memiliki potensi (Ariani,2017) Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang memberikan peluang terhadap pertumbuhan ekonomi suatu daerah atau atau negara. Sektor ini menjadi tumpuan pemerintah dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Sektor pariwisata merupakan sektor yang memiliki *multiplier effect* bagi perekonomian. Menurut Irianti (2013) sektor pariwisata

sebagai salah satu jenis industri yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang ditandai dengan meningkatnya penyediaan lapangan pekerjaan, penerimaan atau pendapatan suatu daerah, meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta sektor ini mampu menstimulasi pertumbuhan sektor-sektor yang berkaitan lainnya. Kontribusi sektor pariwisata terhadap pendapatan daerah diantaranya melalui pajak restoran, pajak hotel, pajak akomodasi, pajak parkir, pajak hiburan dan pajak lainnya.

Pariwisata dikatakan sebagai produk yang kompetitif apabila suatu daerah tujuan wisata menarik dan memiliki keunikan, dapat bersaing dari segi kualitas daripada barang dan jasa daerah lainnya. Daya saing pariwisata merupakan kemampuan usaha pariwisata untuk menarik wisatawan berkunjung ke daerah tujuan wisata. Peningkatan daya saing dapat dimanfaatkan dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki, sehingga suatu daerah dapat memiliki daya saing (Arini, 2017). Peningkatan daya saing sektor pariwisata ditandai dengan semakin menariknya daerah tujuan wisata tersebut, maka hal ini berpengaruh terhadap jumlah wisatawan yang berkunjung (Irianti, 2013)

Kontribusi sektor pariwisata dapat ditunjukkan semakin meningkatnya pertumbuhan Produk Domestik Regional Daerah. Setiap tahunnya pertumbuhan sektor pariwisata di Provinsi Jawa Timur mengalami peningkatan. Kota Batu merupakan salah satu daerah yang terdapat di Provinsi Jawa Timur yang terkenal dengan potensi pariwisatanya, namun jika dilihat dari share sektor pariwisatanya, Kota Batu bukan merupakan penyumbang terbesar di PDRB Provinsi Jawa Timur. Kota Batu merupakan daerah penyumbang terbesar kedua setelah Kota Surabaya dari sektor Pariwisata di Jawa Timur.

Pemerintah Kota Batu memiliki antusias dan komitmen yang tinggi dalam pengembangan sektor pariwisata. Pada tahun 2013 pemerintah Kota Batu memperkenalkan *branding* “*Shinning Batu*” sebagai sarana untuk memperkenalkan dan mencerminkan potensi yang dimiliki oleh Kota Batu. *Brand* tersebut diharapkan Kota Batu dapat bersinar dalam bidang pariwisata, pertanian dan pendidikan. Seiring dengan komitmen pemerintah Kota Batu dalam pengembangan pariwisata, hal ini dapat membuahkan hasil dengan semakin

meningkatnya pertumbuhan kunjungan wisatawan di Kota Batu yang meningkat setiap tahun.

Dalam mengukur keberhasilan pembangunan ekonomi daerah ditunjukkan dengan cara mengamati seberapa cepat laju pertumbuhan perekonomian daerah yang terlihat dari peningkatan laju Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Laju pertumbuhan sektor pariwisata di Kota Batu dan Kota Surabaya memiliki peningkatan setiap tahunnya. Namun pada tahun 2013-2017, laju pertumbuhan sektor pariwisata di Kota Batu lebih cepat dibandingkan dengan Kota Surabaya yang merupakan daerah penyumbang terbesar dari sektor pariwisata di Provinsi Jawa Timur.

Peningkatan PDRB sektor pariwisata diikuti dengan meningkatnya kontribusi dan pertumbuhan sektor pariwisata. Rata-rata kontribusi sektor pariwisata di Kota Batu adalah 11,61 persen dan rata-rata pertumbuhan sektor pariwisata terhadap PDRB Kota Batu yaitu 8,75 persen. Dalam rangka meningkatkan pembangunan sektor pariwisata, informasi mengenai posisi daya saing pariwisata daerah sangat diperlukan. Hal ini bertujuan untuk menentukan kebijakan pembangunan yang tepat, dengan memprioritaskan indikator yang kurang baik, sehingga dapat dikembangkan untuk meningkatkan daya saing sektor pariwisata daerah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui posisi daya saing sektor pariwisata di Kota Batu. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data Sekunder yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Kota Batu, data kepariwisataan dari Dinas Pariwisata Kota Batu, dan Dinas Pendapatan Daerah Kota Batu. Metode yang digunakan adalah metode *Competitiveness Monitor* yang diolah dengan program Microsoft Excel. Berdasarkan hasil Analisis *Competitiveness Monitor* sektor pariwisata Kota Batu memiliki Daya saing yang tinggi/baik untuk berlangsungnya pertumbuhan pariwisata. Hal ini terlihat dari 8 indikator yang memiliki daya saing yang tinggi/baik yaitu *Human Tourism Indicator (HTI)*, *Price Competitiveness Indicator (PCI)*, *Environment Indicator (EI)*, *Infrastructure Development Indicator (IDI)*, *Technology Advancement*

Indicator (TAI), Openess Indicator, Human Resources Indicator (HRI), dan Social Development Indicator (SDI).

Kedelapan indikator daya saing secara keseluruhan menunjukkan nilai daya saing yang tinggi/baik. Indikator yang memiliki daya saing yang unggul yaitu *Infrastructure Development Indicator (IDI)* dan indikator yang memerlukan perhatian khusus yaitu *Openess Indicator (OI)*. Pemerintah Kota Batu diharapkan tetap meningkatkan daya saing sektor pariwisata, dengan memaksimalkan promosi objek-objek wisata dengan menonjolkan keunggulan potensi alam dan budaya yang dimiliki untuk menarik wisatawan.



PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sholawat serta salam semoga tetap tercurah kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ Analisis Potensi Daya Saing Sektor Pariwisata di Kota Batu”. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi Pembangunan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak baik itu beberapa motivasi, nasehat, saran maupun kritik yang membangun. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Teguh Hadi Priyono, M.Si selaku dosen pembimbing I yang bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran, kritik dan pengarahan dengan penuh keikhlasan, ketulusan dan kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Lilis Yuliati, S.E, M.Si selaku dosen pembimbing II yang bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran, kritik dan pengarahan dengan penuh keikhlasan, keulusan dan kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Dr. Zainuri M.Si selaku Dosen Pembimbing akademik (DPA) sela kuliah terimakasih atas bimbingannya selama penulis menjadi mahasiswa.
4. Dr. Muhammad Miqdad, S.E., M.M Ak.,CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
5. Dr. Herman Cahyo Diartho, S.E, M.P selaku Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi.
6. Dr. Riniati, M.P selaku Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan.
7. Dosen dan Civitas Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember, terimakasih atas bimbingan dan pelayanannya selama penulis menjadi mahasiswa.

8. Ibunda Rina Winarsih (Alm), terimakasih banyak atas kasih sayang dan doa yang selalu beliau panjatkan teruntuk anaknya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan lancar dan baik.
9. Ibunda Siti Masitoh dan Ayahanda Priyono yang telah membimbing dan menyanyangi dari kecil hingga dewasa terimakasih banyak atas segala kasih sayang, dukungan dan doa yang selalu beliau panjatkan teruntuk anak-anaknya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan lancar dan baik.
10. Adik-adikku Wiwid Priyantoko, Dwi Mei Widayanto dan Alvian Dani Saktyawan terimakasih sudah menjadi pengingat dan penghibur disaat penulis mulai lelah akan segala tugas yang akan diselesaikan.
11. Terimakasih kepada sahabat tercinta yang telah mengisi hari-hari dan membantu memberi dorongan akan kelulusan penulis Yudhis, Dewi Anggraini, Arik Eka, Ahmad Fitoyo, Muhammad Yasin, Bagus Suryo N., Silahul, Yasmin Setya, Umi Salamah, Dzakiyatur Rovidah, Desita Natalia G., Intan Amelia, Edo Azmi terimakasih atas motivasinya.
12. Teman-teman Ekonomi Pembangunan angkatan 2015 terimakasih yang telah memberikan dukungan dan doanya.
13. Rekan-Rekan pengurus UKM KSKM FEB UNEJ tahun 2017 termakasih atas dukungan, doa dan pengalaman dalam berorganisasi selama berada di bangku perkuliahan ini.
14. Rekan-rekan KKN DSM 39 UNEJ terimakasih atas ilmu, pengalaman, dukungan dan kerjasamanya.
15. Keluarga Kos Puri Dewi-dewi Sawitri, Dani, Denis Aprilia, Yusida Duwi, mbak iis yang selalu mensupport dalam segala keadaan.
16. Dinas Pariwisata, Dinas Pendidikan, Dinas Pendapatan Daerah Kota Batu dan segenap Keluarga Balai Among Tani Kota Batu yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan penyusunan Skripsi ini.
17. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata tidak ada sesuatu yang sempurna di dunia ini, penulis menyadari atas kekurangan dalam penyusunan skripsi. Oleh karena itu kritikan dan saran yang membangun penulis harapkan bagi penyempurnaan tugas akhir ini. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan tambahan pengetahuan bagi penulisan karya tulis selanjutnya.

Jember, 31 Mei 2019

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSEMAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERYATAAN	v
HALAMAN PEMBIMBING SKRIPSI	vi
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	vii
HALAMAN PENGESAHAN.....	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
RINGKASAN	xi
PRAKATA	xv
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvix
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Teori Daya Saing.....	12
2.1.2 Teori Daya Saing <i>Porter's Diamond</i>	12
2.1.3 Cara menentukan Daya Saing	15
2.1.4 Industri Pariwisata.....	16
2.1.5 Pariwisata	17
1. Definisi Pariwisata	17
2. Pariwisata Dari Sisi Permintaan.....	18
3. Faktor Pengaruh Permintaan Pariwisata.....	19
4. Pariwisata Dari Sisi Penawaran.....	22
5. Faktor Pengaruh Penawaran Pariwisata	22
6. Jenis-Jenis Pariwisata	23
7. Dampak Positif Pariwisata Bagi Perekonomian.....	25
2.1.6 <i>Compotitiveness Monitor</i>	26
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Kerangka Konseptual.....	37
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Rancangan Penelitian	40
3.1.1 Jenis Penelitian	40
3.1.2 Waktu dan tempat Penelitian.....	40
3.1.3 Jenis dan Sumber Data	40

3.2 Metode Analisis Data	40
3.1.2 Metode <i>Competitiveness Monitor</i>	41
3.3 Definisi Operasional.....	46
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Gambaran Umum	49
4.1.1 Kondisi Geografis Kota Batu	49
4.1.2 Visi dan Misi Kota Batu	50
4.1.3 Kondisi Demografis Kota Batu	51
4.1.4 Kondisi Sumber Daya Manusia Kota Batu	53
4.1.5 Kondisi Ekonomi Kota Batu	53
4.1.4 Kondisi Pariwisata Kota Batu	55
4.2 Hasil Analisis Data	60
4.2.1 Analisis <i>Competitiveness Monitor</i>	60
1. Indikator Pengaruh Pariwisata (<i>Human Tourism Indicator</i>).....	60
2. Indikator Pengaruh Tingkat Harga (<i>Prices Competitiveness Indicator</i>) ...	61
3. Indikator Perkembangan Infrastruktur (<i>Infrastructure Development Indicator</i>)	62
4. Indikator Lingkungan (<i>Environment Indicator</i>)	62
5. Indikator Kemajuan Teknologi (<i>Technology Advancement Indicator</i>)	63
6. Indikator Sumber Daya Manusia (<i>Human Resources Indicator</i>).....	64
7. Indikator Keterbukaan (<i>Openess Indicator</i>)	64
8. Indikator Pembangunan Sosial (<i>Social Development Indicator</i>)	65
A. Indeks Pariwisata.....	65
B. Indeks <i>Composite</i>	67
C. Indeks Daya Saing Pariwisata	68
4.3 Pembahasan	70
4.3.1 <i>Human Tourism Indicator</i> (HTI) pada sektor pariwisata di Kota Batu	70
4.3.2 <i>Prices Competitiveness indicator</i> (PCI) pada sektor pariwisata di Kota Batu	71
4.3.3 <i>Infrastructur Development Indicator</i> (IDI) pada sektor pariwisata di Kota Batu	72
4.3.4 <i>Environment Indictor</i> (EI) pada sektor pariwisata di Kota Batu....	72
4.3.5 <i>Technology Advancement Indicator</i> (TAI) pada sektor pariwisata di Kota Batu	73
4.3.6 <i>Human Resources Indicator</i> (HRI) pada sektor pariwisata di Kota Batu	73
4.3.7 <i>Openess Indicator</i> (OI) pada sektor pariwisata di Kota Batu	74
4.3.8 <i>Social Development Indicator</i> (SDI) pada sektor pariwisata di Kota Batu	74
BAB 5. PENUTUP.....	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran..	76
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Perkembangan Usaha Pariwisata Provinsi Jawa Timur tahun 2013-2017.....	4
Tabel 1.2 Distribusi PDRB Usaha Pariwisata di Provinsi Jawa Timur tahun 2013-2017.....	5
Tabel 1.3 Jumlah Akomodasi Penginapan terbanyak menurut Kota/Kabupaten di Provinsi Jawa Timur pada tahun 2013-2017	6
Tabel 1.4 PDRB Sektor Pariwisata Kota Batu tahun 2013-2017 (Kontribusi dan Pertumbuhan PDRB atas dasar Harga Konstan 2010).....	9
Tabel 1.5 Jumlah wisatawan Domestik dan Mancanegara yang berkunjung ke Kota Batu pada tahun 2013-2017 (dalam jiwa).....	9
Tabel 2.1 Ringkasan tinjauan peneliti sebelumnya.....	32
Tabel 3.1 Definisi Operasional Indikator <i>Competitiveness Monitor</i>	46
Tabel 4.1 Jumlah Penduduk dan Rasio Jenis Kelamin menurut Kecamatan di Kota Batu tahun 2017 (dalam jiwa).....	51
Tabel 4.2 Jumlah Penduduk menurut Kelompgk Umur dan Jenis Kelamin di Kota Batu tahun 2017 (dalam jiwa).....	52
Tabel 4.3 Jumlah Penduduk berdasarkan jenjang Pendidikan terakhir yang ditamatkan tahun 2013-2017 (jiwa)	53
Tabel 4.4 Peranan PDRB Menurut Lapangan Usaha di Kota Batu Tahun 2013-2017 (persen)	54
Tabel 4.5 Jumlah Wiasatawan Mancanegara dan Wisatawan Domestik di Kota Batu tahun 2013-2017 (dalam jiwa)	55
Tabel 4.6 Data Jumlah Pengunjung Daya Tark Wisata Kota Batu tahun 2017 (jiwa)	57
Tabel 4.7 Jumlah Akomodasi Penginapan di Kota Batu tahun 2013-2017 (unit)	58
Tabel 4.8 Kontribusi Pariwisata terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Batu tahun 2013-2017 (rupiah)	60
Tabel 4.9 <i>Human Tourism Indicator</i> (HTI)	61
Tabel 4.10 <i>Price Competitiveness Indicator</i> (PCI)	61
Tabel 4.11 <i>Infrastucture Development Indicator</i> (IDI).....	62
Tabel 4.12 <i>Environment Indicator</i> (EI).....	63
Tabel 4.13 <i>Technology Advancement Indicator</i> (TAI)	63
Tabel 4.14 <i>Human Resources Indicator</i> (HRI)	64
Tabel 4.15 <i>Openess Indicator</i> (OI)	64
Tabel 4.16 <i>Social Development Indicator</i> (SDI).....	65
Tabel 4.17 Indeks Pariwisata	66
Tabel 4.18 Indeks <i>Composite</i>	68
Tabel 4.19 Indeks Daya Saing Pariwisata.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Laju Pertumbuhan Sektor Pariwisata Kota Batu dan Kota Surabaya Tahun 2013-2017 (persen).....	6
Gambar 1.2 Laju Pertumbuhan PDRB Sektor Pariwisata Kota Batu dan Provinsi Jawa Timur tahun 2013-2017 (persen).....	8
Gambar 2.1 Bagan <i>Porter's Diamond</i>	13
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran	39
Gambar 4.1 Peta Kota Batu.....	50
Gambar 4.2 Perkembangan Jumlah Penduduk Kota Batu tahun 2013-2017 (jiwa).....	52
Gambar 4.3 Jumlah tamu mancanegara yang menginap di Hotel Berbintang dan Non-Berbintang di Kota Batu tahun 2013-2017 (jiwa).....	59

DAFTAR LAMPIRAN

1A. Data Luas Wilayah Kota Batu tahun 2013-2017 (km ²).....	83
1B. Data Jumlah Penduduk di Kota Batu tahun 2013-2017 (jiwa)	83
1C. Data Jumlah Penduduk yang Berpendidikan di Kota Batu tahun 2013- 2017 (Jiwa).....	83
1D. Data Jumlah Penduduk yang bebas Buta Huruf di Kota Batu tahun 2013- 2017 (Jiwa).....	83
1E. Data rata-rata tarif Hotel Berbintang di Kota Batu tahun 2013-2017 (Rupiah) ..	84
1F. Data Total PAD di Kota Batu tahun 2013-2017 (Rupiah).....	85
1G. Data Jumlah Wisatawan yang berkunjung di Kota Batu tahun 2013- 2017 (Jiwa).....	85
1H. Data Panjang Jalan Beraspal dan Jalan Berkualitas Baik di Kota Batu tahun 2013-2017(km ²).....	85
1I. Data Jumlah Pengguna <i>Line</i> Telepon di Kota Batu tahun 2013-2017 (Jiwa).....	86
2A. Hasil Perhitungan 8 Indikator Daya Saing	87
3A. Hasil Indeks Pariwisata	88
3B. Hasil Indeks Composite.....	89
3C. Hasil Indeks Daya Saing Pariwisata.....	89

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Upaya meningkatkan daya saing dan potensi suatu daerah menjadikan setiap tingkat pemerintahan harus melakukan optimalisasi melalui kebijakan pembangunan. Adapun kebijakan pembangunan yang dimaksudkan adalah kebijakan yang merujuk pada potensi masing-masing daerah sesuai dengan kondisi dan wilayah. Menurut pendekatan Ricardian, suatu wilayah yang memiliki daya saing ditunjukkan melalui tingkat sumber daya alam murni yang berlimpah, yang mana pendekatan ini digolongkan dalam teori keunggulan komparatif (Soebagyo, 2013). Hal ini mendorong adanya spesialisasi daerah dalam memproduksi barang dan jasa yang memiliki tingkat produktivitas dan efisiensi yang tinggi. Bertolak belakang dengan pandangan Richardian, Michael Porter menyatakan bahwa daya saing nasional muncul bukan karena pengaruh keunggulan komparatif. Porter bahkan memandang bahwa teori dari keunggulan komparatif sebagai pandangan keliru dan salah serta tidak dapat menunjukkan bahwa suatu wilayah dapat bersaing atau tidak. Menurut Porter, negara memiliki keunggulan daya saing atau *competitive advantage* apabila perusahaan yang ada di daerah tersebut kompetitif. Michael Porter memberikan penjelasan apabila keunggulan kompetitif pada dasarnya dapat diperjuangkan, dan keunggulan suatu negara tergantung pada kemampuan perusahaan-perusahaan di dalam daerah tersebut untuk bersaing dalam memproduksi barang maupun jasa yang dapat bersaing di pasaran dengan meningkatkan kemampuan untuk terus melakukan inovasi. Dalam usaha peningkatan ekonomi daerah, maka pemerintah harus mengembangkan sektor-sektor yang memiliki potensi.

Berdasarkan pada Undang-undang Nomor 32 tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah, dimana menerangkan bahwa pemerintah daerah memiliki kewenangan yang lebih kompleks untuk mengatur berbagai urusan penyelenggaraan pemerintah yang ditunjukkan bagi kepentingan dan kesejahteraan masyarakat pada daerah yang bersangkutan. Pelaksanaan otonomi daerah diwujudkan dengan adanya desentralisasi, dimana pemerintah diberikan

kewenangan penuh untuk mengelola dan merencanakan pembangunan daerahnya. Pemerintah daerah dianggap lebih mengerti mengenai potensi yang dimiliki daerahnya. Dalam proses perencanaan dan pembangunan, pemerintah daerah haruslah memprioritaskan pembangunan sektor-sektor ekonomi yang memiliki potensi (Ariani, 2017). Berdasarkan undang-undang desentralisasi tersebut, dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah diperlukan kesiapan pemerintah dan kerjasama dari masyarakat untuk memanfaatkan potensi sumber daya yang dimiliki oleh setiap daerah.

Salah satu sektor yang memberikan peluang besar terhadap pertumbuhan ekonomi daerah adalah pariwisata, yang menjadi tumpuan pemerintah untuk meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat. Sektor pariwisata pula memiliki *multiplier effect* pada perekonomian daerah. Menurut Irianti (2013) dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah, pariwisata merupakan salah satu industri yang dapat meningkatkan penerimaan daerah, penyediaan lapangan pekerjaan, kesejahteraan masyarakat serta sektor ini juga mampu memstimulasi sektor-sektor ekonomi lainnya yang terkait. Pariwisata merupakan salah satu program pembangunan ekonomi di Indonesia. Semakin tinggi jumlah wisatawan yang datang ke Indonesia, maka jumlah penerimaan devisa suatu negara juga akan mengalami peningkatan.

Pariwisata termasuk dalam salah satu program pembangunan ekonomi di Indonesia. Pariwisata berperan penting dalam perekonomian karena besarnya manfaat ekonomi yang diberikan. Manfaat ekonomi dari industri pariwisata yaitu menyumbang pendapatan bagi pemerintah melalui pajak restoran, pajak hotel, pajak akomodasi, pajak parkir, pajak hiburan dan pajak lainnya. Semakin banyak wisatawan yang berkunjung, maka penerimaan atau pendapatan daerah juga semakin besar. Kontribusi lainnya pada industri pariwisata yaitu mendorong investasi dari pembangunan infrastruktur di daerah tujuan wisata seperti perbaikan dan penyempurnaan jalan, berkembangnya daerah pusat perbelanjaan dan pemeliharaan objek wisata. Hal tersebut mendorong setiap daerah saling bersaing untuk mengembangkan potensi yang dimilikinya.

Daya saing pariwisata merupakan salah satu upaya untuk menarik wisatawan domestik maupun mancanegara untuk berkunjung ke daerah tujuan wisata. Upaya peningkatan daya saing pariwisata daerah dapat diwujudkan dengan memanfaatkan potensi sumber daya yang dimiliki daerah (Arini,2017). Pariwisata dikatakan sebagai produk yang kompetitif apabila suatu daerah tujuan wisata tersebut menarik dan memiliki keunikan serta bersaing dari segi kualitas barang maupun jasa dibandingkan dengan daerah tujuan wisata lainnya. Meningkatnya daya saing pariwisata suatu daerah ditandai dengan semakin banyaknya wisatawan yang berkunjung karena semakin menariknya daerah tujuan wisata. Pengembangan potensi pariwisata dengan menyediakan sarana dan prasarana yang memadai serta layanan yang memuaskan dibandingkan dengan daerah lain mencerminkan daya saing pariwisata yang lebih unggul (Irianti, 2013).

Salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki keunggulan yang dapat dikembangkan di sektor pariwisata yaitu Jawa Timur. Visi pembangunan kepariwisataan menurut Peraturan Daerah Provinsi Jawa Timur Nomor 6 tahun 2017 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Provinsi Jawa Timur tahun 2017-2032 pasal 4 adalah “Terwujudnya Provinsi Jawa Timur sebagai destinasi terkemuka di dunia, berdaya saing dan berkelanjutan untuk kesejahteraan masyarakat”. Prospek kepariwisataan di Provinsi Jawa Timur kedepannya semakin menjanjikan dan memiliki peran strategis dalam rangka pembangunan nasional, serta memberikan dorongan dan mengharuskan langkah-langkah yang strategis dalam meningkatkan kinerja kepariwisataan nasional maupun peningkatan daya saing agar dapat menarik wisatawan mancanegara untuk berkunjung. Demikian pula dengan kunjungan wisatawan mancanegara yang semakin merata di setiap kabupaten/kota dan menumbuhkan minat investasi yang semakin tinggi di Provinsi Jawa Timur. Dengan demikian, sumbangan ekonomi yang didorong oleh sektor pariwisata akan memberikan kontribusi yang signifikan bagi pembangunan nasional dan kesejahteraan masyarakat.

Pertumbuhan sektor pariwisata di Provinsi Jawa Timur setiap tahun mengalami peningkatan, baik dalam menggerakkan ekonomi rakyat maupun

pembangunan sektor pariwisata yang dilakukan secara multi sektoral. Pertumbuhan ini diperkuat dengan keberadaan sumber daya alam, sumber daya manusia, berbagai budaya, etnik, seni serta kultur yang berbeda (Nugroho,2018)

Berikut merupakan data sumber daya pariwisata di Provinsi Jawa Timur sebagai penopang perkembangan dan pembangunan yang semakin meningkat cukup signifikan seiring dengan pertumbuhan kontribusi sektor pariwisata dalam pembangunan perekonomian sebagaimana data berikut:

Tabel 1.1 Data Perkembangan Usaha Pariwisata di Provinsi Jawa Timur pada tahun 2013-2017

No.	Kinerja	Satuan	Tahun				
			2013	2014	2015	2016	2017
1	Daerah Tarik Wisata	Objek	767	772	784	784	784
	- DTW Alam	Objek	265	265	265	265	265
	- DTW Budaya	Objek	308	308	320	320	320
	- DTW Buatan	Objek	194	199	199	199	199
2	Akomodasi	Unit	1.453	1.511	2.067	1.806	1.883
	- Hotel Bintang	Unit	90	102	125	139	161
	- Hotel non Bintang, Akomodasi lain & Penginapan Remaja	Unit	1.286	1.409	1.942	1.667	1.722
3	Makanan dan Minuman	Unit	1.721	1.706	2.93	3.007	3.753
	- Restoran	Unit	191	571	1.145	1.222	1.560
	- Rumah Makan dan Café	Unit	1.854	1.135	1.785	1.785	2.193
4	Usaha Perjalanan Wisata	Unit	532	985	1.295	1.300	1.461

Sumber : Disbudpar Provinsi Jawa Timur 2018

Berdasarkan Tabel 1.1 Provinsi Jawa Timur mempunyai beragam potensi diantaranya daya tarik wisata, akomodasi, makanan dan minuman yang setiap tahunnya mengalami peningkatan. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan perkembangan sektor pariwisata yang terdapat di Provinsi Jawa Timur mengalami pertumbuhan yang positif setiap tahunnya, sehingga kontribusi dari sektor pariwisata Provinsi Jawa Timur juga mengalami peningkatan.

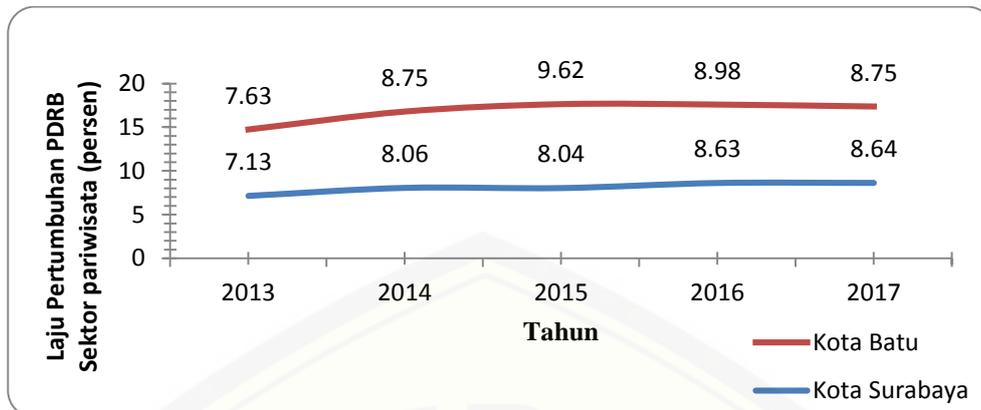
Tabel 1.2 Distribusi PDRB sektor pariwisata menurut kota/kabupaten terbesar di Provinsi Jawa Timur pada tahun 2013-2017 (persen)

No.	Nama Daerah	Distribusi PDRB Sektor Pariwisata (Persen)					Rata-rata Distribusi PDRB Pariwisata
		2013	2014	2015	2016	2017	
1	Kota Surabaya	14,19	14,80	15,17	15,70	15,95	15,16
2	Kota Batu	0,63	11,38	11,64	12,06	12,37	11,61
3	Kota Mojokerto	6,28	6,49	6,62	6,82	6,87	6,61
4	Kota Pasuruan	4,42	4,81	5,08	5,33	5,49	5,02
5	Kota Blitar	4,59	4,80	4,99	5,20	5,32	4,98
6	Kota Malang	4,37	4,88	4,79	4,90	4,99	4,78
7	Kota Madiun	4,52	4,51	4,56	4,68	4,73	4,6
8	Kabupaten Magetan	3,88	4,10	4,20	4,37	4,50	4,21
9	Kota Probolinggo	3,25	3,47	3,66	3,81	3,89	3,61
10	Kabupaten Malang	3,18	3,18	3,22	3,29	3,37	3,25

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2018 (diolah)

Kota Batu adalah daerah penyumbang terbesar kedua PDRB dari sektor pariwisata setelah Kota Surabaya, besarnya sumbangan yang diberikan Kota Batu menandakan bahwa sektor pariwisata memegang peranan penting dan kontribusi yang besar diantara daerah-daerah lain yang terdapat di Jawa Timur. Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.2. Meskipun Kota Batu bukan penyumbang utama dari sektor pariwisata namun jika dilihat dari jumlah *share* sektor pariwisata di Kota Batu menunjukkan peningkatan setiap tahunnya. Sumbangan sektor pariwisata terhadap PDRB Kota Batu pada tahun 2013 sebesar 0,63 persen kemudian meningkat drastis pada tahun 2014 menjadi 11,38 persen. Pada tahun 2015 kembali mengalami peningkatan sebesar 11,64 persen, tahun 2016 meningkat kembali menjadi 12,37 persen dan pada tahun 2017 mengalami peningkatan kembali menjadi 12,37 persen. Rata-rata distribusi sektor pariwisata selama tahun 2013-2017 terhadap PDRB yaitu sebesar 11,61 persen.

Keberhasilan pembangunan ekonomi daerah dapat diukur dengan cara mengamati seberapa cepat laju pertumbuhan perekonomian suatu daerah yang tercermin dari peningkatan laju pertumbuhan PDRB. Pada Gambar 1.1 terlihat bahwa meskipun Kota Batu bukan penyumbang utama terbesar namun laju pertumbuhan sektor pariwisata di Kota Batu cepat dibandingkan dengan Kota Surabaya.



Gambar 1.1 Laju pertumbuhan sektor pariwisata Kota Batu dan Kota Surabaya tahun 2013-2017 (persen) (Sumber: BPS Kota Batu dan BPS Kota Surabaya,2018)

Laju pertumbuhan sektor pariwisata di Kota Batu dan Kota Surabaya pada tahun 2013-2017 memiliki pertumbuhan yang baik serta mengalami peningkatan setiap tahunnya. Dalam Gambar 1.1 terlihat pertumbuhan sektor pariwisata di Kota Batu lebih cepat dibandingkan dengan Kota Surabaya. Meskipun sektor pariwisata di Kota Batu bukan penyumbang terbesar namun laju pertumbuhannya diatas atau lebih tinggi dibandingkan dengan Kota Surabaya.

Semakin memadai ketersediaan sarana dan prasarana penunjang daya saing sektor pariwisata maka wisatawan akan tertarik untuk berkunjung ke objek wisata. Hal ini akan berdampak terhadap perekonomian daerah tujuan wisata tersebut. Salah satu sarana dan prasarana yang dapat menunjang pariwisata yaitu akomodasi penginapan. Berikut merupakan data jumlah akomodasi terbesar di Jawa Timur, sebagai berikut :

Tabel 1.3 Jumlah akomodasi penginapan terbanyak menurut kota/kabupaten di Provinsi Jawa Timur, 2016-2017 (dalam unit)

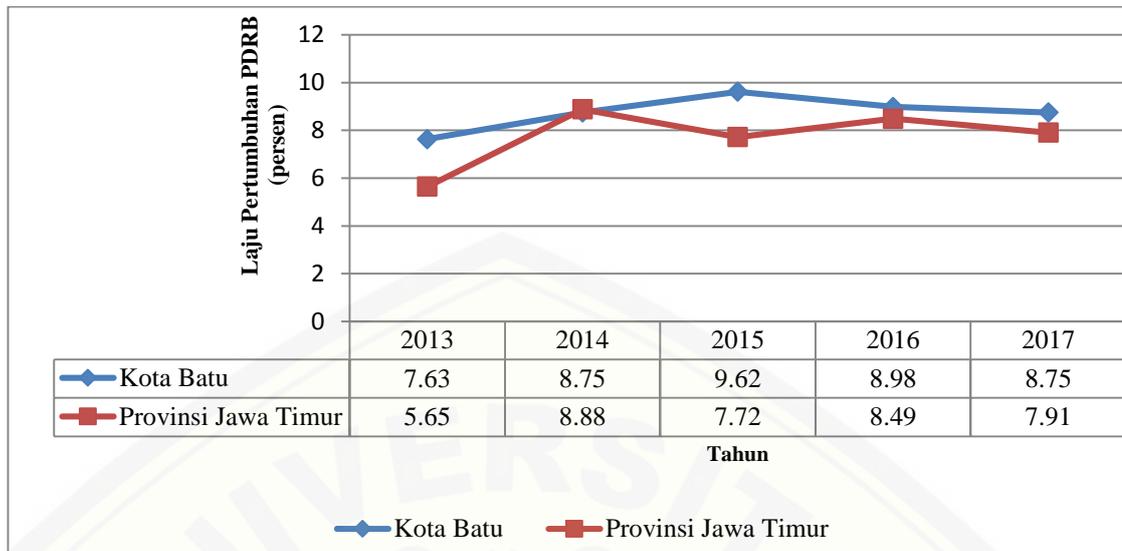
No.	Nama Kota	Jumlah Akomodasi (unit)	
		2016	2017
1	Kota Batu	811	967
2	Kab. Pasuruan	1079	605
3	Kab. Malang	166	255
4	Kota Surabaya	189	239
5	Kab. Mojokerto	141	161
6	Kab Magetan	122	140
7	Kota Malang	104	138
8	Kab Sidoarjo	81	100

Sumber : BPS Provinsi Jawa Timur,2018 (diolah)

Kota Batu termasuk daerah di Jawa Timur yang memiliki jumlah akomodasi terbesar pada tahun 2017, hal ini menunjukkan bahwa Kota Batu memiliki sarana dan prasarana penunjang pada sektor industri pariwisata yang cukup besar dibandingkan dengan kota lainnya dan dapat menunjang perkembangan daya saing sektor pariwisata yang ada di Provinsi Jawa Timur. Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.3

Salah satu Kota di Jawa Timur yang sangat terkenal akan potensinya besar di sektor pariwisata adalah Kota Batu. Kota Batu dijuluki dengan “ *De Klein Switzerland* ” atau *Swiss* Kecil di Pulau Jawa oleh Belanda pada jaman pra kemerdekaan karena keindahan alam yang dimiliki. Di Kota Batu, pariwisata menjadi sektor unggulan dan dijadikan prioritas utama sebagai arah pembangunan daerah. Hal tersebut tertuang pada visi Kota Batu dengan julukan Kota Wisata Batu (KWB). Visi Kota Batu yang tertuang dalam RPJMD Kota Batu tahun 2017-2022 yaitu “Desa berdaya kota berjaya terwujudnya Kota Batu sebagai sentra agrowisata internasional yang berkarakter, berdaya saing dan sejahtera” (PERDA Kota Batu Nomor 3 tahun 2018). Arah pembangunan Kota Batu melalui visi tersebut adalah berbasis kepariwisataan dengan mengoptimalkan kegiatan pariwisata melalui beragam potensi alam yang tersedia. Pariwisata Kota Batu memiliki keunikan dan ciri khas yang dapat menyedot banyak perhatian dari wisata. Banyaknya aktivitas agro yang semakin positif berkembang di masyarakat seperti wisata sehingga kota ini lekat dengan julukan agrowisata dengan tanaman khasnya yaitu buah apel. Sebagai sektor unggulan, pariwisata memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi yang ditunjukkan dengan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Ditinjau dari pertumbuhan ekonomi, Kota Batu mengalami fluktuasi dalam pertumbuhan ekonominya, salah satunya adalah sektor pariwisata. Pada tahun 2013- 2017 laju pertumbuhan sektor pariwisata di Kota Batu dan laju pertumbuhan sektor pariwisata di Jawa Timur mengalami pertumbuhan yang belfluktatif. Hal ini dapat ditunjukkan pada Gambar 1.2 sebagai berikut :



Gambar 1.2 Laju Pertumbuhan PDRB Sektor Pariwisata Kota Batu dan Provinsi Jawa Timur (persen) (Sumber : BPS Provinsi Jawa Timur dan Kota Batu,2018)

Laju pertumbuhan sektor pariwisata di Kota Batu pada tahun 2013 adalah 7,63 persen dan laju pertumbuhan sektor pariwisata pada tahun yang sama di Provinsi Jawa Timur sebesar 5,65 persen. Angka laju pertumbuhan di Kota Batu tersebut lebih tinggi jika dibandingkan dengan angka laju pertumbuhan di Provinsi Jawa Timur. Kemudian pada tahun 2014 laju pertumbuhan PDRB Kota Batu meningkat sebesar 8,75 persen dan diikuti dengan meningkatnya laju pertumbuhan PDRB provinsi Jawa Timur yaitu 8,88 persen. Selanjutnya pada tahun 2015 laju pertumbuhan PDRB Kota Batu meningkat menjadi 9,62 persen namun angka ini tidak diikuti dengan meningkatnya laju pertumbuhan PDRB di Jawa Timur, dimana laju pertumbuhan PDRB Jawa Timur mengalami penurunan menjadi 7,72 persen. Kemudian tahun 2016 laju pertumbuhan PDRB Kota Batu mengalami penurunan menjadi 8,98 persen dan diikuti dengan meningkatnya laju pertumbuhan PDRB sektor pariwisata di Jawa Timur menjadi 8,49 persen. Demikian pada laju pertumbuhan PDRB Kota Batu tahun 2017 turun menjadi 8,75 persen serta diikuti dengan turunnya pada laju pertumbuhan pada Provinsi Jawa Timur yang menjadi 7,91 persen. Kesimpulannya, secara keseluruhan pertumbuhan PDRB sektor pariwisata di Kota Batu dan Provinsi Jawa Timur menunjukkan kinerja sektor pariwisata yang cukup baik meskipun berfluktuatif, tetapi nilainya terus menunjukkan peningkatan. Dapat dilihat pula bahwa

pertumbuhan PDRB Kota Batu pada Gambar 1.2 menunjukkan bahwa laju pertumbuhan PDRB sektor pariwisata di Kota Batu lebih tinggi atau lebih cepat dibandingkan dengan laju pertumbuhan PDRB sektor pariwisata di Jawa Timur.

Pada Tabel 1.3 memperlihatkan adanya peningkatan PDRB sektor pariwisata juga diikuti dengan meningkatnya kontribusi dan pertumbuhan sektor pariwisata. Perkembangan sub sektor penyedia akomodasi makan dan minum ini meningkat walaupun tidak signifikan setiap tahunnya. Oleh karena itu pemerintah haruslah mengembangkan sektor ini dalam rangka pembangunan daerah.

Tabel 1.4 Kontribusi dan Pertumbuhan PDRB Sektor Pariwisata Kota Batu pada tahun 2013-2017 (PDRB atas dasar Harga Konstan 2010)

Tahun	PDRB Sektor Pariwisata (Miliar Rupiah)	Kontribusi Pariwisata terhadap PDRB (persen)	Pertumbuhan sektor Pariwisata terhadap PDRB (persen)
2013	785.995,4	10,63	7,63
2014	854.768,3	11,38	8,75
2015	937.013,6	11,64	9,62
2016	1.021.195,7	12,06	8,98
2017	1.110.564,5	12,37	8,75

Sumber : BPS Kota Batu, 2018 (diolah)

Kota Batu memiliki berbagai objek dan daya tarik wisata (ODTW) yang yang tidak kalah dengan daerah lainnya. Meskipun sumbangan terhadap PDRB bukan yang terbesar, tetapi jika dilihat dari pertumbuhan yang positif setiap tahun, sektor ini bisa menjadi potensi andalan yang dapat terus dikembangkan. Pernyataan tersebut dapat ditunjukkan dari banyaknya jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke Kota Batu.

Tabel 1.5 Jumlah wisatawan domestik dan mancanegara yang berkunjung ke Kota Batu pada tahun 2013-2017 (satuan jiwa)

No.	Tahun	Wisatawan		Jumlah Wisatawan
		Domestik	Mancanegara	
1	2013	1.879.884	1.562	1.881.446
2	2014	2.084.352	4.670	2.089.022
3	2015	2.245.386	3.815	2.249.201
4	2016	2.914.199	3.392	2.917.591
5	2017	4.184.288	4.622	4.188.910

Sumber : BPS Kota Batu, 2018 (diolah)

Jumlah wisatawan yang berkunjung di Kota Batu dapat dilihat pada Tabel 1.3 dimana baik wisatawan domestik maupun mancanegara setiap tahunnya

menunjukkan pertumbuhan yang berfluktuatif yang cenderung meningkat setiap tahunnya. Pencapaian terbesar yaitu pada tahun 2017 dengan jumlah wisatawan terbanyak sebesar 4.188.010 wisatawan.

Berdasarkan uraian diatas, terlihat bahwa sektor pariwisata mengalami pertumbuhan yang positif terhadap pembangunan daerah. Analisis penentuan daya saing ini memiliki peranan penting dalam memberikan gambaran mengenai posisi daya saing sektor Pariwisata di Kota Batu, sehingga perlu untuk dilakukan dengan harapan kedepannya pemerintah daerah mampu memanfaatkan potensi pariwisata yang dimiliki oleh Kota Batu kemudian merencanakan strategi kebijakan yang tepat, efisien dan efektif dengan memperhatikan indikator-indikator penentu daya saing tersebut, sehingga kedepannya pariwisata di Kota Batu bisa terus berkembang dan bersaing dengan daerah lain di Jawa Timur.

1.2 Rumusan Masalah

Pertumbuhan ekonomi daerah dilakukan dengan meningkatkan potensi daerah yang memiliki daya saing. Sektor pariwisata merupakan sektor yang memiliki keunggulan daya saing/keunggulan kompetitif. Dalam meningkatkan pembangunan sektor pariwisata, pemerintah harus mengetahui posisi daya saing pariwisata daerah terlebih dahulu, sehingga pemerintah dapat memprioritaskan indikator-indikator manakah yang memiliki daya saing yang kurang baik di suatu daerah untuk dikembangkan. Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu bagaimana mengetahui daya saing sektor pariwisata di Kota Batu?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi daya saing sektor pariwisata di Kota Batu.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan maupun referensi yang valid, serta menambah ilmu pengetahuan khususnya

perkembangan ilmu ekonomi pembangunan bagi pembaca maupun peneliti sejenis.

2. Bagi peneliti

Penelitian ini sebagai sarana untuk menerapkan teori yang telah diperoleh selama mendalami perkuliahan dan sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember.

3. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi serta referensi maupun dasar acuan yang valid terkait dengan kebijakan pengembangan sektor pariwisata di Kota Batu, khususnya bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Batu yang terkait dengan optimalisasi potensi daya saing pariwisata di Kota Batu.

4. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber informasi yang terkait dengan potensi daya saing pariwisata di Kota Batu. Masyarakat merupakan pelaku langsung di lapangan sehingga informasi tersebut sangat berguna untuk menyusun strategi pengembangan daya saing sektor pariwisata di Kota Batu dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah. Dalam hal ini masyarakat bersama dengan pemerintah dapat bersinergi untuk memanfaatkan potensi yang dimiliki Kota Batu untuk memajukan ekonomi secara pribadi maupun daerahnya.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Bab 2 akan membahas tentang teori-teori yang terkait dengan penelitian ini yang berkaitan dengan sektor pariwisata yang disesuaikan dengan kondisi daya saing pariwisata. Penelitian ini menggunakan referensi dari buku, laporan institusi/lembaga terkait dan jurnal-jurnal referensi terkait.

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Daya Saing

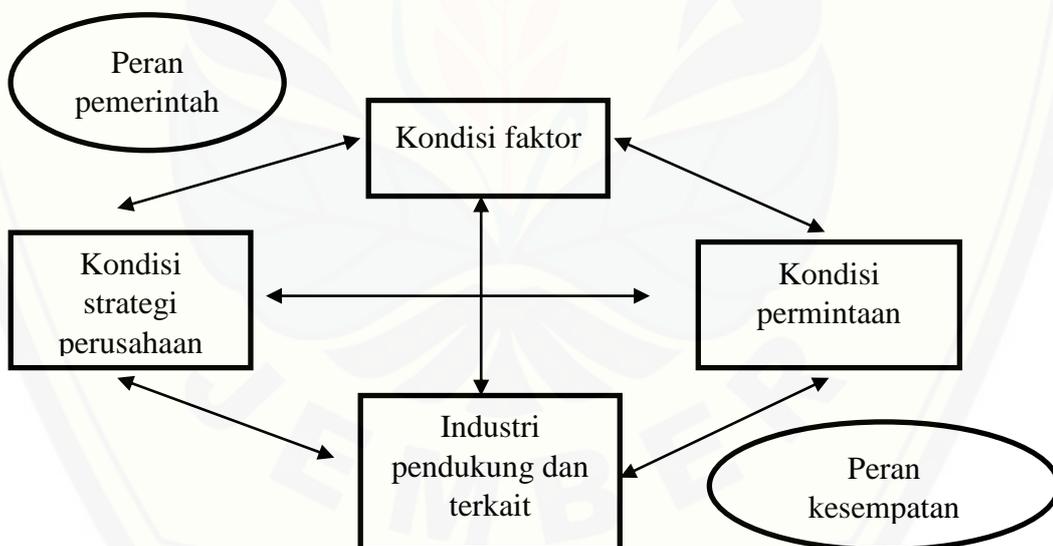
Definisi daya saing menurut Peraturan Menteri Pendidikan Nasional nomor 41 tahun 2007 tentang Standar Proses yaitu kemampuan untuk menunjukkan hasil yang lebih baik, lebih cepat atau lebih bermakna. Dalam upaya meningkatkan pendapatan dan pertumbuhan ekonomi daerah, daya saing digunakan sebagai salah satu kriteria yang digunakan untuk mengukur pencapaian dan keberhasilan sebuah tujuan yang lebih baik (Pamungkas,2018). Keunggulan kompetitif merupakan salah satu indikator atau pendekatan yang sering digunakan untuk mengukur daya saing. Keunggulan kompetitif merupakan suatu keunggulan yang sifatnya dapat dikembangkan. Menurut Tarigan (2005), Keunggulan kompetitif merupakan suatu kegiatan ekonomi yang yang lebih menguntungkan untuk pengembangan suatu daerah. Keunggulan kompetitif merupakan alat yang digunakan untuk mengukur daya saing suatu aktivitas berdasarkan pada kondisi perekonomian aktual.

2.1.2 Teori Daya Saing *Porter's Diamond*

Daya saing menurut definisi Porter yaitu suatu upaya perusahaan dalam industri untuk menghadapi berbagai lingkungan. Porter dalam buku PSSK-BI (2008), mendefinisikan daya saing berkaitan dengan masalah produktivitas, yang mana merupakan nilai output yang dihasilkan oleh tenaga kerja. Peningkatan jumlah input baik modal maupun tenaga kerja, kualitas input dan teknologi maka akan mendorong meningkatnya produktivitas. Pentingnya daya saing menurut porter yaitu (1.) Mendorong produktivitas dan meningkatkan kemampuan mandiri; (2.) dapat meningkatkan kapasitas ekonomi dan meningkatkan

pertumbuhan ekonomi; (3.) kepercayaan bahwa mekanisme pasar lebih menciptakan efisiensi.

Porter menyatakan bahwa daya saing nasional muncul bukan karena pengaruh keunggulan komparatif. Porter bahkan memandang bahwa teori dari keunggulan komparatif sebagai pandangan keliru dan salah serta tidak dapat menunjukkan bahwa suatu wilayah dapat bersaing atau tidak. Menurut Porter, negara memiliki keunggulan daya saing atau *competitive advantage* apabila perusahaan yang ada di daerah tersebut kompetitif. Porter (1990) mengenalkan empat faktor penentu utama daya saing daerah diantaranya yaitu (a) Kondisi faktor (*Factor conditions*); (b) Kondisi permintaan (*Demand conditions*); (c) Industri pendukung dan terkait (*Related and supporting industries*); serta (d) Kondisi strategi, struktur perusahaan dan persaingan (*Firm strategy, structure and rivalry*). Keempat faktor dari *National Competitive Advantage* (NCA) tersebut oleh Porter disebut *Diamond Model*.



Gambar 2.1 Bagan *Porter's Diamond*

Keterangan mengenai komponen-komponen dalam bagan *Porter's Diamond* diatas yaitu :

a) *Conditions Factors* (Faktor Kondisi)

Kondisi ini termasuk dalam faktor input yang digunakan untuk proses produksi. Faktor tersebut diantaranya (1) sumber daya alam; (2) sumber daya

manusia; (3) infrastruktur fisik; (4) infrastruktur informasi. Kualitas faktor input dapat mempengaruhi pengembangan daya saing dan produktivitas, dimana daya saing yang baik dapat dipengaruhi oleh semakin tingginya kualitas faktor input.

b) *Demand conditions* (Kondisi Permintaan)

Kondisi permintaan ini sangat penting dalam menciptakan daya saing, kondisi permintaan ini merupakan sifat dari suatu produk barang maupun jasa, permintaan dipengaruhi oleh majunya masyarakat, dimana semakin maju masyarakat maka akan semakin besar permintaan masyarakat, sehingga dalam memenuhi permintaan tersebut, setiap industri selalu melakukan inovasi dan meningkatkan kualitas produk.

c) *Related and supporting industries* (Industri Pendukung dan terkait)

Kondisi ini juga dapat menciptakan daya saing dan produktivitas dengan meningkatkan efisiensi dan strategi industri. Inovasi ini dilakukan guna untuk meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan.

d) Kondisi strategi perusahaan dan persaingan (*Firm strategy, structure and rivalry*)

Kondisi ini berperan penting dalam menghadapi persaingan yang ketat, semakin tepat strategi yang digunakan maka akan semakin efisien perusahaan dalam menghadapi persaingan. Sehingga perusahaan akan selalu menciptakan strategi-strategi baru untuk meningkatkan efisiensi.

e) Peran Pemerintah

Pemerintah memiliki peran yang penting dalam upaya untuk meningkatkan keunggulan kompetitif (*Competitive advantage*) suatu daerah. Kewenangan pemerintah dalam meningkatkan keunggulan tersebut dilakukan melalui kebijakan intensif yang terdiri dari pajak, subsidi, pendidikan yang fokus pada penciptaan dan penguatan kondisi faktor dan menetapkan standart industri.

f) Peran kesempatan

Setiap daerah memiliki kesempatan yang sama untuk menciptakan daya saing dengan mengembangkan potensi yang dimiliki. Hal ini dilakukan dengan

inovasi dalam pembangunan wilayah serta mampu memanfaatkan agenda penting dalam upaya pembangunan daerahnya.

2.1.3 Cara menentukan Daya Saing

Daya saing adalah suatu upaya menarik wisatawan untuk datang ke suatu destinasi wisata. Persaingan pada sektor pariwisata pada dasarnya merupakan hal yang saling melengkapi yaitu apabila wisatawan telah mendatangi objek wisata utama, maka terdapat peluang wisatawan tersebut akan mendatangi daerah objek wisata lainnya yang cukup terkenal, dengan catatan daerah tersebut memiliki khas yang berbeda dan tidak dimiliki oleh daerah utama. Pada umumnya dalam menentukan daya saing untuk meningkatkan pertumbuhan pariwisata dapat mencakup beberapa aspek yaitu terkait dengan manajemen produk, atraksi pariwisata dan budaya, kondisi infrastruktur, sumber daya manusia, pengelolaan destinasi pariwisata, pemasaran dan regulasi. Beberapa cara yang dapat digunakan untuk menentukan daya saing (Ariani,2017) diantaranya yaitu :

1) Harga Murah

Porter menyatakan bahwa daya saing dapat dicapai dengan keunggulan salah satunya dari sisi biaya atau *cost leadership*. Perusahaan yang dapat menawarkan harga yang lebih rendah/murah dengan kualitas produk yang lebih baik dibandingkan pesaing maka perusahaan tersebut secara umum dapat menciptakan efisiensi, dengan melakukan efisiensi ini, biaya yang dikeluarkan relatif sedikit sehingga perusahaan dapat menetapkan harga yang lebih murah dan mendapatkan margin yang sama atau yang lebih besar.

2) Diferensiasi

Diferensiasi dilakukan dengan menawarkan sesuatu yang baru dan berbeda dengan pesaing. Perbedaan tersebut dapat menarik perhatian bagi konsumen, selain itu perbedaan tersebut tidak hanya berbeda namun juga memiliki nilai tambah (*value added*) yang tidak dapat dimiliki oleh pesaing lainnya.

3) Pelayanan

Keunggulan daya saing daerah dapat dicapai salah satunya melalui pelayanan yang memuaskan. Pelayanan yang memuaskan atau *service excellence* dapat mempengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas wisatawan yang berkunjung.

Daerah dapat memiliki daya saing dengan dengan memberikan pelayanan yang baik diantaranya tersedianya sarana dan prasana maupun akomodasi, air bersih di lingkungan sekitar objek pariwisata.

2.1.4 Industri pariwisata

Industri pariwisata adalah suatu susunan organisasi, baik pemerintah maupun swasta, yang terkait dengan pengembangan, produksi dan pemasaran produk suatu layanan untuk memenuhi kebutuhan dari orang yang sedang berpergian (Hardinoto,1996:11). Berdasarkan UU 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,1979:5) industri pariwisata adalah

“Tourism enterprise are all business entities wich, by combining varios means of production, provide goods and service of a specially tourist nature”

Industri pariwisata yang dimaksudkan merupakan berbagai kegiatan usaha yang menyediakan produk wisata yang berupa barang maupun jasa yang diperlukan wisatawan. Sedangkan menurut Smith, industri pariwisata sebagai kumpulan usaha yang menyediakan barang dan jasa untuk memfasilitasi kegiatan bisnis, bersenang-senang dan memanfaatkan waktu luang yang dilakukan jauh dari lingkungan tempat tinggalnya. (Utama,2016:128)

“.....the aggregate of all business that directly provide goods or services to facilitate business, pleasure, and leisure activities away from the home environment.”

A. Permintaan industri pariwisata

Permintaan atau *demand* merupakan sejumlah produk baik barang dan jasa yang diminta pada waktu dan tingkat harga tertentu. Permintaan dalam kepariwisataan tidak hanya diartikan dengan barang manufaktur biasa, namun permintaan dalam pariwisata dapat berupa benda bebas yang diperoleh tanpa membelinya, namun menjadi daya tarik bagi wisatawan sebagai objek pariwisata, misalnya pemandangan alam yang indah, udara yang segar, cahaya matahari, danau, laut, sungai, hutan dsb. *Demand* untuk *tourist services* ini seperti *tourism*

information, travel reparation, transportation, accommodation, tour operator dsb yang merupakan alat/ perlengkapan guna dapat memuaskan untuk memperoleh *free goods* yang merupakan objek utama untuk dilihat dan disaksikan di tempat. (Yoeti,1979:55-56). Permintaan pariwisata merupakan permintaan wisatawan yang terjadi pada waktu sebelum dan selama melakukan perjalanan wisata. Permintaan sebelum perjalanan memuat informasi mengenai daerah tujuan wisata diantaranya informasi akomodasi untuk penginapan, transportasi yang digunakan dan banyaknya uang yang akan dibawa (Yoeti,1996:154).

Terdapat dua hal yang perlu diperhatikan dalam rangka menarik wisatawan menuju Daerah Tujuan Wisata, diantaranya yaitu :

- a. Faktor-faktor penentu seluruh permintaan (*total demand*), hal ini diperlukan dengan tujuan untuk menetapkan strategi promosi dan pemasaran tujuannya untuk menetapkan target pasar.
- b. Informasi tentang faktor-faktor yang menentukan permintaan khusus (*specific demand*), hal ini diperlukan sebagai dasar acuan dalam merencanakan kegiatan promosi dan pemasaran pariwisata.

2.1.5 Pariwisata

1. Definisi pariwisata

Menurut bahasa sangsakerta Pariwisata berasal dua suku kata, yaitu pari dan wisata. Pari artinya banyak, berkali-kali atau berputar-putar, sedangkan wisata artinya perjalanan (Utama,2016:1). Menurut UU RI Nomor 10 tahun 2009, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.

Menurut definisi yang luas, pariwisata diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan oleh perorangan maupun kelompok dari satu tempat ke tempat lainnya yang bersifat sementara dengan tujuan untuk mencari kebahagiaan dan keserasian dengan lingkungan hidup pada berbagai dimensi kehidupan diantaranya yaitu alam, budaya, ilmu dan sosial. Menurut istilah diatas dapat disimpulkan bahwa pariwisata terbentuk apabila terdapat pelaku pariwisata (*demand*) yang memiliki

motivasi untuk melakukan perjalanan wisata, keberadaan objek pariwisata, atraksi wisata yang didukung sistem pemasaran dan promosi yang baik, tersedianya infrastruktur pendukung, dan pelayanan yang baik dari pelaku wisata (*supply*) (dalam Ariani, 2017).

2. Pariwisata dari Sisi Permintaan

World Tourism Organization (1995) pariwisata didefinisikan sebagai permintaan yang terjadi karena adanya kegiatan pariwisata. Pihak yang melakukan permintaan tersebut adalah wisatawan (konsumen), pemerintah maupun swasta. Terdapat 3 elemen dasar permintaan pariwisata, diantaranya:

1. *Actual demand* (Permintaan efektif)

Permintaan efektif merupakan permintaan yang berasal dari wisatawan yang sedang menggunakan dan menikmati fasilitas pariwisata, yang termasuk ke dalam permintaan efektif adalah orang yang sedang melakukan perjalanan wisata.

2. *Suppressed demand* (Permintaan yang ditunda)

Permintaan tertunda merupakan seluruh atau sebagian masyarakat yang tidak melakukan perjalanan karena alasan tertentu. Terdapat dua alasan diantaranya :

- a. *Permintaan Potensial*, permintaan ini terjadi apabila seseorang ingin bepergian tetapi belum dilaksanakan karena belum memiliki daya beli. Permintaan potensial ini akan berubah menjadi permintaan efektif apabila di masa depan pendapatan yang mereka terima meningkat.
- b. *Permintaan tertunda*, permintaan terjadi apabila suatu golongan menunda perjalanan dengan alasan tertentu tetapi golongan ini mampu untuk membayar dan memiliki daya beli. Permintaan ini akan menjadi permintaan efektif apabila tidak ada alasan untuk menunda perjalanan.

3. *No demand* (Tidak ada permintaan)

Golongan yang masuk ke dalam kategori ini yaitu mereka yang tidak mau dan tidak mengadakan perjalanan (*no demand*), sehingga tidak terjadi permintaan pariwisata.

Berdasarkan faktor-faktor diatas, diharapkan pengembangan pariwisata yang dilakukan dapat mengubah golongan yang hanya berencana melakukan perjalanan wisata merealisasikan rencananya, sedangkan bagi golongan yang sedang maupun sudah melakukan perjalanan wisata diharapkan memiliki kesan dan berkeinginan untuk mengunjunginya lagi di masa mendatang.

Kesimpulan yang dapat ditarik dari ketiga elemen diatas yaitu dimana permintaan efektif (*actual demand*) merupakan permintaan yang nyata dilakukan atau sudah terealisasi, sehingga dapat di analisa dan dihitung dengan jelas, sedangkan kedua elemen lainnya merupakan permintaan yang belum terealisasi transaksinya dan sulit dianalisa serta tidak dapat diukur dengan jelas.

3. Faktor pengaruh permintaan pariwisata

Pariwisata merupakan salah satu kegiatan jasa yang disukai (*Preferred goods or service*), hal ini terjadi karena kegiatan ini dipengaruhi tingkat pendapatan seseorang, dimana seseorang yang memiliki pendapatan tinggi akan lebih banyak yang melakukan perjalanan pariwisata, sehingga permintaan pariwisata akan meningkat lebih cepat dibandingkan pendapatan. Permintaan pariwisata dibagi menjadi dua (Yoeti,1979:56), diantaranya yaitu :

1. *Potential Demand*, yaitu sejumlah golongan yang memiliki kemampuan untuk melakukan perjalanan wisata
2. *Actual Demand*, yaitu sejumlah golongan yang melakukan pariwisata dan menikmati fasilitas pariwisata yang disediakan di daerah tujuan wisata.

Permintaan pada sektor pariwisata ditentukan oleh beberapa faktor, diantaranya yaitu:

1) **General Demand Factor (Faktor permintaan secara umum)**

a. Daya Beli (*Purchasing Power Parity*)

Kemampuan seseorang untuk membeli barang sebagian besar dipengaruhi oleh besarnya penerimaan atau pendapatan yang siap untuk dibelanjakan (*diposible income*), hal ini berkaitan erat dengan standar hidup seseorang dan besarnya intensitas perjalanan yang dilakukan. Daya beli seseorang dipengaruhi pendapatan, dimana semakin tinggi pendapatan yang diperoleh seseorang, maka

akan akan semakin besar potensi seseorang untuk melakukan perjalanan pariwisata, sehingga semakin besar permintaan pariwisata pada daerah tujuan wisata.

b. Demographic structure and trends

Permintaan dalam pariwisata selain dipengaruhi oleh jumlah barang juga dipengaruhi oleh besarnya jumlah penduduk serta struktur umur penduduk. Semakin banyak jumlah penduduk yang memiliki jumlah pendapatan yang rendah, maka hal ini akan memperkecil kesempatan untuk melakukan kegiatan wisata sehingga permintaan terhadap pariwisata juga semakin sedikit. Sedangkan struktur umur juga mempengaruhi permintaan, dimana penduduk yang memiliki umur yang masih muda dengan pendapatan yang diterima relatif lebih tinggi dan berpotensi besar untuk melakukan perjalanan wisata dibandingkan dengan penduduk yang memiliki umur yang sudah tua dan pensiun.

c. Faktor sosial dan Budaya (Social and culture factors)

Adanya industrialisasi dalam suatu daerah akan memungkinkan terjadinya pemerataan pendapatan dalam masyarakat, hal ini terjadi karena semakin banyak tenaga kerja yang terserap dalam suatu industri, sehingga ketika mereka memiliki tugas untuk berpergian dan dibayar hal ini akan membuat seseorang cenderung lebih sering melakukan perjalanan pariwisata .

d. Travel motivation of attitudes

Permintaan pariwisata dipengaruhi oleh motivasi seseorang untuk melakukan perjalanan pariwisata, motivasi tersebut dipengaruhi oleh kondisi sosial dan budaya masyarakat. Hal ini erat kaitannya dengan keluarga maupun masyarakat yang sering melakukan kunjungan satu sama lain, sehingga semakin besar motivasi seseorang untuk melakukan perjalanan pariwisata maka akan semakin besar pula permintaan pariwisata di suatu daerah.

e. Opportunities to travel and tourism marketing intencity

Adanya *Meeting, Incentive, Convention dan Exhibition* (MICE) juga mempengaruhi permintaan pariwisata, meskipun biaya perjalanan ditanggung oleh perusahaan, disisi juga memberikan kesempatan keluarga untuk mengikuti perjalanan wisata. Sehingga permintaan pariwisata juga akan mengalami peningkatan.

2) *Determining Specific Demand Factors*

Faktor-faktor penentu permintaan khusus terhadap daerah tujuan wisata tertentu yang akan dikunjungi diantaranya yaitu :

a. Harga

Diferensiasi harga dalam pariwisata digunakan sebagai suatu strategi dalam pemasaran dan promosi pariwisata. Harga mempengaruhi persaingan antara sesama perator, karena wisatawan akan cenderung memilih paket wisata yang lebih murah.

b. Daya tarik wisata

Pemilihan destinasi wisata sangat dipengaruhi oleh daya tarik daerah tujuan wisata. Daya tarik wisata yang semakin bagus akan semakin menarik wisatawan untuk berkunjung. Daya tarik wisata akan mempengaruhi kepuasan wisatawan, dimana ketika mereka berwisata mereka ingin meluangkan waktu dengan menikmati daya tarik wisata yang bagus dan tidak mengecewakan. Fasilitas dan intrastuktur yang lengkap dan memadai dapat mendukung daya tarik daerah tujuan wisata.

c. Kemudahan Berkunjung

Aksesibilitas merupakan faktor penting yang mempengaruhi permintaan wisata. Wisatawan akan tertarik mengunjungi daerah tujuan wisata apabila akses yang dilalui ke daerah tujuan wisata mudah dan nyaman misalnya bandara yang bersih dan nyaman, jalan yang mulus dan transportasi yang mudah. Kemudahan dalam berkunjung menjadi faktor yang dipertimbangkan wisatawan dalam berwisata.

d. Citra

Citra daerah tujuan wisatawan merupakan sesuatu yang berkaitan dengan kesan dan harapan pada daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi. Citra yang baik akan menimbulkan kesan positif terhadap daerah tujuan wisata, wisatawan akan meninggalkan kesan yang menarik dari perjalanannya ketika mereka kembali ke daerahnya dan terhindar dari hal-hal negatif seperti bencana alam, bom dan sesuatu yang membuat wisatawan tidak nyaman.

e. Informasi dan layanan sebelum kunjungan

Setiap wisatawan yang akan melakukan perjalanan wisata, mereka memerlukan informasi mengenai tempat-tempat yang akan dikunjungi dan pelayanan mengenai keberangkatan wisatawan. Peran *tourim information service* sangat vital bagi wisatawan yang akan berwisata, hal ini dapat memberikan gambaran tentang tempat yang akan dikunjungi, transportasi yang digunakan, jadwal keberangkatan, keperluan yang dibawa, pelayanan pemesanan tiket, penukaran valas, perpanjangan visa dan sebagainya.

4. Pariwisata dari sisi Penawaran

Menurut Dr I Gusti Bagus Rai Utama (2016:128) dari sisi penawaran pariwisata dilihat sebagai industri/bisnis. Smith mendefinisikan

“..... the aggregate off all business that directly provide goods or services to facilitate business, pleasure, and leasure activities away from the home environment”

Pariwisata adalah keseluruhan dari usaha bisnis yang menyediakan barang maupun jasa untuk memfasilitasi kegiatan bisnis, bersenang-senang, dan kegiatan yang dilakukan jauh dari lingkungan tempat tinggal (Utama,2016:128) pariwisata dari sisi penawaran diartikan sebagai usaha pengelola pariwisata untuk menawarkan sesuatu yang menarik dari daerah tujuan wisata baik dari keunikan yang ditonjolkan dari objek pariwisata maupun berbagai pernaik-pernik yang tersedia sesuai tingkat harga yang ditentukan.

5. Faktor pengaruh penawaran pariwisata

Terdapat beberapa aspek yang mempengaruhi dan perlu diperhatikan dalam penawaran pariwisata, diantaranya yaitu (Utama,2016:117):

a) Daya tarik (*Attraction*)

Attraction ini dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan, setiap daerah tujuan wisata memiliki daya tarik dan keunikan tersendiri dan berbeda-beda untuk menarik wisatawan. Daya tarik wisata ini diantaranya berupa daya tarik keindahan alam, budaya dan masyarakat.

b) Transportasi (*Accesable*)

Accesable mempengaruhi pencapaian wisatawan ke daerah tujuan wisata. Transportasi ini menghubungkan antara wisatawan dan daerah tujuan wisata, akses ini menyangkut kenyamanan, keselamatan dan ketepatan waktu berkunjung ke daerah tujuan wisata. Salah satu modal transportasi yang ditawarkan yaitu kendaraan atau angkutan umum perjalanan wisata menuju ke daerah tujuan wisata.

c) Fasilitas (*Amenities*)

Amenities merupakan bagian dari kebutuhan wisatawan, meskipun fasilitas ini tidak berkaitan langsung dengan pariwisata. Fasilitas yang di maksudkan antara lain adalah bank, telekomunikasi, usaha persewaan, penjual buku pemandu wisata, penukaran uang, seni pertunjukkan (teater, bioskop dsb) termasuk kedalam unsur ini.

d) Kelembagaan (*Ancillary*)

Adanya lembaga akan mempengaruhi tingkat keamanan wisatawan, dimana wisatawan akan merasa terlindungi di daerah tujuan wisata, sehingga ketika melakukan perjalanan pariwisata, kelembagaan sangat menentukan permintaan pariwisata.

6. Jenis-jenis Pariwisata

Menurut Pendit (1994) jenis-jenis pariwisata dapat dibedakan menurut motif tujuan perjalanan wisata (Utama,2016:145) diantaranya yaitu :

1. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*pleasure tourism*)

Pariwisata untuk menikmati perjalanan ini dilakukan oleh beberapa golongan dengan tujuan ingin menikmati waktu luangnya untuk berlibur, mencari suasana baru, menikmati udara segar, *refreshing* jauh dari keramaian dan rutinitas yang dilakukan di kota kemudian bepergian ke luar kota, maupun sebaliknya menikmati keramaian liburan di kota-kota besar.

2. Pariwisata untuk rekreasi (*recreation tourism*)

Hal ini dilakukan oleh golongan orang yang memiliki waktu luang dan hendak menggunakan waktu luangnya untuk beristirahat, untuk menghilangkan rasa penat dan letih dari aktivitas yang dilakukan, sehingga

mereka akan cenderung mencari tempat yang dapat mengembalikan kesegaran jasmani dan rohaninya misalnya di pantai, gunung, pusat-pusat kesehatan. Pariwisata ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan kenikmatan dan *health resort*.

3. Pariwisata untuk kebudayaan (*culture tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh seseorang dengan motif untuk belajar sesuatu yang berbeda dari budayanya dimana tujuan pariwisata ini dapat mempelajari adat-istiadat, budaya, pusat-pusat kesenian(musik, tari, teater dan sebagainya) maupun perilaku orang lain di daerah maupun negara lain serta , peninggalan maupun monumen bersejarah di tempat lain.

4. Pariwisata untuk kesehatan (*Health Tourism*)

Health tourism merupakan jenis pariwisata yang dilakukan dengan motif untuk melakukan pengobatan dan pemulihan kesehatan yang dilakukan di daerah maupun negara lain diantaranya mengunjungi : *hot, spring, mud-bath, treatment by hot sand* dan sebagainya.

5. Pariwisata untuk olahraga (*sport tourism*)

Terdapat dua kategori dalam pariwisata dengan motif olahraga :

- a. *Big sport event* merupakan acara atau event besar dalam olahraga seperti *Olympiade Games*, Kejuaraan *Sky* sedunia kejuaraan tinju dunia, dan lain-lain. Adanya event-event tersebut akan menarik perhatian wisatawan sebagai pemain dan penonton untuk mengunjungi tempat dan berpartisipasi dalam acara tersebut tersebut
- b. *Sporting tourism of the pratitioners* termasuk ke dalam golongan yang ingin mempraktekan langsung olahraga dengan tujuan berwisata seperti mendaki gunung, naik kuda, memancing, berburu dan sebagainya. Daerah maupun negara yang memiliki fasilitas yang menunjang pariwisata yang sifatnya untuk berolahraga akan menjadi daya tarik wisatawan yang menggemari jenis olahraga pariwisata ini.

6. Pariwisata untuk konferensi (*conference tourism*)

Pariwisata ini dilakukan dengan motif untuk melakukan pertemuan penting seperti sidang, sinopsium, konferensi nasional. Setiap tahunnya pertemuan

ini rutin diadakan sehingga hal ini akan menarik wisatawan untuk berkunjung. pertemuan ini sering dihadiri oleh banyak peserta dan biasanya mereka akan tinggal beberapa hari di kota maupun negara penyelenggara. Berkembangnya kegiatan konvensi maupun konferensi semacam itu akan membuat pelaku wisata menawarkan diri untuk dijadikan tempat penyelenggaraan konferensi.

7. Dampak Positif Pariwisata Bagi Perekonomian

Menurut I Gede Pitana (2009:185-186) pariwisata memiliki beberapa dampak positif terhadap perekonomian diantaranya yaitu:

1. Pendapatan yang diperoleh dari penukaran valuta asing
Setiap negara memiliki nilai mata uang yang berbeda, sehingga nilai mata uang berlaku sesuai dengan negaranya. Kedatangan wisatawan mancanegara akan mempengaruhi pendapatan daerah tujuan wisata melalui banyaknya valuta asing yang masuk.
2. Menyejahterakan neraca perdagangan luar negeri
Surplus pendapatan yang diperoleh dari penukaran valuta asing akan mempengaruhi neraca perdagangan luar negeri, semakin banyaknya surplus maka akan semakin baik perkembangan neraca perdagangan. Adanya motif tersebut mendorong suatu negara untuk mengimpor berbagai barang, jasa maupun modal untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat
3. Pendapatan dari usaha atau bisnis pariwisata
Konsumsi yang dilakukan oleh wisatawan dalam suatu daerah akan mempengaruhi pendapatan atau penerimaan pelaku bisnis di sektor pariwisata. Jumlah wisatawan yang datang ini menjadi pasar bagi produk lokal.
4. Pendapatan daerah
Pariwisata dalam suatu daerah dapat menyumbang pendapatan bagi pemerintah, melalui penerimaan dari pajak yang berasal dari sektor pariwisata. Oleh karena itu, pemerintah fokus dalam pengembangan pariwisata untuk menarik wisatawan sebanyak-banyaknya untuk berlibur ke daerah maupun negaranya.

5. Penyerapan tenaga kerja

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang tidak dapat berdiri sendiri dan berhubungan dengan sektor lainnya sehingga sektor ini memiliki peluang untuk menyerap banyak tenaga kerja. Semakin berkembangnya sektor pariwisata pada suatu daerah maka akan semakin luas lapangan kerja yang tersedia.

6. *Multiplier effect*

Adanya pariwisata dalam suatu daerah akan membawa dampak *multiplier* terhadap perekonomian, berkembangnya sektor pariwisata akan memberikan efek ganda terhadap kegiatan ekonomi secara keseluruhan pada suatu daerah maupun negara tertentu.

7. Pemanfaatan Pariwisata oleh masyarakat

Keberadaan pariwisata dalam suatu daerah dapat mendatangkan keuntungan salah satunya adalah penggunaan fasilitas yang secara bebas dapat dimanfaatkan masyarakat lokal.

2.1.6 *Competitiveness Monitor*

Salah satu metode yang digunakan untuk daya saing pariwisata yaitu *Competitiveness Monitor*. Metode Analisis ini pertama kali diperkenalkan oleh *World Travel and Tourism Council (WTTC)* pada tahun 2001 sebagai alat untuk mengukur daya saing sektor pariwisata. Dalam metode ini daya saing pariwisata ini dibentuk dari delapan indikator penentu yang telah ditetapkan oleh *World Tourism Organization (World Tourism Organization, 2008)*. Kedelapan indikator penentu daya saing tersebut diantaranya yaitu :

a) *Human Tourism Indicator (HTI)*

Human Tourism Indicator (HTI) atau indikator pengaruh pariwisata ini menunjukkan pertumbuhan ekonomi yang disebabkan karena kedatangan wisatawan pada daerah tujuan wisata.

b) *Price Competitiveness Indicator (PCI)*

Price Competitiveness Indicator (PCI) atau indikator pengaruh harga ini menunjukkan harga komoditas yang dibelanjakan wisatawan mancanegar

selama melakukan perjalanan wisata maupun menginap seperti biaya akomodasi, sewa travel, sewa kendaraan dan sebagainya.

c) *Infrastructure Development Indicator (IDI)*

Infrastructure Development Indicator (IDI) atau indikator perkembangan infrastruktur ini menunjukkan perkembangan jalan raya, perbaikan fasilitas sanitasi dan peningkatan akses penduduk untuk mendapatkan fasilitas air bersih.

d) *Environment Indicator (EI)*

Environment Indicator (EI) atau indikator lingkungan ini menunjukan perkembangan kualitas lingkungan serta kesadaran penduduk dalam memelihara lingkungan.

e) *Technology Advancement Indicator (TAI)*

Technology Advancement Indicator (TAI) atau indikator kemajuan teknologi menunjukkan kemajuan teknologi yang ditandai dengan *mobile telephone*, jaringan internet dan ekspor produk berteknologi tinggi.

f) *Human Resources Indicator (HRI)*

Human Resources Indicator (HRI) atau indikator sumber daya manusia ini menunjukkan perkembangan kualitas sumber daya manusia di daerah tujuan wisata sehingga diimplikasikan hal ini berpengaruh terhadap pelayanan yang diberikan.

g) *Openess Indicator (OI)*

Openess Indicator (OI) atau indikator keterbukaan ini menunjukkan tingkat keterbukaan daerah tujuan wisata terhadap wisatawan mancanegara dan perdagangan internasional.

h) *Social Development Indicator (SDI)*

Social Development Indicator (SDI) atau indikator pembangunan sosial ini menunjukkan tingkat kenyamanan dan keamanan di daerah tujuan wisata.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang telah dilakukan yang berkaitan dengan tema yang sejenis yaitu daya saing pariwisata. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Trisnawati, et al (2007) dengan penelitian yang

berjudul “*Analysis of the competitiveness tourism industries increasing the local economy (the comparative study analysis of the competitiveness tourism between Surakarta and Yogyakarta)*” metode analisis yang digunakan adalah analisis *Competitiveness Monitor*. Hasil analisis menunjukkan bahwa indeks daya saing pariwisata di Yogyakarta lebih tinggi dibandingkan dengan Surakarta. Berdasarkan indikator *Human Tourism Indicator (HTI)*, *Price competitiveness Indicator (PCI)*, *Infrastucture Development Indicator (IDI)*, *Technology Advancement Indicator (TAI)*, *Human Resources Indicator (HRI)*, *Openess Indicator (OI)*, *Social Development Indicator (SDI)* menunjukkan pertumbuhan daya saing Yogyakarta yang lebih tinggi dibandingkan dengan Surakarta, sedangkan *Environment Indicator (EI)* pertumbuhan yang konstan.

Floriyana Indra Putra (2012) yang berjudul “*Analisis Daya Saing dan faktor-faktor yang mempengaruhi Industri Pariwisata Kabupaten Cianjur*” dengan menggunakan metode Analisis *Competitiveness Monitor dan Ordionary Least Square*. Berdasarkan Hasil analisis *Competitiveness Monitor* Menunjukkan bahwa pada indikator perkembangan infrastuktur Kabupaten Cianjur Lebih rendah dibandingkan dengan Kabupaten Bogor. Selanjutnya pada Indikator Sumber Daya Manusia menunjukkan bahwa kualitas pendidikan di Kabupaten Cianjur dan Kabupaten Bogor hampir berimbang. Pada indikator sosial menunjukkan bahwa daerah wisata Kabupaten Cianjur dan Kabupaten Bogor memiliki nilai kenyamanan dan kemandirian yang relatif sama bagi wisatawan. Pada indikator lingkungan, Kabupaten Cianjur lebih baik dibandingkan dengan Kabupaten Bogor. Pada indikator pengaruh wisata Kabupaten Cianjur lebih rendah dibandingkan dengan Kabupaten Bogor. Pada indikator keterbukaan pariwisata menunjukkan bahwa Kabupaten Bogor lebih tinggi dibandingkan dengan Kabupaten Cianjur. Pada indikator daya saing tingkat harga menunjukkan bahwa kemampuan daya beli di Kabupaten Cianjur masih lebih rendah dibandingkan dengan kemampuan daya beli Kabupaten Bogor. Sedangkan hasil pada metode analisis *Ordionary Least Square* menunjukkan bahwa jumlah hotel berpengaruh positif dan signifikan terhadap PAD sektor Pariwisata pada tarif nyata 5% dengan nilai koefisien regresinya adalah 3,0994%. Faktor jalan beraspal kualitas baik

berpengaruh positif dan signifikan terhadap PAD pariwisata pada taraf 15 persen dengan nilai koefisien sebesar 0,5584. Pada faktor jumlah restoran tidak berpengaruh signifikan terhadap PAD. Pada faktor tingkat hunian hotel berpengaruh positif dan signifikan terhadap PAD pada taraf nyata 10 persen dengan nilai koefisiennya sebesar 0,5470. Sedangkan pada faktor tingkat tenaga kerja pariwisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap PAD dengan taraf nyata sebesar 5 persen dengan nilai koefisiennya sebesar 0,04364.

Desy Irianti (2013) dengan penelitian yang berjudul “*Analisis daya saing dan faktor-faktor yang mempengaruhi industri pariwisata daerah Kota Malang*” metode yang digunakan yaitu analisis *Competitiveness Monitor*. Hasil analisis menunjukkan bahwa Human Tourism Indicator (HTI), *Human Resources Indicator (HRI)*, *Openess Indicator (OI)* dan *Social Development Indicator (SDI)* menunjukkan bahwa pertumbuhan daya saing Kota Malang lebih tinggi dibandingkan dengan Kota Blitar, Sedangkan *Price Competitiveness Indicator (PCI)* dan *Infrastructure Development Indicator (IDI)* cenderung konstan. Indikator penentu daya saing yang pertumbuhannya konstan ini perlu menjadi perhatian pemerintah daerah Kota Malang sehingga perlu ditingkatkan dan diperbaiki dengan memperhatikan faktor-faktor pendukung pariwisata. Faktor-faktor yang mempengaruhi industri pariwisata kota Malang adalah jumlah hotel dan jalan beraspal kualitas baik karena berpengaruh nyata dan signifikan terhadap PAD industri pariwisata.

Myrna Sukmaratri (2016) yang berjudul “*Kajian Faktor Penentu Daya Saing Kota Batu Sebagai Destinasi Wisata*”. Tujuan dari penelitian ini yaitu mengidentifikasi faktor penentu daya saing bagi pengembangan destinasi wisata Kota Batu. Hal ini dikarenakan bahwa beberapa faktor daya saing destinasi wisata akan jauh lebih penting daripada yang lain, sehingga apabila Kota Batu ingin meningkatkan kinerja kompetitifnya, harus menfokuskan perhatian dan sumber daya pada faktor penentu yang memiliki pengaruh besar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Analytical Hierarchy Process (AHP)*. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat lima faktor penentu daya saing wisata Kota

Batu yaitu faktor alam, wisata buatan, keragaman aktivitas wisata, pengembangan kualitas sumber daya manusia, manajemen lingkungan.

Sabahan, Yuliansah (2017) yang berjudul “*Kajian Daya Saing Sektor Pariwisata Kabupaten Sambas*”. Tujuan dalam penelitian ini yaitu mengetahui daya saing sektor pariwisata, mengetahui faktor-faktor yang menentukan daya saing sektor pariwisata serta mengetahui strategi kebijakan yang tepat dalam pengembangan daya saing pariwisata di Kabupaten Sambas. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode *Shift Share* dan komposit indeks. Berdasarkan hasil analisis *Shift Share* pada tahun 2011-2015 menunjukkan bahwa kontribusi sektor pariwisata di Kabupaten Sambas meningkat dan berdaya saing cukup baik dibandingkan dengan daerah lainnya. Faktor-faktor yang bisa diandalkan dalam meningkatkan daya saing Kabupaten Sambas adalah dengan meningkatkan promosi, pengembangan industri pendukung dan terkait. Sehingga kebijakan strategi yang tepat dalam meningkatkan daya saing pariwisata adalah peningkatan fasilitas penunjang wisata, peningkatan anggaran pemerintah untuk pariwisata, pengembangan potensi wisata Kabupaten Sambas, dan pengembangan sarana kepariwisataan.

Lina Ariani (2017) dengan judul penelitian “*Analisis daya saing sektor pariwisata Kabupaten Banyuwangi*” dengan menggunakan metode analisis *Shift Share* Esteban Marquillas, *Competitiveness Monitor* dan SWOT. Berdasarkan analisis *Competitiveness Monitor* menunjukkan nilai *Human Tourism Indicator* (HTI) adalah sebesar 1,42 yang berarti bahwa kemampuan daya saing HTI yang tinggi/baik. Nilai *Price Competitiveness Indicator* (PCI) sebesar 1,16 yang berarti bahwa kemampuan daya saing PCI yang tinggi/baik. Nilai *Infrastructure Development Indicator* (IDI) adalah sebesar 2,15 yang menunjukkan kemampuan daya saing IDI yang tinggi/baik. Nilai *Environment Indicator* (EI) sebesar 1,06 yang menunjukkan kemampuan daya saing EI yang tinggi/baik. Nilai *Technology Advancement Indicator* (TAI) sebesar 1,63 yang menunjukkan kemampuan daya saing yang tinggi atau baik. Nilai *Human Resources Indicator* (HRI) sebesar 2,54 yang menunjukkan kemampuan daya saing HRI yang tinggi/baik. Nilai *Openness Indicator* (OI) sebesar 1,53 yang berarti menunjukkan kemampuan daya saing

pariwisata yang tinggi/baik. Nilai *Social Development Indicator* (SDI) sebesar 1,75 yang berarti kemampuan daya saing SDI yang tinggi/baik.

Bagus Suryo Nugroho (2018) yang berjudul “*Analisis potensi daya saing sektor pariwisata dan kontribusinya terhadap PDRB Kabupaten Bondowoso*”. Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pertumbuhan sektor pariwisata kontribusinya terhadap PDRB, mengetahui daya saing dan indikator-indikator yang menentukan daya saing pariwisata di Kabupaten Bondowoso. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Shift share* Esteban Marquillas untuk mengetahui kontribusi sektor pariwisata terhadap PDRB dan metode *Competiveness Monitor* untuk mengetahui posisi daya saing pariwisata Kabupaten Bondowoso. Berdasarkan hasil analisis *shift share* Esteban Marquillas laju pertumbuhan sektor pariwisata Kabupaten Bondowoso mengalami peningkatan yang cukup baik dengan pertumbuhan rata-rata sebesar 0,08% selama 2012-2016. Efek alokasi pariwisata yang meliputi penyediaan akomodasi makan dan minum menghasilkan indikator yaitu memiliki keunggulan kompetitif dan juga terspesialisasi. Nilai ini mengindikasikan bahwa keunggulan yang ada akan berpengaruh terhadap perkembangan sektor pariwisata di Kabupaten Bondowoso. Sedangkan berdasarkan analisis *Competiveness Monitor* menunjukkan bahwa sektor pariwisata Kabupaten Bondowoso memiliki keunggulan daya saing yang baik untuk keberlangsungan pertumbuhan pariwisata.

Tabel 2.1 Ringkasan tinjauan peneliti sebelumnya

No.	Peneliti	Judul	Tujuan	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Trisnawati, et al,2007	<i>Analysis of the competitiveness tourism industries increasing the local economy (the comparative study analysis of the competitiveness tourism between Surakarta and Yogyakarta)</i>	Mengukur daya saing pariwisata di daerah Surakarta dan menentukan kontribusi pariwisata untuk perekonomian daerah	Metode Analisis <i>Competitiveness Monitor</i> (CM)	Berdasarkan hasil analisis menggunakan <i>Competitiveness Monitor</i> menunjukkan bahwa Industri pariwisata di Yogyakarta lebih tinggi dibandingkan dengan Surakarta. Indikator-indikator yang digunakan menunjukkan bahwa Kota Yogyakarta lebih unggul.
2	Floriyana Indra Putra,2012	Analisis Daya Saing dan Faktor-faktor yang mempengaruhi industri pariwisata Kabupaten Cianjur	Menganalisis perkembangan daya saing dan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap industri pariwisata di Kabupaten Cianjur.	Analisis <i>Competitiveness Monitor</i> dan Regresi Linier Berganda (<i>Ordinary Least Square</i>)	Berdasarkan hasil analisis <i>Competitiveness Monitor</i> menunjukkan bahwa pertumbuhan posisi daya saing pariwisata Kabupaten Cianjur cenderung mengalami penurunan di beberapa indikator. Sedangkan hasil penelitian berdasarkan metode <i>Ordinary Least Square</i> menunjukkan bahwa faktor jumlah hotel, jalan berkualitas baik, presentase tingkat hunian kamar hotel, dan presentase tingkat pendidikan tenaga kerja pariwisata menunjukkan pengaruh positif dan signifikan faktor jumlah restoran tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pariwisata Cianjur.

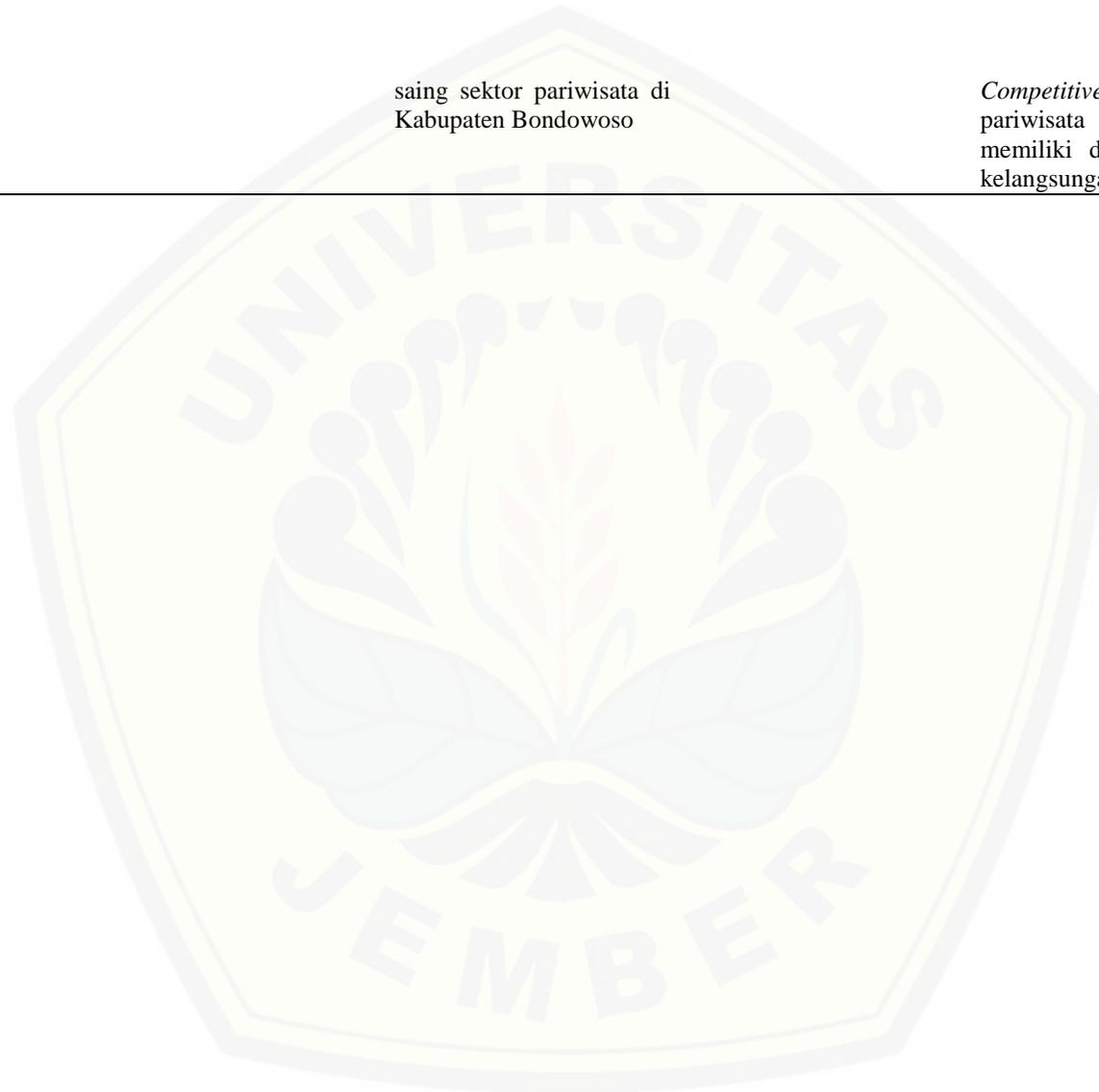
3	Desy Irianti, 2013	Analisis Daya Saing dan Faktor-faktor yang mempengaruhi Industri Pariwisata Daerah Kota Malang.	Menganalisis perkembangan daya saing sektor industri pariwisata dan faktor-faktor yang mempengaruhi industri pariwisata kota Malang	Metode analisis <i>Competitiveness Monitor</i> (CM), <i>Ordinary Least Square</i> (OLS)	Berdasarkan Hasil analisis <i>Competitiveness Monitor</i> pertumbuhan Kota Malang lebih besar dibanding Kota Blitar apabila dilihat dari indikator pengaruh pariwisata, indikator sumber daya manusia, indikator keterbukaan dan indikator sosial. sedangkan indikator daya saing tingkat harga dan indikator perkembangan infrastruktur cenderung konstan. Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi industri pariwisata Kota Malang adalah jumlah hotel dan jalan beraspal kualitas baik karena berpengaruh nyata dan signifikan terhadap PAD industri Pariwisata.
4	Myrna Sukmaratri, 2016	Kajian Faktor Penentu Daya Saing Kota Batu sebagai Destinasi Wisata	Mengidentifikasi faktor penentu daya saing destinasi wisata Kota Batu	<i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 5 faktor penentu daya saing destinasi wisata Kota Batu yaitu Faktor Alam, Wisata Buatan, Keragaman Aktivitas Wisata, Pengembangan Kualitas Sumber Daya Manusia, Manajemen Lingkungan.
5	Lina Ariani, 2017	Analisis Daya Saing Sektor Pariwisata Kabupaten Banyuwangi	Mengetahui pertumbuhan sektor pariwisata, faktor-faktor yang menentukan daya saing sektor pariwisata dan strategi pengembangan peningkatan daya saing pariwisata di Kabupaten Banyuwangi	Analisis <i>Shift Share</i> Esteban Marquillas, analisis <i>Competitiveness Monitor</i> dan analisis SWOT	Hasil penelitian dengan metode analisis <i>Shift share</i> Esteban Marquillas ini menunjukkan bahwa sektor pariwisata Kabupaten Banyuwangi memiliki pertumbuhan yang baik dengan memiliki keunggulan kompetitif dan terpspesialisasi dari sektor lain. Hasil analisis <i>Competitiveness Monitor</i> menunjukkan bahwa indikator <i>Human Tourism Indicator</i> (HTI), <i>Price Competitiveness Indicator</i> (PCI),

Infrastructure Development Indicator (IDI), Technology Advancement Indicator (TAI), Human Resource Indicator (HRI), Openess Indicator (OI) dan Social Development Indicator (SDI) menunjukkan nilai daya saing yang tinggi. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa strategi pengembangan yang sesuai adalah strategi agresif, memanfaatkan peluang yang ada dengan menggunakan kekuatan yang ada yaitu mengembangkan karakteristik pariwisata untuk menumbuh kembangkan ekonomi, khususnya masyarakat.

5	Sabahan, Yuliansyah, 2017	Kajian Daya Saing Sektor Pariwisata Kabupaten Sambas	Untuk mengkaji Daya Saing sektor Pariwisata Kabupaten Sambas terhadap Daerah sekitarnya dengan menganalisis faktor-faktor yang menentukan daya saing sektor Pariwisata dan penyusunan strategi kebijakan yang harus dilakukan pemerintah untuk meningkatkan daya saing sektor Pariwisata Kabupaten Sambas	Metode <i>Shift Share</i> dan Komposit Indeks	Berdasarkan Analisis <i>Shift Share</i> pada tahun 2011-2015 sektor Pariwisata di Kabupaten Sambas relatif mengalami peningkatan kontribusi dan berdaya saing cukup baik dibandingkan daerah lain di sekitar kabupaten samba, beberapa faktor yang dapat diandalkan untuk meningkatkan daya saing pariwisata Kabupaten Sambas adalah dengan meningkatkan promosi, pengembangan industri pendukung dan terkait terutama Jumlah restoran dan biro perjalanan wisata serta jumlah tenaga kerja di sektor pariwisata. Sehingga strategi kebijakan sebaiknya ditetapkan pemerintah adalah peningkatan fasilitas penunjang wisata, peningkatan anggaran pemerintah untuk pariwisata, pengembangan potensi wisata Kabupaten Sambas, dan pengembangan sarana kepariwisataan.
6	Bagus Suryo Nugroho, 2018	Analisis Potensi Daya Saing Sektor Pariwisata dan Kontribusi terhadap PDRB Kabupaten Bondowoso	Untuk mengetahui pertumbuhan sektor pariwisata di Kabupaten Bondowoso dan mengetahui indikator-indikator apa saja yang menentukan daya saing sektor pariwisata di Kabupaten Bondowoso dan mengetahui daya	Analisis <i>Shift Share</i> Esteban Marquillas dan <i>Competitiveness Monitor</i>	Berdasarkan analisis <i>Shift Share</i> Esteban Marquillas laju pertumbuhan sektor Pariwisata Kabupaten Bondowoso mengalami peningkatan yang cukup Baik dengan pertumbuhan rata-rata sebesar 0,08% selama 2012-2016. Penyediaan akomodasi dan dan makan minum menghasilkan indikator yang memiliki keunggulan yang kompetitif dan terspesialisasi. Berdasarkan hasil analisis

saing sektor pariwisata di
Kabupaten Bondowoso

Competitiveness Monitor sektor
pariwisata di Kabupaten Bondowoso
memiliki daya saing yang baik untuk
kelangsungan pertumbuhan pariwisata.



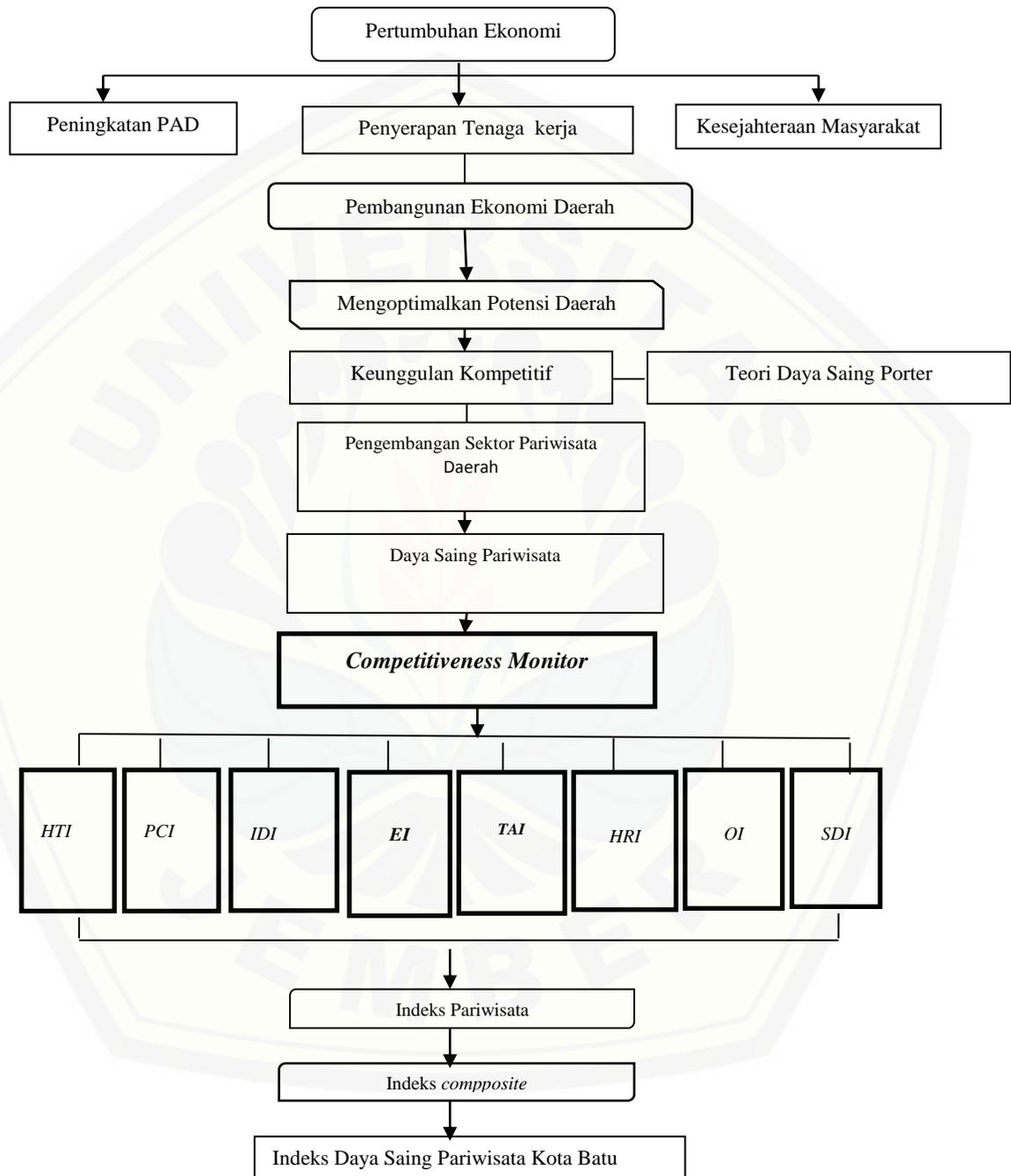
2.3 Kerangka Konseptual

Pariwisata menjadi bagian yang tidak dapat terpisahkan dari kehidupan manusia, hal ini utamanya menyangkut kehidupan ekonomi dan sosial hal ini telah diakui oleh beberapa organisasi internasional antara lain PBB, Bank Dunia dan *World Tourism Organization*. Dampak positif dari perkembangan pariwisata dirasakan oleh negara maju saja tetapi mulai dirasakan oleh negara berkembang. Indonesia merupakan salah satu negara yang turut merasakan dampak positif dari peningkatan pariwisata dunia.

Dalam UU No. 32 tahun 2004, menyebutkan bahwa pemerintah daerah memiliki kewenangan penuh untuk mengatur penyelenggaraan perencanaan pembangunan daerahnya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Salah satu upaya untuk mewujudkan hal tersebut yaitu dengan memaksimalkan potensi yang dimiliki oleh daerahnya diantaranya adalah sektor pariwisata. Sektor Pariwisata sangat berperan penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu daerah, hal ini ditunjukkan dengan peningkatan PAD, penyediaan lapangan pekerjaan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pengembangan pariwisata dalam suatu daerah harus memperhatikan keseimbangan antara permintaan dan penawaran pariwisata, sehingga dapat mewujudkan daya saing pariwisata suatu daerah. Dalam PERDA Kota Batu tahun 2018 diketahui bahwa arah pembangunan Kota Batu adalah kepariwisataan dengan mengoptimalkan potensi alam yang dimiliki Kota Batu. Keberhasilan dalam pengembangan sektor pariwisata akan meningkatkan daya saing daerah tujuan wisata. Hal ini mendorong setiap daerah untuk berlomba-lomba untuk meningkatkan daya saing melalui potensi masing-masing daerah.

Kota Batu merupakan salah satu kota yang terkenal dengan pariwisatanya, potensi yang dimiliki kota batu sangat beragam dan masih bisa terus dikembangkan dengan didukung oleh sarana dan prasarana dan infrastruktur yang ada. Oleh karena itu kebijakan yang tepat yang diberikan kepada Kota Batu untuk mengelola potensi yang dimiliki dapat berkembang secara optimal. Analisis perkembangan posisi daya saing pariwisata penting untuk dilakukan. Hasil analisis dapat menunjukkan sejauh mana pemerintah maupun swasta

memaksimalkan potensi yang ada. Selain itu untuk menentukan daya saing pariwisata menggunakan analisis *Competitiveness Monitor* yang memperhatikan kedelapan indikator.



Analisis potensi Daya Saing Sektor Pariwisata di Kota Batu

Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran Konseptual

Keterangan :

HTI = *Human Tourism Indicator*

PCI = *Price Competitiveness Indicator*

IDI = *Infrastructure Development Indicator*

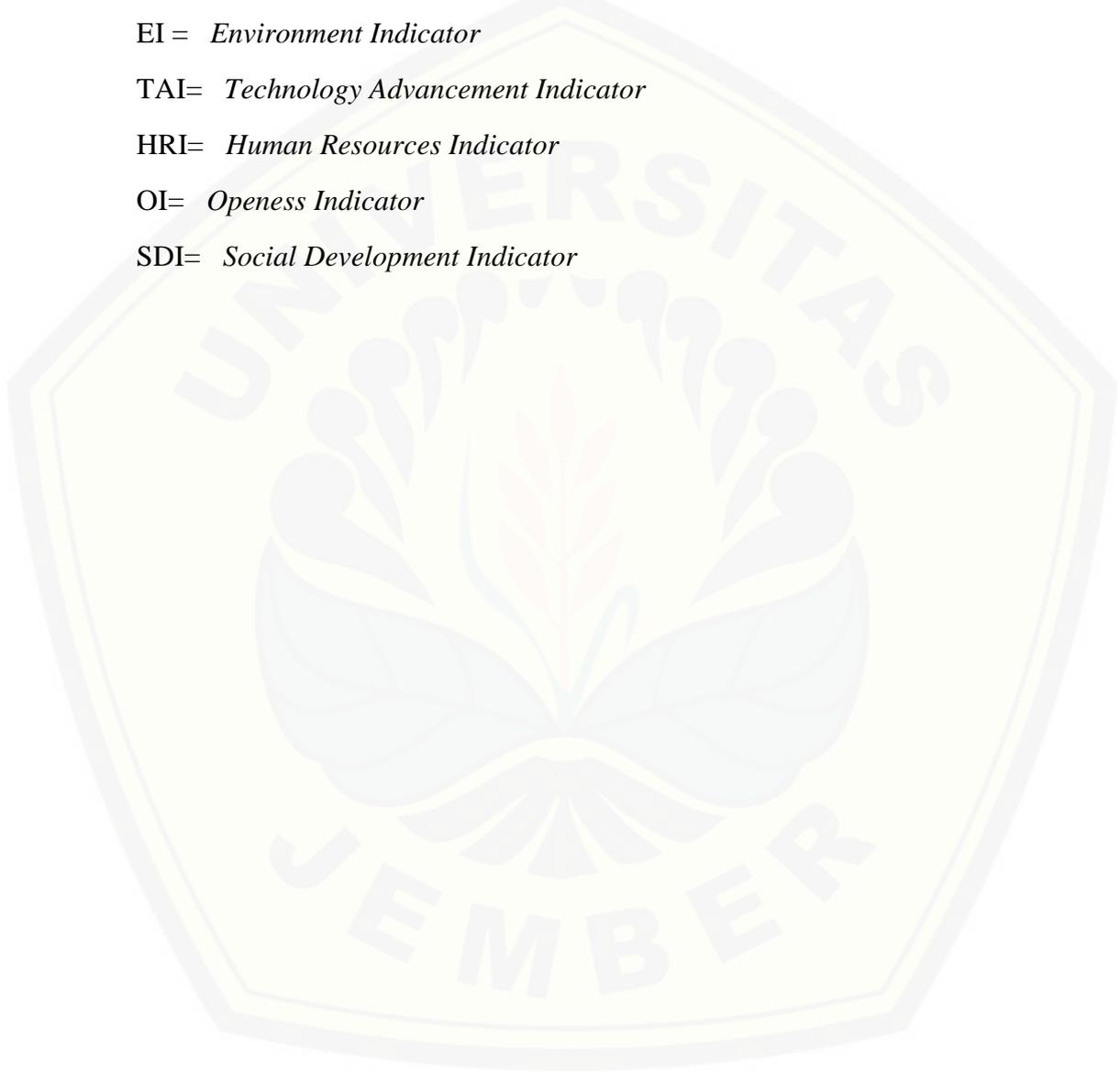
EI = *Environment Indicator*

TAI= *Technology Advancement Indicator*

HRI= *Human Resources Indicator*

OI= *Openess Indicator*

SDI= *Social Development Indicator*



BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dimana dalam penelitian ini memberikan gambaran dan mendeskriptifkan suatu fenomena dengan metode statistik yang kemudian diinterpretasikan, hal ini tujuan memahami karakteristik mengenai penjelasan objek penelitian.

3.1.2 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Batu dengan pertimbangan kota ini terkenal dengan sebutan kota pariwisata dengan beragam potensi daya tarik wisata. Hal ini merupakan faktor strategis untuk meningkatkan daya saing sektor pariwisata di tingkat lokal maupun global, salah satunya pertumbuhan sektor pariwisata selama 5 tahun yaitu pada tahun 2013-2017.

3.1.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah Data Sekunder. Data ini merupakan data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya, dimana data yang diperoleh dengan menyalin dan menata data yang telah dikumpulkan instansi terkait yang telah disusun dan siap untuk diolah. Sumber Data dalam penelitian berasal dari Badan Pusat Statistik Kota Batu, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu, Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Timur dan instansi lain yang terkait dan berhubungan dengan penelitian.

3.2 Metode Analisis Data

Berdasarkan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui posisi daya saing sektor pariwisata maka dapat dilakukan dengan perhitungan indeks daya saing pariwisata dengan memasukkan 8 indikator daya saing sektor pariwisata yang diperkenalkan oleh *World Travel and Tourism Council* (WTTC) dan menfokuskan pada Kota Batu. Analisis daya saing ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan gambaran posisi daya saing sektor pariwisata di Kota Batu.

3.2.1 Metode *Competitiveness Monitor* (CM)

Metode ini digunakan untuk mengukur daya saing sektor pariwisata. Metode analisis ini pertama kalinya diperkenalkan oleh *World Travel and Tourism Council (WTTC)* pada tahun 2001 sebagai alat untuk mengukur daya saing pariwisata. Daya saing sektor pariwisata ini dibentuk dari delapan indikator penentu yang telah ditetapkan oleh *World Tourism Organization*. Kedelapan indikator tersebut diantaranya yaitu (WTO, 2008):

1) *Human Tourism Indikator* (HTI)

Human Tourism Indicator ini mengukur pencapaian pembangunan manusia dalam hal kegiatan pariwisata. Indikator ini dihitung dengan *Tourism Participation Index* (TPI) dimana indeks ini mengukur keterlibatan orang dalam kegiatan pariwisata dengan pengukuran rasio antara jumlah aktivitas wisatawan domestik dan mancanegara (datang dan pergi) dengan jumlah penduduk daerah destinasi. Rumus perhitungan *Tourism Participation Index* (TPI) yaitu :

$$TPI = \frac{\text{Jumlah wisatawan}}{\text{Jumlah Penduduk}}$$

2) *Price Competitiveness Indicator* (PCI)

Price Competitiveness Indicator (PCI) ini menunjukkan harga dari komoditi yang membelanjakan oleh wisatawan mancanegara selama berwisata. Harga pariwisata tersebut mencakup biaya akomodasi perjalanan, travel, sewa mobil, hiburan dan sebagainya. Namun, mengingat data terperinci semacam itu sulit untuk didapatkan. Maka, pengukuran yang digunakan untuk menghitung PCI adalah *Purchasing Power Parity* (PPP) dengan menggunakan *proxy* dari rata-rata tarif minimum hotel yang merupakan hotel *worldwide*. Rumus perhitungan *Purchasing Power Parity* (PPP) adalah:

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

3) *Infrastructure Development Indicator* (IDI)

Infrastructure Development Indicator (IDI) atau Indikator perkembangan Infrastruktur ini menunjukkan infrastruktur di daerah tujuan wisata diantaranya perkembangan jalan raya, perbaikan fasilitas sanitasi dan peningkatan akses penduduk terhadap fasilitas air bersih. Indikator ini melihat proporsi jalan dengan

kondisi baik, dan *share* pengeluaran pemerintah daerah untuk infrastuktur. *Proxy* yang digunakan dalam mengukur indikator ini yaitu rasio panjang jalan yang beraspal dan panjang jalan yang berkualitas baik. Rumus perhitungan IDI yaitu:

$$IDI = f(\text{Panjang jalan beraspal, kualitas Jalan baik})$$

$$IDI = \frac{\text{Kualitas Jalan Baik}}{\text{Jalan Beraspal}} \times 100\%$$

4) *Environment Indicator* (EI)

Environment Indicato (EI) atau indikator lingkungan ini menunjukkan kualitas lingkungan secara fisk dan keterlibatan serta kesadaran suatu negara dalam konteks pengelolaan lingkungan. *Proxy* yang digunakan adalah Indeks kepadatan penduduk (rasio antara jumlah penduduk dengan luas daerah). Jumlah penduduk yang besar dapat membantu pemerintah untuk sadar akan lingkungan sekitar. Rumus perhitungan EI yaitu :

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

5) *Technology Advancement Indicator* (TAI)

Technology Advancement Indicator (TAI) ini menunjukkan kemajuan teknologi modern yang ditunjukkan dengan meluasnya penggunaan internet, *mobile telephone* dan ekspor produk-produk teknologi tinggi. *Proxy* yang digunakan dalam mengukur indikator kemajuan teknologi adalah *telephone index* (rasio penggunaan *line telephone* dengan jumlah penduduk). Rumus perhitungan TAI yaitu :

$$TAI = \frac{\text{Penggunaan line telephone}}{\text{Jumlah Penduduk}}$$

6) *Human Resources Indicator* (HRI)

Human Resources Indicator (HRI) ini mengukur kualitas sumber daya manusia atau angkatan kerja pada daerah tersebut dalam hal kriteria pendidikan yang terkait, kualitas sumber daya manusia yang baik dapat menyediakan layanan pariwisata yang berkualitas baik kepada wisatwan. *Proxy* yang digunakan yaitu indeks pendidikan yang terdiri dari rasio penduduk yang melek huruf dan rasio penduduk yang berpendidikan pada jenjang SD, SMP, SMU, diploma dan sarjana. Dalam pengukuran ini menggunakan indeks pendidikan yang dapat diukur dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{HRI} = \frac{\text{Penduduk yang melek huruf}}{\text{Penduduk berpendidikan SD,SMP,SMU,Diploma dan sarjana}}$$

7) *Openess Indicator (OI)*

Openess Indicator (OI) ini mengukur sejauh mana ekonomi suatu daerah destinasi pariwisata menjadi terbuka terhadap perdagangan internasional dan wisatawan mancanegara. Hal ini dapat dilihat dari jumlah wisatawan mancanegara yang datang. Proxy yang digunakan yaitu rasio jumlah wisatwan mancanegara dan total Pendapatan Asli Daerah (PAD). Rumus pengukuran OI yaitu :

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

8) *Social Development Indicator (SDI)*

Sosial Development Indicator (SDI) ini menunjukkan kenyamanan dan keamanan turis dalam berwisata di daerah destinasi. Proxy yang digunakan yaitu rata-rata masa tinggal turis di daerah destinasi.

$$\text{SDI} = \text{rata-rata masa tinggal wisatawan asing}$$

Dari kedelapan variabel tersebut, metodologi penghitungan dilakukan dengan 3 tahap analisis, yaitu :

1. Indeks Pariwisata

Langkah pertama yaitu menghitung indeks pariwisata yaitu dengan menormalisasikan kedelapan indikator pembantuk daya saing tersebut, setiap indeks mengambil nilai antara 0 atau 1. Formulasi perhitungan Indeks pariwisata yaitu. :

$$(X_c^i) = \frac{X_c^i - \text{Min } X_{ci}}{\text{Max}(X_c^i - \text{Min } X_{ci})} \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan :

X_c^i = Koefisien Normalisai suatu lokasi (c) dan variabel (i)

c = Lokasi

I = Variabel

Indikator penentu daya saing inidipengaruhi oleh variabel-variabel yang dihitung satu per satu. Perhitungan indeks pariwisata digunakan untuk menganalisis penetapan potensi yang dimiliki. Dalam meningkatkan keunggulan daerah tujuan wisata dan daerah sekitarnya maka harus diketahui potensi yang besar di daerah tujaun wisata tersebut (Putri,2014).

2. Indeks *Composite*

Perhitungan indeks *composite* dilakukan dengan kedelapan indikator pada indeks daya saing pariwisata.

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

Keterangan :

- Y_c^i = Indeks *composite* k (k=1 sampai 8)
- n = Jumlah Variabel dari k
- c = Lokasi
- i = Variabel
- k = Indikator daya saing
- $n \sum X_i^c$ = Jumlah setiap indikator

Dalam menentukan indeks *Composite* perlu diperhatikan kedelapan indikator yang menentukan daya saing pariwisata karena akan diketahui nilai agregat dari seluruh indikator.

3. Indeks Daya Saing Pariwisata

Menghitung indeks daya saing pariwisata dengan menggunakan rumus :

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

Keterangan :

- Z^c = Daya saing pariwisata
- $\sum W_k$ = Perhitungan penjumlahan bobot setiap indicator
- Y_k^c = Bobot pada setiap indikator (Indeks *composite*)

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

3.3 Definisi Operasional

Dalam menghindari terjadinya pemahaman dan pengukuran yang tidak tepat dan meluasnya permasalahan, maka dalam definisi operasional ini menyediakan batasan-batasan sebagai berikut :

Tabel 3.1 Definisi Operasional Indikator *Competitiveness Monitor*

No.	Indicator	Sumber Data	Satuan	Klasifikasi	Kegunaan
1	Human Tourism Indicator (HTI)	Jumlah wisatawan di Kota Batu tahun 2013-2017	Jiwa	Jumlah wisatawan merupakan jumlah pengunjung atau wisatawan mancanegara dan wisatawan domestik yang berkunjung ke Kota Batu	menunjukkan pencapaian pertumbuhan ekonomi daerah akibat kedatangan wisatawan mancanegara.
		Jumlah Penduduk di Kota Batu tahun 2013-2017	Jiwa	Jumlah Penduduk merupakan semua orang yang berdomisili di Kota Batu selama 6 Bulan atau lebih dan bertujuan menetap di Kota Batu	
2	Price Competitiveness Indicator (PCI)	Jumlah Wisatawan Mancanegara tahun 2013-2017	Jiwa	Jumlah wisatawan mancanegara merupakan setiap pengunjung yang berasal dari luar negeri yang berkunjung ke Destinasi Pariwisata Kota Batu.	Menunjukkan harga komoditas yang dibelanjakan wisatawan mancanegara selama melakukan perjalanan wisata maupun menginap seperti biaya akomodasi, sewa travel, sewa kendaraan dan sebagainya.
		Rata-rata tarif minimum Hotel Berbintang tahun 2013-2017	Rupiah	Rata-rata Tarif Hotel berbintang merupakan rata-rata harga minimum hotel yang memiliki klasifikasi berbintang 1, 2, 3, 4, 5 yang tercatat sebagai wajib Pajak di Kota Batu.	
		Rata-rata masa tinggal turis tahun 2013-2017	Jiwa	Rata-rata masa tinggal turis merupakan rata-rata waktu tinggal wisatawan di Kota Batu untuk satu kali kunjungan.	

3	Infrastructure Development Indicator (IDI)	Panjang Jalan Berkualitas Baik di Kota Batu tahun 2013-2017	Km	Kualitas Jalan Baik adalah Panjang jalan yang memiliki permukaan rata dan tidak berlubang di Kota Batu.	Menunjukkan perkembangan jalan raya, perbaikan fasilitas sanitasi dan peningkatan akses penduduk untuk mendapatkan fasilitas air bersih.
		Panjang Jalan Beraspal di Kota Batu tahun 2013-2017	Km	Kualitas jalan beraspal merupakan panjang jalan yang memiliki permukaan beraspal di Kota Batu.	
4	Environment Indicator (EI)	Jumlah Penduduk di Kota Batu tahun 2013-2017	Jiwa	Jumlah Penduduk merupakan semua orang yang berdomisili di Kota Batu selama 6 Bulan atau lebih dan bertujuan menetap di Kota Batu	Menunjukkan perkembangan kualitas lingkungan serta kesadaran penduduk dalam memelihara lingkungannya.
		Luas wilayah Kota Batu tahun 2013-2017	km ²	Luas Wilayah merupakan besarnya wilayah keseluruhan di Kota Batu	
5	Technology Advancement Indicator (TAI)	Pengguna Line Telepon di Kota Batu tahun 2013-2017	Jiwa	Pengguna telepon merupakan banyaknya pelanggan telepon yang ada di Kota Batu.	Menunjukkan perkembangan teknologi yang ditandai dengan semakin meluasnya <i>mobile telephone</i> , jaringan internet dan produk berteknologi tinggi.
		Jumlah Penduduk di Kota Batu tahun 2013-2017	Jiwa	Jumlah Penduduk merupakan semua orang yang berdomisili di Kota Batu selama 6 Bulan atau lebih dan bertujuan menetap di Kota Batu	
6	Human Resources Indicator (HRI)	Jumlah penduduk yang bebas buta huruf di Kota Batu tahun 2013-2017	Jiwa	Jumlah penduduk yang bebas buta huruf merupakan jumlah penduduk usia 10 keatas yang melek huruf atau dapat memabaca dan menulis di Kota Batu	Menunjukkan perkembangan kualitas sumber daya manusia di daerah tujuan wisata sehingga diimplikasikan hal ini berpengaruh terhadap pelayanan yang diberikan.
		Jumlah penduduk yang berpendidikan di Kota Batu tahun 2013-2017	Jiwa	Jumlah penduduk yang berpendidikan merupakan jumlah penduduk yang berusia 10 tahun ke atas berdasarkan jenjang pendidikan terakhir yang ditamatkan.	

7	Openess Indicator (OI)	Jumlah wisatawan Mancanegara di Kota Batu tahun 2013-2017	Jiwa	Jumlah wisatawan mancanegara merupakan setiap pengunjung yang berasal dari luar negeri yang berkunjung ke Destinasi Pariwisata Kota Batu	
		Total PAD Kota Batu tahun 2013-2017	Jiwa	Total PAD (Pendapatan Asli Daerah) merupakan jumlah pendapatan yang diperoleh daerah yang dipungut berdasarkan peraturan daerah yang disesuaikan dengan undang-undang, guna keperluan daerah yang bersangkutan dalam membiayai kegiatannya.	Menunjukkan tingkat keterbukaan daerah tujuan wisata terhadap wisatawan mancanegara dan perdagangan internasional.
8	Social Development Indicator (SDI)	Rata-rata masa tinggal turis di Kota Batu Tahun 2013-2017	Hari	Lama rata-rata masa tinggal turis di Kota Batu merupakan rata-rata waktu tinggal wisatawan mancanegara maupun domestik di Kota Batu.	Menunjukkan tingkat kenyamanan dan keamanan di daerah tujuan wisata,

BAB 5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa berdasarkan hasil analisis *Competitiveness Monitor*, secara keseluruhan sektor pariwisata di Kota Batu memiliki daya saing yang baik untuk keberlangsungan pertumbuhan pariwisata. Hal ini dapat dilihat dari 8 indikator yang memiliki daya saing yang baik diantaranya *Infrastructure Development Indicator (IDI)*, *Human Resources Indicator (HRI)*, *Environment Indicator (EI)*, *Technology Advancement Indicator (TAI)*, *Price Competitiveness Indicator (PCI)*, *Human Tourism Indicator (HTI)*; dan *Openness Indicator (OI)*. Indikator yang memiliki daya saing yang memiliki nilai indeks tertinggi yaitu *Infrastructure Development Indicator (SDI)*. Sedangkan indikator yang memerlukan perhatian khusus yaitu *Openness Indikator (OI)*. Maka dalam meningkatkan daya saing sektor pariwisata hendaknya lebih memperhatikan variabel dari indikator yang memiliki perhatian khusus.

5.2 Saran

Dalam rangka untuk meningkatkan potensi daya saing sektor pariwisata Kota Batu, diharapkan pemerintah Kota Batu tetap meningkatkan daya saing agar tetap memiliki daya saing yang baik dan membawa dampak positif terhadap perekonomian daerah. maka saran yang dapat diberikan kepada pemerintah daerah yaitu sebagai berikut :

1. Membentuk Badan Promosi Pariwisata Daerah agar promosi objek-objek wisata yang kurang berkembang dapat dilaksanakan secara merata di seluruh objek pariwisata di Kota Batu. Selain itu harapan kedepannya Badan Promosi Pariwisata Daerah ini dapat berfokus untuk menyelenggarakan berbagi *event-event* pameran pariwisata dan budaya nasional maupun internasional untuk memperkenalkan objek wisata kepada wisatawan mancanegara.
2. Mengoptimalkan digitalisasi promosi melalui aplikasi wisata berbasis android, *website* dan *social media*. Hal ini dilakukan dengan memperbarui

informasi yang *up to date* yang terkait dengan destinasi terbaru maupun *event-event* yang akan dilaksanakan di berbagai media yang telah diciptakan pemerintah.

3. Meningkatkan pembangunan infrastruktur jalan berkualitas baik dan mengurangi kemacetan dengan membuka jalur baru dan meningkatkan Anggaran APBD perbaikan jalan di Kota Batu.



DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, Lina.2017. Analisis Daya Saing Sektor Pariwisata Kabupaten Banyuwangi. *Skripsi*. Jember : Universitas Jember
- Badan Pusat Statistik. 2018. *Distribusi Presentase PDRB menurut Lapangan Usaha Kota Batu 2013-2017*. Badan Pusat Statistik: Kota Batu
- , 2014. *Kota Batu dalam Angka 2014*. Batu : BPS Kota Batu
- , 2015. *Kota Batu dalam Angka 2015*. Batu: BPS Kota Batu
- , 2016. *Kota Batu dalam Angka 2016*. Kota Batu: Badan Pusat Statistik Kota Batu
- , 2017. *Kota Batu dalam Angka 2017*. Kota Batu: Badan Pusat Statistik Kota Batu
- ,2018. *Kota Batu dalam Angka 2018*.Batu: Badan Pusat Statistik Kota Batu
- 2018. *Kota Surabaya dalam Angka 2018*. Surabaya : BPS Kota Surabaya
- ,2018. *Laju pertumbuhan PDRB menurut Lapangan Usaha Kota Batu tahun 2013-2017*. Kota Batu: Badan Pusat Statistik Kota Batu.
- ,2018. *Laju pertumbuhan PDRB menurut Lapangan Usaha Provinsi Jawa Timur tahun 2013-2017*. Provinsi Jawa Timur : Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur
- Craigwell, R.2007. “*Tourism Competitiveness in small Island Developing States*”. World Institute for Development Economic Research
- Gooroochurn, Nishall. 2005. *Competitiveness Indicators in the Travel and Tourism Industry*. United Kingdom: Nottingham University halaman 29-32
- Hardinoto, Kusudianto. 1996. *Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Jakarta : Universitas Indonesia
- Hilman,Yusuf Adam. 2017. *Strategi pembangunan pariwisata “Shining Batu”*. Jurnal Aristo Umpo Vol. 5 No. 1. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah. Halaman 93-94.
- Irianty, Desy. 2013. *Analisis Daya Saing dan Faktor yang mempengaruhi Industri Pariwisata Daerah Kota Malang*. Bogor (ID) : IPB

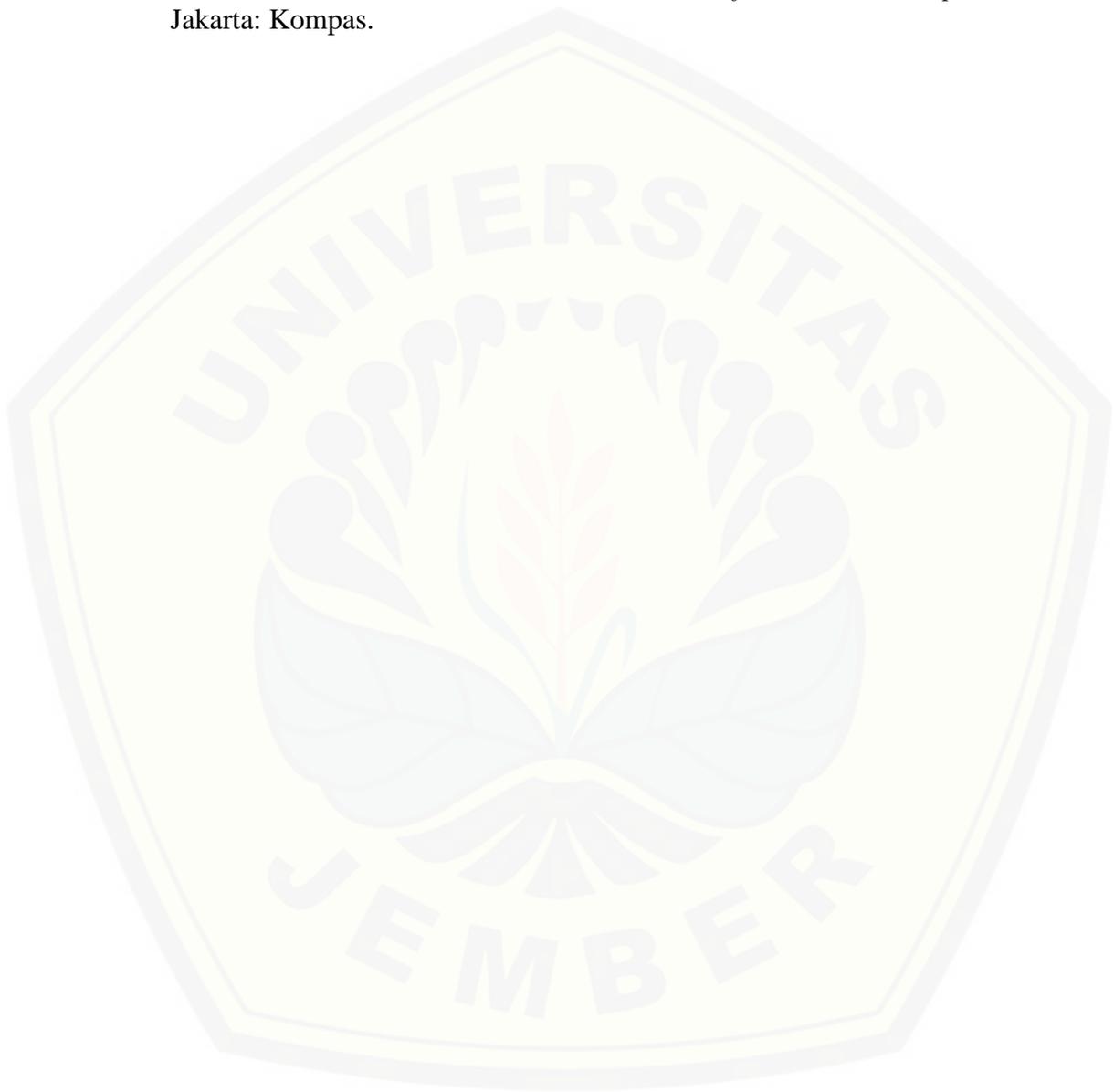
- Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. 2009. *Undang-undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan*. Jakarta (ID) : Kememparekraf
- Kurniawan.A.Y. 2008. *Analisis Efisiensi Ekonomi dan Daya Saing Usaha Tani Jagung pada Lahan Kering di Kabupaten Tanah Laut Kalimantan Selatan*. Bogor: Program Sekolah Pasca Sarjana, Institut pertanian Bogor
- Mahaldi,Malik. 2018. *Perancangan Sistem Pelaporan Kerusakan Jalan di Kota Medan*. Medan : Universitas Sumatra Utara.
- Ningsih, Rati. 2014. *Analisis Potensi Daya Saing dan Kebijakan Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Jember*. *skripsi*. Jember : Universitas Jember
- Nugroho, Bagus Suryo. 2018. *Analisis Daya Saing Sektor Pariwisata dan Kontribusi terhadap PDRB Bondowoso*. *Skripsi*. Jember : Universitas Jember
- Pamungkas, Angga Muhammad Arief. 2018. *Analisis Daya Saing Pariwisata Kabupaten Simalungun untuk meningkatkan Ekonomi Daerah*. Medan : Universitas Sumatra Utara
- Peraturan Pemerintah Daerah Kota Batu Nomor 3 Tahun 2018. *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Tahun 2017-2022*
- Peraturan Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Timur Nomor 6 Tahun 2017. *Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Provinsi Jawa Timur Tahun2017-2032*. 25 September 2017. Lembaran Daerah Provinsi Jawa Timur Tahun 2017 Nomor 5 Seri D . Surabaya
- Pendit, I1994. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. PT. Pranya Paramitha
- Peraturan Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Timur Nomor 6 Tahun 2017. *Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Provinsi Jawa Timur tahun 2017-2032 Pasal 4*. Surabaya
- Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 41 Tahun 2007. *Standar Proses*. Jakarta
- Porter, M E. 1990. *The Competitive Advantege of Nation*. New York: Free Press
- Pitana,I Gede. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Putra,Floriyana Indra. 2012. *Analisis Daya Saing Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Industri Pariwisata Kabupaten Cianjur*. *Skripsi*. Bogor: Institut Pertanian Bogor

- Putri, Rebecca Christiana Febrianti. 2014. Analisis Daya Saing Industri Pariwisata di Kabupaten Jepara untuk Meningkatkan Ekonomi Daerah. Semarang : Universitas Diponegoro
- Rahmawati,Dini.2017. Analisis Daya Saing Sektor Ekonomi dan Kebijakannya di Kabupaten Cilacap. *Skripsi*. Jember : Universitas Jember
- Republik Indonesia. 1990. *Undang-undang Nomor 9 tahun 1990 tentang Pariwisata*
- Republik Indonesia. 2004. *Undang-undang Nomor 32 tahun2004 tentang pemerintah Daerah*
- Republik Indonesia. 2007. "*Peraturan Menteri Pendidikan Nasional No.41 tahun 2007 tentang Standar Proses untuk satuan Pendidikan dasar dan menengah*". Jakarta
- Sabahan, Yuliansah. 2017. *Kajian Daya Saing Sektor Pariwisata di Kabupaten Sambas*. Jurnal Akuntansi,Ekonomi dan Manajemen Bisnis. Sambas :Politeknik negeri Sambas
- Soebagyo, Daryono. 2014. *Implications and competitiveness of Regional Development of Central Java*. Jurnal Ekonomi Pembangunan.Surakarta: Universitas Muhammadiyah
- Sukmaratri, Myrna. 2016. Kajian Faktor Penentu Daya Saing Kota Batu sebagai Destinasi Wisata. Palembang: Jurnal Tekno Global Vol. 5 No. 1
- Tarigan, R.2005. *Perencanaan Pembangunan Regional*. Jakarta : Bumi Aksara
- Trisnawati, et al.2007. *Analysis of the competitiveness tourism industries increasing the local economy (the comparative study analysis of the competitiveness tourism between Surakarta and Yogyakarta)*.Jurnal Ekonomi Pembangunan:61-70
- Universitas Jember. 2016. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: Badan Penerbit Universitas Jember
- Utama,I Gusti Bagus Rai. 2016. *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Wahab,S. 1992 *Manajemen Kepariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Word Tourism Organization. 1995. *Concepts, Definition and Classifications for Tourism Statistics*. World Tourism Organization, Madrid

Yoeti,H.Oka A. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.

Yoeti,H.Oka A. 1979. *Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Angkasa.

Yoeti,O. 2008. *Ekonomi Pariwisata:Introduksi,Informasi dan Implementasi*,
Jakarta: Kompas.



LAMPIRAN



LAMPIRAN 1A. Data Luas Wilayah di Kota Batu tahun 2013-2017 (Km^2)

Kecamatan	Luas Wilayah (Km^2)				
	2013	2014	2015	2016	2017
Batu	45,46	45,458	45,46	45,46	45,46
Bumiaji	25,65	25,650	25,65	25,65	25,65
Junrejo	127,98	127,979	127,98	127,98	127,98
Total	199,09	199,09	199,09	199,09	199,09

Sumber : Bapeda Kota Batu tahun 2013-2017

LAMPIRAN 1B. Data Jumlah Penduduk di Kota Batu tahun 2013-2017 (Jiwa)

Kecamatan	Jumlah Penduduk (Jiwa)				
	2013	2014	2015	2016	2017
Batu	98.344	98.209	99.969	94.132	94.966
Junrejo	52.138	52.325	53.408	50.079	50.617
Bumiaji	60.757	60.764	61.878	58.108	58.414
Jumlah	211.239	211.298	214.969	202.319	203.997

Sumber : Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Batu

LAMPIRAN 1C. Data Jumlah Penduduk yang Berpendidikan di Kota Batu tahun 2013-2017 (Jiwa)

Jenjang Pendidikan yang ditamatkan	2013	2014	2015	2016	2017
SD	66.329	63.368	57.354	91.651	43.533
SMP	37.896	40.464	44.886	21.891	46.348
SMA	36.861	36.872	37.383	50.155	59.526
SMK	14.470	13.227	13.328	4.330	3.182
Diploma/S1/S2	19.223	16.228	19.304	16.105	15.035
Jumlah	174.779	170.158	172.255	184.131	167.624
Presentase jumlah Penduduk yang berpendidikan (%)	82,74	80,53	80,13	91,01	82,17

Sumber : Survei Sosial Ekonomi Nasional tahun 2013-2017

LAMPIRAN 1D. Data Jumlah Penduduk yang bebas buta Huruf di Kota Batu tahun 2013-2017 (jiwa)

Tahun	Angka Melek huruf (%)	Jumlah Penduduk (jiwa)	Jumlah Penduduk yang bebas buta Huruf (jiwa)
2013	95,88	211.239	202.536
2014	94,79	211.298	200.289
2015	97,8	214.969	210.240
2016	97,21	202.319	196.674
2017	97,26	203.997	195.881

Sumber : Survei Sosial Ekonomi Nasional tahun 2013-2017

LAMPIRAN 1E. Data rata-rata Tarif Hotel Berbintang di Kota Batu tahun 2013-2017 (Rupiah)

No.	Nama	Klasifikasi	Alamat	Tarif Minimum Hotel (rupiah)				
				2013	2014	2015	2016	2017
1	Hotel Kartika Wijaya	Bintang 3	Jl. Panglima Sudirman No.127	675.000	675.000	680.000	700.000	700.000
2	Royal Orchid Garden & Condominiums	Bintang 3	Jl. Indragiri No.4	808.000	808.000	808.000	808.000	808.000
3	Zam-Zam Resorts& Hotel	Bintang 3	Jl. Abdul Gani Atas RT 4 RW 15	-	-	-	-	450.000
4	Hotel Purnama	Bintang 4	Jl. Raya Selecta No. 1-5	650.000	650.000	650.000	650.000	650.000
5	The Singhsari Resort	Bintang 5	Jl. Ir. Soekarno No.120		1.000.000	1.000.000	1.100.000	1.100.000
6	Hotel Club Bunga Butik	Bintang 3	Jl. Kartika No.1	670.000	670.000	670.000	670.000	670.000
7	Kusuma Agrowosata	Bintang 3	Jl. Abdul Gani Atas	600.000	600.000	615.000	630.000	630.000
8	Palemsari	Bintang 1	Jl. Raya Punten 2	125.000	125.000	125.000	125.000	125.000
9	Spenceer Green Hotel	Bintang 3	Jl. Raya Punten 86				550.000	550.000
10	Victory	Bintang 2	Jl. Raya Junggo				260.000	260.000
11	Asida	Bintang 1	Jl. Panglima Sudirman69	300.000	300.000	310.000	315.000	315.000
12	Dee-View Hotel	Bintang 3	Jl. Raya Selecta No.157		728.000	728.000	728.000	728.000
13	Arjuno Kota Batu Hotel	Bintang 1	Jl. Panglima Sudirman no.37				525.000	525.000
Rata-rata Tarif Minimum Hotel Berbintang				546.857	617.333	620.667	588.417	577.769

Sumber : Dinas Pendapatan Daerah Kota Batu,2018

LAMPIRAN 1F. Data Total PAD di Kota Batu tahun 2013-2017 (Dalam rupiah)

No.	Bagian Pendapatan Asli Daerah	2013	2014	2015	2016	2017
2	Retribusi Daerah	4.692.461.590	5.596.247.852	5.789.657.987	5.855.560.775	4.899.198.825
3	Hasil Pengelolaan Kekayaan Daerah yang dipisahkan	2.027.452.696	2.189.729.441	2.172.563.906	2.152.462.133	23.607.797.997
4	Lain-lain Pendapatan Asli Daerah yang sah	8.109.486.726	7.694.712.351	13.537.068.883	12.767.575.091	28.311.842
Total PAD		59.670.741.826	78.288.135.526	104.397.289.394	109.532.987.918	149.423.706.568

Sumber : Bagian Keuangan Daerah Kota Batu tahun 2013-2017

LAMPIRAN 1G. Data Jumlah wisatawan yang berkunjung di Kota Batu tahun 2013-2017 (Jiwa)

No.	Tahun	Wisatawan		Jumlah Wisatawan
		Domestik	Mancanegara	
1	2013	1.879.884	1.562	1.881.446
2	2014	2.084.352	4.670	2.089.022
3	2015	2.245.386	3.815	2.249.201
4	2016	2.914.199	3.392	2.917.591
5	2017	4.184.288	4.622	4.188.910

Sumber : BPS Kota Batu, 2018

LAMPIRAN 1H. Data Jalan Beraspal (km) dan Jalan Berkualitas Baik di Kota Batu tahun 2013-2017

Kategori	2013	2014	2015	2016	2017
Jenis Permukaan Beraspal	315,2	350	350	360,04	355,54
Kondisi Jalan Baik	110,83	213,86	213,84	347,52	226,73

Sumber : Dinas Pengairan dan Bina Marga Kota Batu

LAMPIRAN II. Data Jumlah pengguna Line Telepon di Kota Batu tahun 2013-2017 (Jiwa)

Kecamatan	Banyaknya Pelanggan Telepon				
	2013	2014	2015	2016	2017
Batu	8.934	8.624	8.624	11.110	11.645
Junrejo	2.676	1.882	1.882	3.293	1.978
Bumiaji	2.362	1.252	1.252	3.133	2.803
Jumlah	13.972	11.758	11.758	17.736	16.426

Sumber : PT. Telkom

LAMPIRAN 2A. Hasil Perhitungan 8 Indikator Daya Saing

<i>Indikator</i>	<i>Hasil Perhitungan setiap Indikator</i>				
	<i>2013</i>	<i>2014</i>	<i>2015</i>	<i>2016</i>	<i>2017</i>
<i>Human Tourism Indicator (HTI)</i>	9,54	10,49	11,2	14,4	20,51
<i>Price Competitiveness Indicator (PCI)</i>	1.661.045.326	8.504.688.075	5.067.187.455	2.474.928.975	3.605.105.229
<i>Infrastructure Development Indicator (IDI)</i>	35,162	61,103	61,097	96,523	63,779
<i>Environment Indicator (EI)</i>	1,0610	1,0613	1,0798	1,0162	1,0246
<i>Technology Advancement Indicator (TAI)</i>	0,07	0,06	0,05	0,09	0,08
<i>Human Resources Indicator (HRI)</i>	1,16	1,18	1,22	1,07	1,18
<i>Openess Indicator (OI)</i>	2,65122E-08	5,96514E-08	3,09678E-08	3,09678E-08	3,09322E-08
<i>Social Development Indicator</i>	1,92	2,95	2,14	1,24	1,35

Sumber: Data Sekunder (diolah)

LAMPIRAN 3A. Hasil Indeks Pariwisata

Indikator	Indeks Pariwisata				
	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Human Tourism Indicator (HTI)</i>	0,00	0,00	0,14	0,48	1,00
<i>Price Competitiveness Indicator (PCI)</i>	0,00	1,00	0,50	0,12	0,28
<i>Infrastructure Development Indicator (IDI)</i>	0,00	0,42	0,42	1,00	0,47
<i>Environment Indicator (EI)</i>	0,71	0,71	1,00	0,00	0,13
<i>Technology Advancement Indicator (TAI)</i>	0,35	0,03	0,00	1,00	0,78
<i>Human Resources Indicator (HRI)</i>	0,60	0,73	1,00	0,00	0,73
<i>Openess Indicator (OI)</i>	0,00	1,00	0,30	0,13	0,13
<i>Social Development Indicator</i>	0,40	1,00	0,53	0,00	0,06

Sumber : Data Sekunder tahun 2013-2017 diolah.

LAMPIRAN 3B. Hasil Indeks *composite*

Indikator	Indeks <i>Composite</i>
<i>Human Tourism Indicator (HTI)</i>	0,32
<i>Price Competitiveness Indicator (PCI)</i>	0,38
<i>Infrastructure Development Indicator (IDI)</i>	0,84
<i>Environment Indicator (EI)</i>	0,51
<i>Technology Advancement Indicator (TAI)</i>	0,43
<i>Human Resources Indicator (HRI)</i>	0,61
<i>Openess Indicator (OI)</i>	0,31
<i>Social Development Indicator</i>	0,40
	3,81

Sumber : Data sekunder tahun 2013-2017 diolah.

LAMPIRAN 3C. Hasil Indeks Daya Saing Pariwisata

Indikator	Indeks Daya Saing
<i>Human Tourism Indicator (HTI)</i>	1,23
<i>Price Competitiveness Indicator (PCI)</i>	1,45
<i>Infrastructure Development Indicator (IDI)</i>	3,21
<i>Environment Indicator (EI)</i>	1,94
<i>Technology Advancement Indicator (TAI)</i>	1,65
<i>Human Resources Indicator (HRI)</i>	2,34
<i>Openess Indicator (OI)</i>	1,20
<i>Social Development Indicator</i>	1,52

Sumber : Data Sekunder tahun 2013-2017 diolah