



**ANALISIS DAMPAK EKONOMI DALAM BANYUWANGI *FESTIVAL*:  
STUDI KABUPATEN BANYUWANGI**

**TESIS**

Oleh

**SUFYAN SURYANA  
NIM. 150820201007**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS JEMBER  
2019**



**ANALISIS DAMPAK EKONOMI DALAM BANYUWANGI *FESTIVAL*:  
STUDI KABUPATEN BANYUWANGI**

**TESIS**

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Magister Ilmu Ekonomi (S2)  
dan memperoleh gelar Magister Sains

Oleh

**SUFYAN SURYANA  
NIM. 150820201007**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS JEMBER  
2019**

## PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan puji syukur yang tak terhingga pada Allah SWT, Tesis ini saya persembahkan untuk:

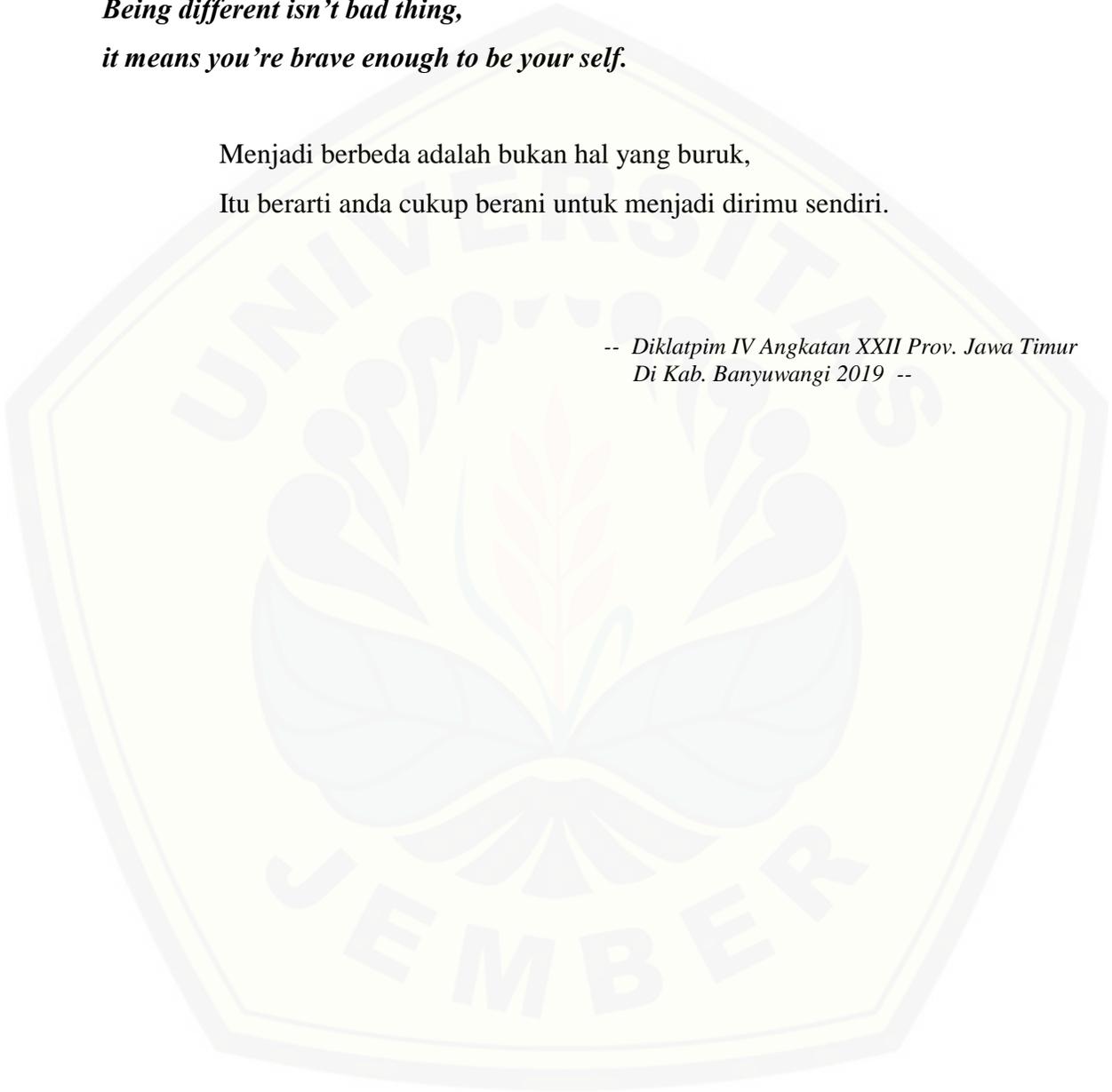
1. Ayahanda Alm. H.M. KUSNO dan ibunda Hj. SALAMAH, S.Ag. tercinta dan terkasih,
2. Istriku tersayang ZULFA ANI ROSYIDA, SH yang selalu setia mendampingi hari-hariku,
3. Anak-anakku MUHAMMAD DANISH Satria ABYASA, NARENDRA AZMI MUHAMMAD, dan ZULFAN MUHAMMAD ALKHALIFI, kalian masa depanku dan pelecut semangatku,
4. Kakak-kakakku NURDIANA KUSUMAWATI, SE, YAYUK FARIDA KUSUMADEWI, S.Pd. M.Pd dan adikku SHOFIA RISKI KUSUMAWARDHANI,
5. Pemerintah Kabupaten Banyuwangi,
6. Dinas Pemuda dan Olahraga Kabupaten Banyuwangi,
7. Almamater Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

**MOTTO**

*Being different isn't bad thing,  
it means you're brave enough to be your self.*

Menjadi berbeda adalah bukan hal yang buruk,  
Itu berarti anda cukup berani untuk menjadi dirimu sendiri.

-- Diklatpim IV Angkatan XXII Prov. Jawa Timur  
Di Kab. Banyuwangi 2019 --



**PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : SUFYAN SURYANA

NIM : 150820201007

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tesis yang berjudul: ” ANALISIS DAMPAK EKONOMI DALAM BANYUWANGI FESTIVAL: STUDI KABUPATEN BANYUWANGI” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 12 Juni 2019

Yang menyatakan,

SUFYAN SURYANA  
NIM. 150820201007

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Tesis berjudul “ANALISIS DAMPAK EKONOMI DALAM BANYUWANGI FESTIVAL: STUDI KABUPATEN BANYUWANGI” telah disetujui pada:

hari, tanggal : 20 Mei 2019

tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

Dosen Pembimbing Utama,

Dosen Pembimbing Anggota

Dr. LILIS YULIATI, S.E., M.Si.

Penata Tingkat I

NIP. 19690718 199512 2 001

Dr. TEGUH HADI PRIYONO, S.E., M.P.

Penata

NIP. 19700206 199403 1 002

**PENGESAHAN**

Tesis berjudul “ANALISIS DAMPAK EKONOMI DALAM BANYUWANGI FESTIVAL: STUDI KABUPATEN BANYUWANGI” karya SUFYAN SURYANA telah diuji dan disahkan pada:

Hari : 12 Juni 2019

Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

Tim Penguji,  
Ketua

Prof. Dr. MOHAMMAD SALEH, SE., M.Sc.

Pembina Utama Madya

NIP. 19560831 198403 1 002

Anggota I,

Anggota II,

Dr. RAFAEL PURTOMO SOMAJI, M.Si.

Penata Tingkat I

NIP. 19581024 198803 1 001

Dr. MOH. ADENAN, M.M

Pembina

NIP. 19661031 199203 1 001

Foto 4 X 6

warna

Mengesahkan,  
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS JEMBER

Dr. MUHAMMAD MIQDAD, S.E., M.M., Ak.

Pembina

NIP. 19710727 199512 1 001

**ANALISIS DAMPAK EKONOMI DALAM BANYUWANGI FESTIVAL:  
STUDI KABUPATEN BANYUWANGI**

Sufyan Suryana

*Program Studi Magister Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,*

*Universitas Jember*

**ABSTRAK**

Pengembangan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi tidak terlepas dari peran media dalam mempromosikan pariwisata di Indonesia Banyuwangi, salah satunya adalah melalui nilai media. Selain itu, nilai media ada karena berbagai internasional acara yang dilakukan oleh pemerintah Banyuwangi dalam serangkaian kegiatan festival Banyuwangi, salah satunya adalah Wisata Olahraga Banyuwangi. Selain itu, pengembangan dan pengembangan pariwisata di suatu daerah akan berdampak pada ekonomi daerah. Oleh karena itu dalam penelitian ini tujuannya adalah untuk menentukan hubungan antara olahraga Banyuwangi pariwisata dan ekonomi Banyuwangi dan bagaimana dampak ekonomi dari pengembangan pariwisata di Banyuwangi kabupaten. Penelitian ini dilakukan pada periode 2012-2018 di Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur, Indonesia, menggunakan panel data dari enam kegiatan pariwisata olahraga yang diselenggarakan oleh pemerintah Kabupaten Banyuwangi. Metode analisis digunakan untuk menjawab tujuan penelitian ini adalah metode Panel Least Square (PLS). Dari hasil analisis data menunjukkan bahwa Jumlah pengunjung memiliki dampak positif yang signifikan terhadap pendapatan daerah di Banyuwangi. Selain itu, peran media Nilai dalam hal ini terkait dengan berita yang memuat acara di Banyuwangi ternyata mampu menarik minat wisatawan selain meningkatkan jumlah wisatawan juga meningkatkan pendapatan daerah Banyuwangi. Keberadaan wisata olahraga diselenggarakan dalam beberapa tahun terakhir juga memiliki efek pengganda pada kinerja sub-sektor pendukung pariwisata seperti hotel, restoran, hiburan, jumlah kios, investasi, jumlah pekerja dan lainnya yang terkait dengan sektor pariwisata.

Kata Kunci: B-Fest, Media Value, panel least square

**ANALYSIS OF ECONOMIC IMPACT IN BANYUWANGI FESTIVAL: STUDY  
OF BANYUWANGI DISTRICT**

Sufyan Suryana

*Master of Economics, Faculty of Economics and Business, University of Jember*

**ABSTRACT**

*Tourism development in Banyuwangi Regency is inseparable from the role of the media in promoting tourism in Banyuwangi, one of which is through media value. In addition, the media value exists because of various international events conducted by the Banyuwangi government in a series of Banyuwangi festival activities, one of which is Banyuwangi Banyuwangi Festival. In addition, the development and development of tourism in an area will have an impact on the economy of the region. Therefore in this study the aim was to determine the relationship between Banyuwangi Banyuwangi Festival and the economy of Banyuwangi and how the economic impact of the development of tourism in Banyuwangi district. This research was conducted in the period 2012-2018 in Banyuwangi Regency, East Java, Indonesia, using panel data from six sports tourism activities organized by the Banyuwangi Regency government. The analytical method used to answer the objectives of this study is the Panel Least Square (PLS) method. From the results of data analysis shows that the number of visitors has a significant positive impact on regional income in Banyuwangi. In addition, the role of media value in this case related to the news that contains events in Banyuwangi was able to attract tourists so that in addition to increasing the number of tourists also increased the income of the Banyuwangi region. The existence of Banyuwangi Festival held in the last few years also has a multiplier effect on the performance of tourism supporting sub-sectors such as hotels, restaurants, entertainment, the number of kiosks, investments, the number of workers and others related to the tourism sector.*

**Keywords :** B-Fest, Media Value, panel least square

## RINGKASAN

**Analisis Dampak Ekonomi Dalam Banyuwangi Festival: Studi Kabupaten Banyuwangi;** Sufyan Suryana, 150820201007; 2019; 100 halaman; Program Studi Magister Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

Potensi dan kekayaan suatu daerah menjadi komponen pendapatan daerah sehingga dalam jangka panjang akan berdampak pada kesejahteraan rakyat melalui peningkatan pendapatan per kapita. Pertumbuhan pendapatan per kapita suatu daerah akan berdampak pada perubahan mendasar dalam struktur ekonomi (Sasana, 2009; Ropingi et al, 2009; Simatumpang, 2000). Salah satu potensi dan kekayaan daerah yang nyata dan dapat dieksplorasi lebih lanjut meliputi kekayaan alam dan budaya yang sangat melekat pada masyarakat sehingga dapat berdampak pada peningkatan nilai guna yang secara langsung akan mempengaruhi pendapatan masyarakat komunitas secara langsung dalam jangka panjang. Salah satu daerah potensial di Jawa Timur adalah Kabupaten Banyuwangi, yang terletak di ujung timur Pulau Jawa. Kabupaten ini memiliki potensi dalam hal pariwisata, baik wisata laut, gunung dan budaya. Kondisi ini didukung oleh wilayah Kabupaten Banyuwangi yang dicalonkan oleh laut dan hutan sehingga keberadaan dan potensinya dapat dieksploitasi.

Perkembangan Bayuwangi dalam beberapa tahun terakhir tercermin dalam kinerja pertumbuhan ekonomi yang telah meningkat dan terus meningkat. cukup stabil mengikuti pergerakan pertumbuhan ekonomi nasional. Pada 2015 pertumbuhan ekonomi meningkat menjadi 6,01% yang kemudian menunjukkan penurunan pada 2016 karena perlambatan ekonomi global yang juga berdampak pada perekonomian regional (BPS, 2017). Namun, kinerja pertumbuhan ekonomi terus membaik di tahun 2017 hingga 2018 mencapai 5,70%. Kondisi ini juga merupakan salah satu hasil optimisme ekonomi terhadap gejolak ekonomi global (Banyuwangikab, 2018). Dari sisi makro selain pertumbuhan ekonomi yang semakin membaik, Kabupaten Banyuwangi juga mampu menjaga stabilitas harga dan pada tahun 2018 menunjukkan

kinerja stabilitas harga dengan tingkat inflasi terendah di Jawa Timur sebesar 3,17% (KEKR Bank Indonesia, 2018). Selain itu, berbagai perkembangan di sektor pariwisata dalam beberapa tahun terakhir juga telah memicu pertumbuhan ekonomi di Banyuwangi. Tujuan penelitian Untuk menganalisis pengaruh *B-Fest* dalam Banyuwangi Festival terhadap perekonomian di Kabupaten Banyuwangi dan Untuk mengetahui dampak *multiplier effect* yang ditimbulkan akibat adanya *B-Fest* pada perekonomian Kabupaten Banyuwangi

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa data panel tahunan dari 2012 hingga 2018 di Kabupaten Banyuwangi. Penentuan waktu penelitian yang rentan ditentukan oleh awal pelaksanaan Festival Banyuwangi (*B-Fest*) yang dimulai pada tahun 2012 pada bulan Oktober hingga Desember untuk memperingati hari jadi Kabupaten Banyuwangi. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai instansi terkait, yaitu Dinas Pariwisata. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Least Square Panel. Dalam variabel acara olahraga dua pendekatan yang digunakan variabel adalah variabel jumlah pengunjung (*JP*) yang menggambarkan ukuran minat pengunjung dalam acara olahraga di *B-Fest* dan jumlah berita (*Berita*) yang diterbitkan dan yang mencakup acara olahraga di *B-Fest* sebagai bentuk nilai media yang tidak langsung merupakan bentuk pemasaran atau promosi pariwisata di Banyuwangi terutama acara olahraga. Kemudian proksi ekonomi ekonomi adalah pendapatan yang diterima oleh pemerintah Banyuwangi untuk acara olahraga yang diadakan, alasan penggunaan pendapatan dari acara olahraga, yaitu penerimaan yang diterima oleh pemerintah akan digunakan untuk menjalankan pemerintahan yang juga akan mempengaruhi ekonomi di Banyuwangi.

Pada model pertama dengan variabel dependen, jumlah pengunjung memiliki hasil yang secara signifikan dipengaruhi oleh keberadaan nilai media. Pada nilai hubungan media dengan jumlah pengunjung positif yang signifikan dapat dilihat dari nilai probabilitas 0,016 lebih kecil dari nilai alpha ( $\alpha = 10\%$ ). Kondisi ini menunjukkan bahwa keberadaan nilai media, yaitu promosi pada media elektronik akan memberikan peningkatan pengunjung ke suatu kegiatan (Buted et al., 2014;

Kirářová & Pavlička, 2015) . Strategi untuk meningkatkan promosi suatu kegiatan melalui media elektronik akan meningkatkan pengetahuan publik tentang acara tersebut, sehingga jumlah pengunjung di acara tersebut akan meningkat (Chen, Fu, Wang, Tsai, & Su, 2018; Versi, 2012). Hasil analisis pada model kedua dengan variabel dependen adalah pendapatan, menunjukkan bahwa keberadaan nilai media dan jumlah pengunjung secara signifikan meningkatkan pendapatan Kabupaten Banyuwangi. Dalam nilai variabel media, nilai probabilitas 0,000 lebih kecil dari nilai alpha ( $\alpha = 1\%$ ) yang menunjukkan bahwa keberadaan nilai media dapat mendorong peningkatan pertumbuhan pendapatan Kabupaten Banyuwangi. Nilai media sebagai sarana mempromosikan suatu kegiatan akan mendorong peningkatan jumlah pengunjung yang selanjutnya meningkatkan jumlah pengunjung untuk meningkatkan pendapatan suatu wilayah (Bizirgianni & Dionysopoulou, 2013; Buted et al., 2014; Chalip, Green, & Hill, 2016; Kirářová & Pavlička, 2015; Versi, 2012).

Pengembangan sektor pariwisata di Banyuwangi juga tidak terlepas dari berbagai elemen dan kebijakan yang mendukung pengembangan pariwisata sehingga berkontribusi terhadap perekonomian Banyuwangi. Beberapa bidang juga dilakukan untuk mempercepat pertumbuhan dan pengembangan pariwisata di Banyuwangi. Salah satu upaya untuk mendorong kemajuan dan pengembangan di sektor pariwisata ditunjukkan oleh peningkatan infrastruktur jalan untuk memfasilitasi akses ke tujuan wisata. Kinerja akses jalan ke infrastruktur penggerak dapat dilihat pada perkembangan kondisi jalan yang baik selama 2011 yang mencapai 1.703,80 KM pada 2015, meningkat menjadi 2.057,37 KM (Banyuwangi Dalam Angka, 2016). Sementara itu, perkembangan di sektor pariwisata juga ditandai dengan pembangunan bandara Blimbingsari sejak 2012 dan mulai beroperasi sekitar 2013.

Strategi untuk meningkatkan promosi suatu kegiatan melalui media elektronik akan meningkatkan pengetahuan publik tentang acara tersebut, sehingga jumlah pengunjung di acara tersebut akan meningkat (Chen, Fu, Wang, Tsai, & Su, 2018; Versi, 2012). Hasil analisis pada model kedua dengan variabel dependen adalah pendapatan, menunjukkan bahwa keberadaan nilai media dan jumlah pengunjung

secara signifikan meningkatkan pendapatan Kabupaten Banyuwangi. Dalam nilai variabel media, nilai probabilitas 0,000 lebih kecil dari nilai alpha ( $\alpha = 1\%$ ) yang menunjukkan bahwa keberadaan nilai media dapat mendorong peningkatan pertumbuhan pendapatan Kabupaten Banyuwangi. Nilai media sebagai sarana mempromosikan suatu kegiatan akan mendorong peningkatan jumlah pengunjung yang selanjutnya meningkatkan jumlah pengunjung untuk meningkatkan pendapatan suatu wilayah (Bizirgianni & Dionysopoulou, 2013; Buted et al., 2014; Chalip, Green, & Hill, 2016; Kirá'ová & Pavlíčka, 2015; Versi, 2012).

Pengembangan sektor pariwisata di Banyuwangi juga tidak terlepas dari berbagai elemen dan kebijakan yang mendukung pengembangan pariwisata sehingga berkontribusi terhadap perekonomian Banyuwangi. Beberapa bidang juga dilakukan untuk mempercepat pertumbuhan dan pengembangan pariwisata di Banyuwangi. Salah satu upaya untuk mendorong kemajuan dan pengembangan di sektor pariwisata ditunjukkan oleh peningkatan infrastruktur jalan untuk memfasilitasi akses ke tujuan wisata. Kinerja akses jalan ke infrastruktur penggerak dapat dilihat pada perkembangan kondisi jalan yang baik selama 2011 yang mencapai 1.703,80 KM pada 2015, meningkat menjadi 2.057,37 KM (Banyuwangi Dalam Angka, 2016). Sementara itu, perkembangan di sektor pariwisata juga ditandai dengan pembangunan bandara Blimbingsari sejak 2012 dan mulai beroperasi sekitar 2013.

Selain itu, Wisata Olahraga juga berdampak pada efek pengganda pada sektor pendukung lainnya seperti meningkatnya jumlah hotel, penginapan, restoran, jumlah kios, intensitas transportasi dan sisi makro seperti investasi, jumlah pekerja dan seterusnya di sektor-sektor ini. Dari kesimpulan temuan ini, penelitian ini memberikan rekomendasi untuk rekomendasi bagi pemerintah daerah untuk lebih meningkatkan pembangunan infrastruktur yang mendukung pengembangan sektor-sektor ini baik infrastruktur jalan, transportasi, media dan sebagainya untuk memfasilitasi akses wisata.

## PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan ridho dan karunianya dan sholawat serta salam tetap terhaturkan kepada junjungan kita baginda Rosulallah Muhammad SAW atas petunjuk yang telah diberikan kepada umatnya, sehingga penulis penulis dapat menyelesaikan Tesis dengan judul “**Analisis Dampak Ekonomi Dalam Banyuwangi Festival: Studi Kabupaten Banyuwangi**”. Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Magister Sains di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Penyusunan Tesis ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak baik motivasi, nasehat, dorongan, kasih sayang, dan kritik yang membangun. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Lilis Yuliati, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang bersedia dan ikhlas membimbing dan mendidik, memberikan motivasi dan nasehat dan meluangkan waktu dan pemikiran kepada penulis dalam penyelesaian Tesis ini;
2. Bapak Dr. Teguh Hadi Priyono, S.E., M.P. selaku Dosen Pembimbing II yang bersedia membimbing, meluangkan waktu, pemikiran, kesabaran serta motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan Tesis ini dan juga selaku dosen pembimbing akademik;
3. Tim Penguji (Bapak Prof. Dr. Mohammad Saleh, SE., M.Sc., Dr. Rafael Purtomo Somaji, M.Si., dan Dr. Moh. Adenan, M.M.) yang telah memberikan arahan, kritik dan saran yang membangun untuk Tesis ini;;
4. Ibu Dr. Siti Komariyah, S.E., M.Si. Ketua Program Studi Program Pascasarjana Magister Ilmu Ekonomi beserta semua Dosen yang telah memberikan pengarahan dan bekal ilmu.
5. Dinas Pemuda dan Olahraga Kabupaten Banyuwangi, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Banyuwangi, Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Banyuwangi, Dinas Perhubungan Kabupaten Banyuwangi, Badan Pendapatan

Daerah Kabupaten Banyuwangi, Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyuwangi dan instansi-instansi terkait lain di Pemerintah Kabupaten Banyuwangi yang telah membantu peneliti dalam memperoleh data.

6. Rekan mahasiswa angkatan 2015 Program Pascasarjana Magister Ilmu Ekonomi atas kebersamaannya selama ini, semoga rasa persaudaraan ini selalu terjaga.
7. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Akhir kata, tidak ada sesuatu yang sempurna di dunia ini kecuali Allah SWT. Penulis memohon maaf yang sebesar besarnya atas kesalahan dan kekhilafan baik dalam penulisan atau kata baik disengaja ataupun tidak disengaja pada penulisan Tesis ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan tugas akhir ini. Semoga Tesis ini dapat memberikan manfaat dan tambahan pengetahuan bagi semua pihak yang terkait

Jember, 10 Juni 2019

Penulis

DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN SAMPUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>x</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR ISTILAH .....</b>	<b>xxii</b>
<b>BAB 1. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>9</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian.....</b>	<b>9</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian.....</b>	<b>9</b>
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
<b>2.1 Landasan Teori .....</b>	<b>10</b>
2.1.1 Tourism Theory .....	10
2.1.2 Pertumbuhan Ekonomi .....	14
2.1.4 Banyuwangi Festival (B-Fest) .....	18

2.1.5 Banyuwangi Festival dan Media Value .....	19
2.1.6 Kerangka Berpikir.....	22
<b>2.2 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>26</b>
<b>2.3 Hipotesis Penelitian .....</b>	<b>27</b>
<b>2.4 Asumsi Penelitian .....</b>	<b>27</b>
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>28</b>
<b>3.1 Jenis dan Sumber Data.....</b>	<b>28</b>
<b>3.2 Desain Penelitian.....</b>	<b>29</b>
<b>3.3 Spesifikasi Model Penelitian .....</b>	<b>30</b>
<b>3.4 Metode Analisis Data.....</b>	<b>31</b>
3.4.1 Panel Least Square .....	32
3.4.2 Uji Asumsi Klasik .....	34
3.4.3 Analisis Deskriptif.....	35
<b>3.5 Definisi Variabel Operasional dan Pengukuran .....</b>	<b>36</b>
<b>BAB 4. PEMBAHASAN .....</b>	<b>39</b>
<b>4.1 Gambaran Umum Kabupaten Banyuwangi .....</b>	<b>39</b>
4.1.1 Pengembangan Wisata Kabupaten Banyuwangi .....	42
4.1.2 Banyuwangi Festival (B-Fest) .....	43
4.1.3 Sektor Pariwisata Kabupaten Banyuwangi .....	46
<b>4.2 Hasil Analisis .....</b>	<b>53</b>
<b>4.3 Diskusi Hasil Analisis .....</b>	<b>57</b>
4.3.1 Diskusi Hubungan Jumlah Pengunjung, <i>Media Value</i> dengan Pendapatan Daerah untuk Pariwisata di Banyuwangi .....	57
4.3.2 <i>Multiplier Effect</i> Perkembangan Pariwisata di Kabupaten Banyuwangi .....	67
<b>BAB 5. PENUTUP .....</b>	<b>77</b>
<b>5.1 Kesimpulan.....</b>	<b>77</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>78</b>

<b>DAFTAR BACAAN .....</b>	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>87</b>



**DAFTAR TABEL**

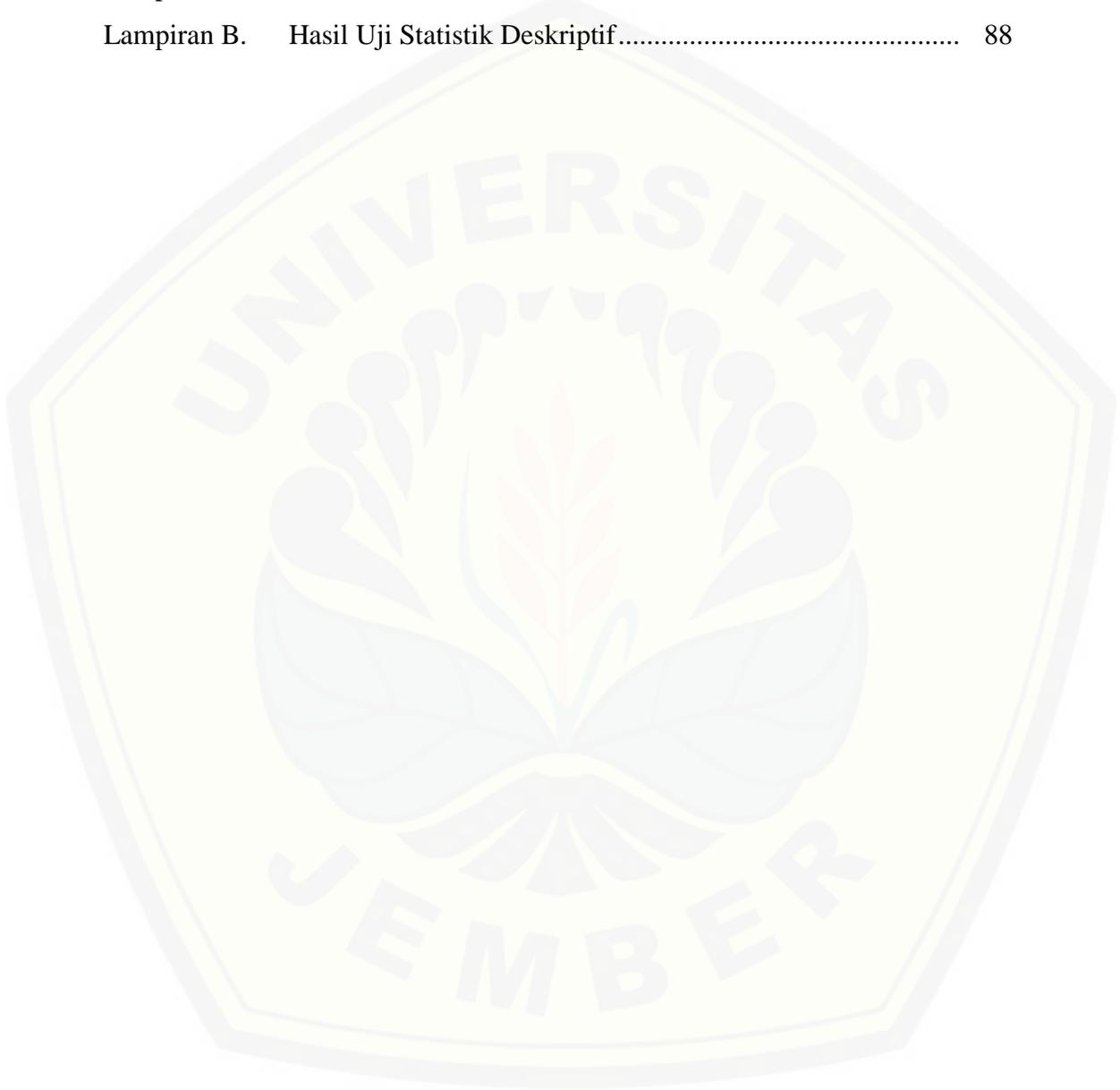
Tabel 4.1	Jumlah Penduduk Kabupaten Banyuwangi Berdasarkan Mata Pencarian Tahun 2018 .....	41
Tabel 4.2	Daftar Kunjungan Objek Wisata Tahun 2013-2016 .....	47
Tabel 4.3	Data Jumlah Wisatawan yang berkunjung ke Hotel tahun 2013-2016.....	47
Tabel 4.4	Banyaknya Hotel dan restoran /Rumah Makan Kabupaten Banyuwangi Tahun 2013-2015 .....	48
Tabel 4.5	PDRB Kabupaten Banyuwangi 2013-2016.....	50
Tabel 4.6	Perbandingan Belanja promosi wasata dan belanja wisatawan di kabupaten Banyuwangi tahun 2017 .....	52
Tabel 4.7	Hasil Analisis statistik.....	53
Tabel 4.8	Hasil Analisis uji data panel.....	55

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1	Perubahan Struktur Ekonomi Berdasarkan Distribusi PDRB Kabupaten Banyuwangi .....	4
Gambar 2.1	Kerangka Berpikir .....	25
Gambar 3.1	Desain Penelitian .....	29
Gambar 4.1	Peta Kabupaten Banyuwangi .....	40
Gambar 4.2	Perbandingan Pertumbuhan ekonomi Kabupaten Banyuwangi, Provinsi Jawa Timur dan Nasional .....	50
Gambar 4.3	Perkembangan Jumlah Pengunjung Domestik dan Mancanegara di Kabupaten Banyuwangi Jawa Timur .....	69
Gambar 4.4	Tingkat partisipasi Angkatan Kerja di Kabupaten Banyuwangi Tahun 2011-2017 .....	70
Gambar 4.5	Perkembangan Pendapatan Pajak Hotel, jumlah Jotel, dan jumlah Hotel di Kabupaten Banyuwangi .....	71
Gambar 4.6	Perkembangan Pendapatan Pajak Restoran, Jumlah Rumah Makan/Restoran di Kabupaten Banyuwangi .....	72

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran A.	Data Penelitian .....	87
Lampiran B.	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	88



**DAFTAR ISTILAH**



PDRB	: Produk Domestik Regional Bruto
RPJMD	: Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah
B-Fest	: Banyuwangi Festival
<i>UNWTO</i>	: <i>The United Nations World Tourism Organization</i>
DAW	: Daerah Asal Wisatawan
DT	: Daerah Transit
TFP	: total faktor produksi
PMDN	: investasi dalam negeri
PMA	: Investasi asing
<i>PLS</i>	: <i>Panel Least Square</i>
<i>FEM</i>	: <i>Fix Effect Model</i>
<i>REM</i>	: <i>Random Effect Model</i>
LM	: <i>Langrange Multiplier</i>
<i>UMKM</i>	: <i>Usaha Mikro Kecil Menengah</i>
WPP	: Wilayah Pengembangan Pariwisata
ITdBI	: <i>International Tour de Banyuwangi-Ijen</i>
BMX	: <i>Bicycle Moto-Cross</i>
<i>UCI</i>	: <i>Union Cycliste International</i>

## BAB I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Upaya pemerintah dalam mengakselerasi pembangunan disetiap daerah secara keseluruhan di Indonesia ini dilakukan melalui pelimpangan wewenang pemerintah pusat ke pemerintah daerah yang disebut sebagai otonomi daerah. Sistem pemerintahan desentralisasi yang menyerahkan wewenang dari pemerintah pusat ke daerah ini diharapkan dapat mengoptimalkan kinerja pembangunan suatu daerah dengan potensi yang ada dimasing-masing daerah. Kebijakan otonomi daerah ini dimulai dari Undang-Undang No.22 Tahun 1999 yang selanjutnya disempurnakan dengan munculnya Undang-Undang No.32 Tahun 2004 yang terdapat 2 isi penting yaitu pemberian wewenang pusat kepada pemerintah daerah dan pemberian tanggungjawab penuh pada daerah dalam mengelola potensi daerahnya masing-masing. Dari hal tersebut, daerah telah diberikan wewenang penuh dalam mengelola dan bertanggungjawab dalam pemanfaatan dan pengelolaan kekayaan dan potensi daerah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memacu pertumbuhan ekonomi dan pembangunan secara lebih efektif dan efisien (Widmalm, 2008).

Pengelolaan kekayaan dan potensi suatu daerah seperti yang diamanatkan pada Undang-Undang otonomi daerah No.32 tahun 2004 tercermin dari eksplorasi potensi daerah untuk meningkatkan pendapatan dan pertumbuhan ekonomi disuatu daerah. Pendapatan sebagai hasil output produksi dari potensi yang ada dalam suatu daerah secara langsung akan berdampak pada produk domestik regional bruto (PDRB) yang mencerminkan output daerah. Dalam jangka panjang, pertumbuhan ekonomi yang dapat diproksi dengan PDRB ini akan diikuti oleh pertumbuhan pendapatan per kapita masyarakat sebagai cerminan dari kesejahteraan. Pertumbuhan pendapatan per kapita suatu daerah ini akan berdampak pada perubahan mendasar struktur ekonomi (Sasana, 2009; Ropingi et al, 2009; Simatumpang, 2000). Pengelolaan potensi dan kekayaan daerah itu dapat meliputi berbagai aspek dari aspek sosial, ekonomi,

lingkungan dan sebagainya yang dapat membawa dampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Salah satu daerah yang memiliki potensi dari aspek pariwisata adalah kabupaten Banyuwangi dan juga didukung oleh tingkat pertumbuhan ekonomi diatas rata-rata pertumbuhan ekonomi nasional. Banyuwangi merupakan salah satu kabupaten terluas di provinsi Jawa Timur yang terletak dibagian ujung timur pulau Jawa. Dominasi wilayah yang dikelilingi oleh laut dan hutan menjadi salah satu keuntungan dan potensi yang dapat digali eksistensinya di Kabupaten Banyuwangi. Selain itu, dukungan dari sisi pertumbuhan ekonomi Banyuwangi yang mengalami peningkatan yang cukup stabil mengikuti pergerakan pertumbuhan ekonomi nasional. Kondisi ini mengindikasikan bahwa kabupaten Banyuwangi memiliki potensi yang dapat dieksplor lebih jauh untuk meningkatkan pembangunan dan pertumbuhan ekonomi.

Tercatat bahwa pertumbuhan ekonomi Banyuwangi mengalami tren kenaikan yang cukup signifikan meskipun pada 2013 mengalami penurunan. Dari tahun 2011-2012 PDRB Banyuwangi tumbuh diatas 7%, sementara pada 2013 sempat mengalami penurunan tren 0,24% menjadi 6,76% (Banyuwangikab, 2014). Pada tahun 2015 pertumbuhan ekonomi mengalami kenaikan menjadi 6,01% yang kemudian menunjukkan penurunan kembali pada 2016 akibat dari perlambatan ekonomi global yang juga berdampak pada perekonomian regional. Namun kinerja pertumbuhan ekonomi semakin membaik stabil pada 2017 hingga 2018 mencapai angka 5,70%. Kondisi ini juga salah satu sebagai akibat dari optimisme perekonomian terhadap gejolak ekonomi global (Banyuwangikab, 2018). Dari sisi makro selain pertumbuhan ekonomi yang semakin membaik, Kabupaten Banyuwangi juga mampu menjaga kestabilan harga dan pada 2018 menunjukkan kinerja kestabilan harga dengan tingkat inflasi terendah di Jawa Timur sebesar 3,17% (KEKR Bank Indonesia, 2018).

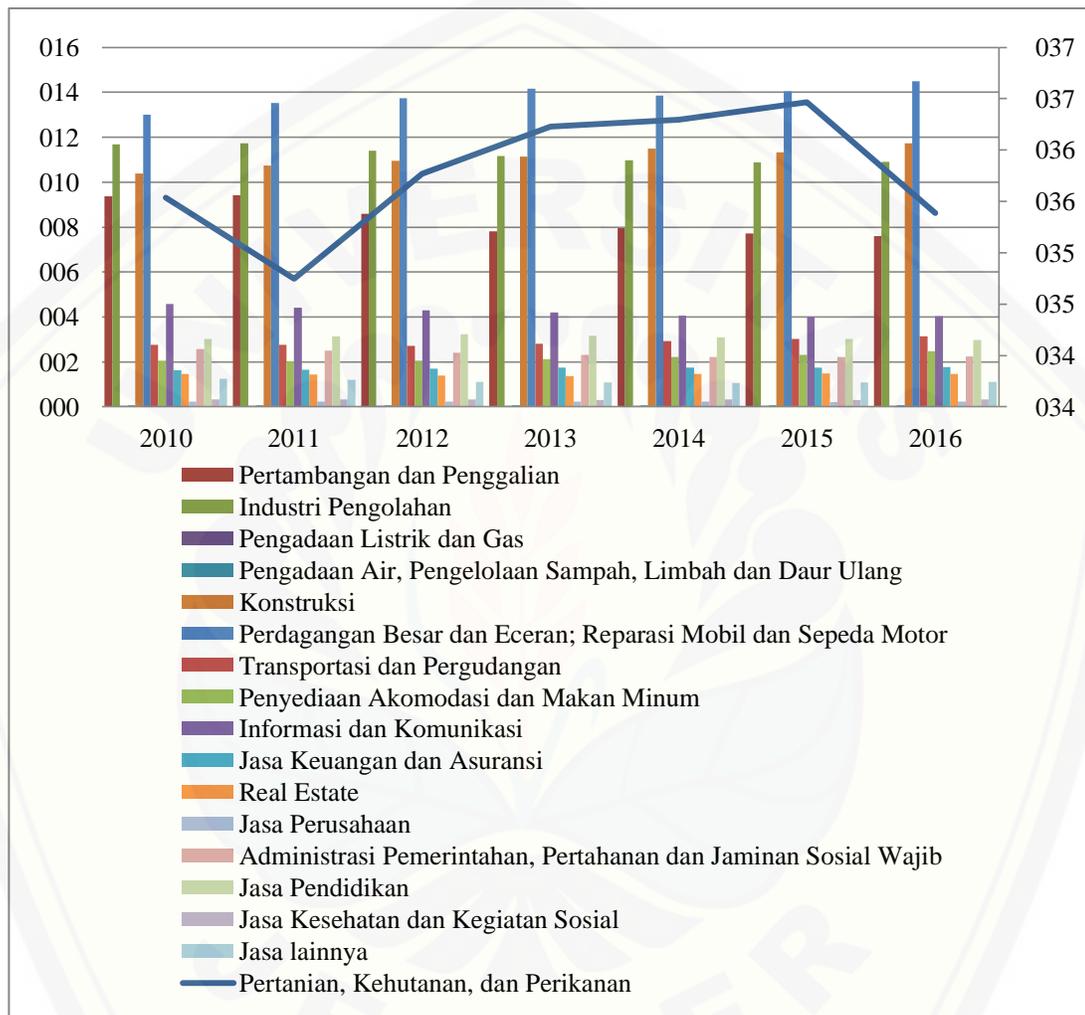
Pertumbuhan ekonomi tersebut didasarkan struktur ekonomi Kabupaten Banyuwangi yang pada awalnya didominasi oleh sektor primer yang mencakup sub sektor pertanian, sub sektor perkebunan, sub sektor kehutanan, dan sub sektor

perikanan (Fabiomarta, 2004; Capra, 2000). Dominasi sektor primer di Kabupaten Banyuwangi dikarenakan adanya dukungan secara geografis wilayahnya yang terletak antara 7°43' - 8°46' Lintang Selatan dan 113°53' - 114°38' Bujur Timur dan terbagi atas dataran tinggi berupa daerah pegunungan dan merupakan daerah penghasil berbagai produksi perkebunan. Daratan rendah dengan berbagai potensi yang berupa produksi tanaman pertanian, serta daerah sekitar garis pantai yang membujur dari sepanjang kurang lebih 175 km arah utara ke selatan dan merupakan daerah penghasil berbagai biota laut dengan panjang pantai mencapai 175,8 Km. Selain itu dengan luas wilayah yang mencapai 5.782,50 km<sup>2</sup> atau 578.250 Ha menjadikannya sektor primer di Kabupaten Banyuwangi sebagai sektor utama pembentuk struktur ekonominya.

Sektor prioritas kabupaten Banyuwangi ini tertuang dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) tahun 2016-2020 yaitu: “terwujudnya masyarakat Banyuwangi yang semakin sejahtera, mandiri, dan berakhlak mulia melalui peningkatan perekonomian dan kualitas sumber daya manusia”. Berdasarkan visi misi tersebut maka melalui pertumbuhan ekonomi menjadi hal yang penting untuk dilakukan. Pertumbuhan ekonomi merupakan perkembangan kegiatan dalam perekonomian yang menyebabkan barang dan jasa yang diproduksi dalam masyarakat bertambah dan kemakmuran masyarakat meningkat. Untuk mengetahui tingkat pertumbuhan ekonomi, maka dapat dilihat melalui perubahan distribusi Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) di antara tiga sektor utama, yaitu: sektor primer (pertanian, pertambangan, dan penggalian), sektor sekunder (industri pengolahan, listrik, gas, air, dan konstruksi), dan sektor tersier (perdagangan, pengangkutan, komunikasi, keuangan, jasa perusahaan, dan jasa-jasa) (Jhingan, 2010).

Secara umum, yang menjadi sektor primer nasional termasuk Kabupaten Banyuwangi adalah sektor pertanian, kehutanan, peternakan dan perikanan. Namun selama beberapa tahun ini, sektor tersebut mengalami penurunan yang signifikan. Kondisi ini dikarenakan adanya perubahan struktur ekonomi serta adanya pergeseran

menjadi sektor industri. Proses industrialisasi ketika tidak dapat diarahkan pada tatanan yang baik, akan berdampak pada pengurangan produktivitas sektor-sektor primer.



**Gambar 1.1 Perubahan Struktur Ekonomi Berdasarkan distribusi PDRB Kabupaten Banyuwangi (Miliar rupiah) Sumber: BPS Banyuwangi, 2018**

Perkembangan PDRB Kabupaten Banyuwangi dapat dilihat pada Gambar 1.1 melalui distribusi sektoral. Selama kurun waktu 2010-2016, sektor pertambangan dan penggalian, industri pengolahan, kontruksi, pengadaan air, pengelolaan limbah dan sampah memiliki dominasi yang stabil. Namun pada sekto pertanian, kehutanan,

perikanan dan peternakan cenderung mengalami fluktuasi terlebih pada tahun 2011 bahkan menunjukkan tren penurunan drastis.

Gambar 1.1 juga menunjukkan adanya kestabilan dari perkembangan perubahan struktur ekonomi pada sektor-sektor primer yang mendukung sektor pariwisata Banyuwangi seperti jasa-jasa, perumahan, restoran, hotel, administrasi dan lainnya. Jasa-jasa menunjukkan pertumbuhan yang cukup stabil selama kurun waktu 2010-2016.

Fenomena baru di Banyuwangi dimana gencarnya pembangunan dan pertumbuhan pada sektor pariwisata yang ditunjukkan dengan adanya berbagai *event* besar juga menjadi salah satu pendorong kemajuan dan peningkatan pertumbuhan ekonomi di Banyuwangi. Inovasi di bidang pariwisata tersebut yaitu melalui kegiatan Banyuwangi festival. Banyuwangi Festival (B-Fest) menjadi salah satu dari bentuk inovasi pariwisata di Banyuwangi dan menjadi pagelaran tahunan yang diselenggarakan pemerintah Kabupaten Banyuwangi pada rentang waktu Januari hingga Desember setiap tahunnya. Acara ini diselenggarakan untuk memperingati hari jadi Kabupaten Banyuwangi yang jatuh pada tanggal 18 Desember. Pertama kali pagelaran ini diselenggarakan pada tahun 2012 pada masa pemerintahan Bupati Abdullah Azwar Anas. Selain itu, pagelaran festival ini juga menjadi salah satu wadah untuk mempromosikan pariwisata baik yang berupa wisata budaya maupun wisata alam yang eksotis (Quinn, 2010).

Berbagai kegiatan wisata alam dan budaya yang dikemas melalui tema festival dapat menghasilkan lalu lintas wisata dan daya tarik wisatawan mempunyai pengaruh terhadap struktur dan kondisi sosial ekonomi dilingkungan sekitar. Lingkungan wisata alam dan budaya dikemas dalam berbagai festival melalui berbagai inovasi terbaru dari aspek fisik, sosial, ekonomi geografi dan sebagainya. Berangkat dari fenomena tersebut, maka pada tahun 2012 kabupaten Banyuwangi memunculkan *tagline* Banyuwangi festival sebagai bentuk dan cerminan dari prinsip estetika yang bernilai sosial budaya dan alam dengan konsep komodifikasi. Konsep ini merupakan suatu proses penggunaan keunikan budaya sebagai komoditas yang dapat

menciptakan nilai ekonomi yang mengintegrasikan program kebudayaan melalui eksplorasi pada karakteristik etnis dan budaya (Adorno dan Horkheimer, 1993; Comaroff dan Comaroff, 2006).

Peranan sektor pariwisata dalam mendorong pembangunan dan pertumbuhan ekonomi menjadi salah satu topik yang banyak dieksplor diberbagai negara. Berbagai negara yang memiliki potensi pariwisata telah mencoba memfokuskan konsentrasinya seperti Hungaria. Studi empiris Nagy dan nagy (2013) menemukan bahwa pada festival wisata di Hungaria dapat menjadi solusi dan alternatif dalam pembangunan ekonomi dan sosial yang berkelanjutan serta dapat menjadi alternatif distribusi pendapatan pada masyarakat pedesaan. Selain itu, studi empiris yang dilakukan oleh Diederling dan Kwiatkowski (2015) bahwa dampak ekonomi sangat dominan bagi daerah yang menjadi host tourism melalui peningkatan pendapatan dan berbagai *multiplier effect* lainnya. Namun, pariwisata ini juga dapat membawa dampak negatif terhadap ekonomi dengan ditunjukkan pada peningkatan sisi impor untuk memenuhi kebutuhan turis mancanegara, terjadinya inflasi pada beberapa properti dan harga tanah sehingga perlu adanya penyeimbang efek (Kumar, et al., 2015). Selain itu (Zhuang, et al., 2019) juga menyarankan bahwa perlu adanya penyeimbang akibat dari induksi perubahan struktur pada karakterisitik sosial budaya dan ekonomi akibat dari integrasi sektor pariwisata.

Penelitian ini berangkat dari *grand theory* pertumbuhan Harrod Domar yang menjelaskan bahwa suatu pertumbuhan memerlukan adanya investasi untuk melakukan aktivitas ekonomi dan meningkatkan pertumbuhan dalam jangka panjang. Dalam konteks ini, investasi paada sektor pariwisata dalam berbagai bentuk dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi. Samsuridjal dan Kaelany (1997) memaparkan bahwa pariwisata merupakan manifestasi dari gejala naluri manusia sejak purbakala untuk melakukan perjalanan dan pariwisata juga dapat menimbulkan beragam motivasi yang akan menimbulkan permintaan-permintaan dalam bentuk jasa-jasa dan persediaan-persediaan lain

Perkembangan inovasi pariwisata di Banyuwangi ini ternyata berdampak pada lompatan jumlah wisatawan selama lima tahun terakhir dari 2010 hingga 2015 dengan jumlah wisatawan domestik yang meningkat 161% dari 651.500 orang di tahun 2010 menjadi 1.701.230 orang di tahun 2015, sedangkan wisatawan asing meningkat 210% dari 13.200 orang di tahun 2010 menjadi 41.000 orang di tahun 2015 (Rachmawati, 2016). Kondisi ini juga memberikan dampak pada jumlah penumpang di Bandara Blimbingsari Banyuwangi yang pada tahun 2011 dari hanya 7.826 penumpang menjadi 110.234 penumpang di tahun 2015. Dari kinerja inovasi pariwisata ini, pada Januari 2016, *The United Nations World Tourism Organization/UNWTO* sebagai Badan Pariwisata dunia mewakili PBB memberikan penghargaan sebagai *UNWTO awards for excellence and innovation in tourism* dan berjudul “*the sunrise of java*” dalam kategori inovasi kebijakan publik dan tata kelola. Hal ini menunjukkan bahwa eksistensi dari inovasi pariwisata di Banyuwangi telah diakui dunia.

Festival di Banyuwangi yang biasa disebut B-Fest memiliki berbagai kegiatan dan satu diantara kegiatan tersebut adalah *even Banyuwangi Festival* dengan jumlah kegiatan didalamnya sebanyak 53 kegiatan. Konsep *Banyuwangi Festival* ini menjadi andalan untuk menggali potensi wisata di daerah yang memiliki julukan *the sunrise of java* tersebut. Hal ini dikarenakan peristiwa olahraga tidak dapat berdiri sendiri sehingga harus mempunyai faktor pendukung dan *event* olahraga ini menjadi pagelaran yang banyak diminati bahkan oleh berbagai negara sehingga memberikan efek yang cukup signifikan dalam menarik minat wisatawan asing maupun domestik. Secara tidak langsung, dalam kancah *event* yang bertaraf internasional maupun nasional ini akan membawa dampak pada pemunculan branding pada daerah wisata itu sendiri. Branding tersebut dapat dilakukan melalui media masa dan media sosial yang saat ini telah terintegrasi dengan dunia global secara kompleks. Promosi dan marketing pariwisata melalui media yang dilakukan oleh wisatawan secara tidak langsung ini disebut *media value* karena pemerintah daerah tidak memerlukan biaya dalam proses promosi tersebut (Jashi, 2015).

Beberapa diantara kegiatan Festival Banyuwangi yang menjadi sorotan adalah *Banyuwangi Festival*. Pemerintah Kabupaten Banyuwangi juga telah memperoleh berbagai dampak dan manfaat dari *Banyuwangi Festival* dalam beberapa tahun terakhir ini. Hal ini dikarenakan *Banyuwangi Festival* lebih dari sekedar *hosting* peristiwa besar tetapi dapat menawarkan potensi untuk tujuan yang jauh lebih luas dan termasuk peluang bagi Kabupaten Banyuwangi untuk meningkatkan identitasnya sebagai tujuan olahraga, menghasilkan bisnis pariwisata baru, dan mencapai pengakuan internasional yang luas. Disisi lain, *event* ini juga secara tidak langsung dapat memediasi promosi bagi sektor pariwisata di Banyuwangi dalam lingkup nasional maupun internasional.

Pemilihan Kabupaten Banyuwangi dengan memilih konsep *Banyuwangi Festival* dengan tujuan memacu sektor wisata *the sunrise of java* tersebut diyakini cukup efektif untuk mempromosikan pariwisata terlebih munculnya generasi milenial dengan melakukan pergeseran atau pengalihan penggunaan keuangan yang sebelumnya untuk kebutuhan konsumsi sehari-hari menjadi untuk kebutuhan berwisata bahkan berinvestasi. Hal ini diperkuat dari konsep serupa yang dilakukan di Inggris dengan hasil bahwa 20 % dari jumlah total wisatawan yang datang ke Inggris adalah wisatawan olahraga yang terdiri atas wisatawan yang melihat ajang olahraga dan para atlet yang terlibat di event (*sumber: The British Tourist Authority and English Tourism Board*). *Banyuwangi Festival* menghasilkan tiga dampak, yaitu: (1) membawa banyak manfaat bagi ekonomi masyarakat yang dikarenakan Banyuwangi Festival berhasil mengangkat nama destinasi wisata; (2) Banyuwangi Festival terbukti dapat membangun kebanggaan dan kepercayaan diri rakyat terhadap daerahnya. Warga yang ada di desa-desa bangga daerahnya dikenal publik global; (3) wisata olahraga sebagai sarana konsolidasi infrastruktur.

Berdasarkan fenomena empiris pada pariwisata Banyuwangi melalui pagelaran Banyuwangi Festival (B-Fest) dan teori *tourism* memberikan kontribusi yang cukup besar dalam pembangunan dan perkembangan Kabupaten Banyuwangi. Penelitian ini ingin mengetahui bagaimana dampak pariwisata Banyuwangi melalui *B-Fest*

terhadap perekonomian serta *multiplier effect*-nya bagi sektor pendukung pariwisata lainnya.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *B-Fest* dalam Banyuwangi Festival terhadap perekonomian di Kabupaten Banyuwangi?
2. Bagaimana *multiplier effect* yang ditimbulkan akibat adanya *B-Fest* pada perekonomian Kabupaten Banyuwangi?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dilakukan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh *B-Fest* dalam Banyuwangi Festival terhadap perekonomian di Kabupaten Banyuwangi.
2. Untuk mengetahui dampak *multiplier effect* yang ditimbulkan akibat adanya *B-Fest* pada perekonomian Kabupaten Banyuwangi.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan dari penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Memberikan informasi mengenai pengaruh dan *multiplier effect* dari adanya *B-Fest* terhadap perekonomian di Kabupaten Banyuwangi.
2. Sebagai acuan dalam menentukan arah kebijakan perencanaan pembangunan di Kabupaten Banyuwangi.
3. Sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

## BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Bab 2 memaparkan mengenai landasan teori pada subbab 2.1 yaitu terkait dengan penelitian ini yaitu yang terdiri dari *tourism theory*, teori pertumbuhan ekonomi, Banyuwangi Festival, dan *Banyuwangi Festival*. Pada subbab 2.2 memaparkan penelitian sebelumnya yang menjadi landasan dari penelitian ini. Hipotesis penelitian akan dijelaskan pada subbab 2.3 dan pada subbab 2.4 menjelaskan asumsi penelitian.

### 2.1 Landasan Teori

#### 2.1.1 Tourism Theory

Damanik dan Weber (2006) menjelaskan pariwisata sebagai fenomena pergerakan manusia, barang, dan jasa yang terjadi dengan sangat kompleks serta berkaitan erat dengan organisasi, hubungan antara kelembagaan dan individu, dan kebutuhan layanan. Pariwisata adalah kegiatan manusia yang melakukan perjalanan ke dan tinggal di daerah tujuan di luar lingkungan kesehariannya (WTO, 1999). Berdasarkan sejarah teori terkait pariwisata mulai berkembang pada abad 19. Pada tahun 1902, Adolf Brougier mendefinisikan pariwisata sebagai perjalanan liburan. Josef Stradner pada tahun 1905 menggarisbawahi karakter "mewah" perjalanan dan wisatawan sebagai konsumen, menghabiskan uang yang diperoleh di tempat lain. Pada tahun 1930, Leopold von Wiese membahas pariwisata sebagai "hubungan interpersonal," yang membedakan antara tiga jenis: orang asing sebagai agen kekuasaan (penakluk), orang asing secara kebetulan (tidak tertarik pada hubungan dengan penduduk setempat), dan orang asing sebagai tamu, termasuk pedagang, wisatawan untuk kesenangan, atau turis (Spode 2009).

Pada tahun 1943, Walter Hunziker mempersembahkan karyanya "*system of scientific tourism research*," mendefinisikan pariwisata sebagai fenomena budaya. Hans Meinke berbicara tentang pariwisata sebagai "pelarian" dari "lingkungan industri," berdasarkan pendapatan tinggi (Spode 2009). Sejak 1960-an, pariwisata

mulai booming, karena peningkatan pendapatan, lebih banyak waktu luang, transportasi yang lebih cepat dan lebih murah, dan infrastruktur yang berkembang, pertama di dunia Barat tetapi lambat laun menyebar secara global.

Empat bidang utama penelitian dan pemikiran teoritis dikembangkan, yang terdiri dari pendekatan yang saling berhubungan yang didefinisikan secara luas seperti: manajemen dan ekonomi politik, pengalaman dan perilaku; analisis dampak dan keberlanjutan, dan pariwisata serta modernisasi. Penyedia pariwisata awal membutuhkan model yang berguna untuk organisasi dan manajemen (termasuk strategi perusahaan, manajemen destinasi, pemasaran, dan keramahtamahan), semua umumnya berasal dari studi bisnis. Walther Christaller, Butler (1980) menyajikan urutan pengembangan pariwisata sebagai "siklus hidup produk" karena sistem pariwisata tidak ada dalam isolasi tetapi berasal dari asal turis, melibatkan banyak aktor perantara dan infrastruktur, ini menyebabkan pembuatan kebijakan internasional dan pendekatan rantai atau jaringan. Pariwisata dipandang sebagai instrumen dan hasil dari proses modernisasi internasional. Pariwisata sebagai kekuatan untuk perubahan sosial telah dianggap sebagai imperialisme, menciptakan ketergantungan dan dengan asumsi menghancurkan identitas wilayah dan lokal.

Pengertian pariwisata menurut Robbert (1990) adalah aktivitas yang dilakukan oleh orang-orang yang melakukan perjalanan, tetapi bukan untuk mencari nafkah maupun menetap. Dalam sudut pandang yang sosial, Lundberg (1997) menyatakan bahwa pariwisata mencakup orang-orang yang melakukan perjalanan pergi dari rumahnyadan perusahaan-perusahaan yang melayani mereka dengan cara memperlancar atau mempermudah perjalanan mereka, atau membuatnya lebih menyenangkan.

Pariwisata menurut Samsuridjal dan Kaelany (1997) merupakan manifestasi gejala naluri manusia sejak purbakala, yaitu hasrat untuk mengadakan perjalanan dan lebih dari itu pariwisata dengan ragam motivasinya akan menimbulkan permintaan-permintaan dalam bentuk jasa-jasa dan persediaan-persediaan lain. Menurut Soekadijo (1997) pariwisata adalah segala kegiatan dalam masyarakat yang

berhubungan dengan wisatawan. Berdasarkan pengertian ini dapat dinyatakan bahwa adanya wisatawan yang berkunjung membuat aktivitas pemerintah daerah, swasta, dan anggota masyarakat di daerah tujuan wisata menjadi bertambah. Pemerintah melalui jalur birokrasinya mengatur kedatangan dan kepulangan wisatawan. Swasta berperan dalam menyediakan tempat penginapan (hotel), hiburan (diskotik dan karaoke), dan tempat makan minum (restoran). Sementara itu masyarakat setempat berperan sebagai penunjuk jalan (*guide*) dan menyediakan barang-barang cenderamata.

Berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisata. Pengertian pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan kegiatan wisata, termasuk pengusaha objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait dengan bidang tersebut. Berdasarkan beberapa pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah kegiatan dinamis yang melibatkan banyak manusia serta menghidupkan berbagai bidang usaha.

Ada beberapa unsur yang terlibat dalam pariwisata yaitu diantaranya: (1) manusia (unsur insani sebagai pelaku kegiatan pariwisata); (2) tempat (unsur fisik sebagai tempat manusia melakukan kegiatan wisatanya); dan (3) waktu (unsur tempo yang dihabiskan dalam perjalanan wisata dan selama berdiam di tempat tujuan wisata) (Wahab, 1998). Selain adanya unsur-unsur yang terlibat dalam pariwisata, juga ada beberapa elemen yang mengakibatkan kegiatan pariwisata dapat berlangsung sebagaimana pendapat Leiper dalam Coper *et.al* (1998) yang menyatakan bahwa terdapat tiga elemen utama yang menjadikan kegiatan pariwisata yaitu:

a. Wisatawan

Wisatawan merupakan aktor dalam kegiatan wisata atau dapat dikatakan sebagai objek yang sengaja diharapkan kehadirannya.

b. Elemen geografi

Pergerakan wisatawan berlangsung pada tiga area geografi, yaitu diantaranya:

(1) Daerah Asal Wisatawan (DAW)

DAW merupakan daerah tempat asal wisatawan berada atau dapat dikatakan tempat pada saat wisatawan melakukan aktivitas keseharian sebagai misal bekerja, belajar, tidur dan lain sebagainya. Semua rutinitas tersebut sebagai pendorong untuk memotivasi seseorang dalam berwisata. DAW juga dapat dijadikan tempat untuk mencari informasi tentang obyek dan daya tarik wisata yang dinikmati yang selanjutnya membuat perencanaan hingga berangkat menuju daerah yang dituju.

(2) Daerah Transit (DT)

DT sangat penting meskipun tidak seluruh wisatawan harus berhenti disuatu daerah, akan tetapi wisatawan pasti akan melalui suatu daerah tersebut sehingga peranan DT menjadi penting. Akan tetapi fakta lain menunjukkan bahwa perjalanan wisata berakhir di daerah transit, bukan di daerah tujuan. Hal inilah yang membuat beberapa daerah transit (Banyuwangi) berupaya menjadikan daerahnya multifungsi, yakni sebagai daerah transit dan daerah tujuan wisata.

(3) Daerah Tujuan Wisata (DTW)

Daerah ini sering dikatakan sebagai *sharp end* (ujung tombak) pariwisata. Pada DTW ini dampak pariwisata sangat dirasakan sehingga dibutuhkan perencanaan dan strategi manajemen yang tepat. Untuk menarik wisatawan maka DTW merupakan pemacu keseluruhan sistem pariwisata dan menciptakan permintaan untuk perjalanan dari DAW. DTW juga merupakan alasan utama perkembangan pariwisata yang menawarkan hal-hal yang berbeda dengan rutinitas wisatawan.

c. Industri wisata

Bagian ketiga dalam sistem pariwisata adalah industri wisata. Industri yang menyediakan jasa, daya tarik, dan sarana wisata. Industri yang merupakan unit-unit usaha atau bisnis di dalam kepariwisataan dan tersebar di ketiga area geografi tersebut.

### 2.1.2 Pertumbuhan Ekonomi

Keberhasilan pembangunan suatu daerah dapat dilihat dari tingkat pertumbuhan ekonominya. Oleh sebab itu, setiap daerah selalu menetapkan target tingkat pertumbuhan ekonomi yang tinggi didalam perencanaan dan tujuan pembangunan daerahnya. Pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan berkelanjutan merupakan kondisi utama bagi kelangsungan pembangunan ekonomi.

Menurut Sukirno (2000) pertumbuhan ekonomi merupakan perkembangan kegiatan dalam perekonomian yang menyebabkan barang dan jasa yang diproduksi masyarakat bertambah dan kemakmuran masyarakat meningkat. Dengan demikian pertumbuhan ekonomi mengukur prestasi dari perkembangan perekonomian dari satu periode ke periode lainnya dan peningkatan kemampuan suatu negara untuk menghasilkan barang dan jasa. Kemampuan yang meningkat ini disebabkan oleh penambahan faktor-faktor produksi baik dalam jumlah dan kualitasnya. Investasi akan menambah barang modal dan teknologi yang digunakan juga makin berkembang. Selain itu, tenaga kerja juga bertambah sebagai akibat perkembangan penduduk dan seiring dengan meningkatnya pendidikan dan keterampilannya. Selain itu pertumbuhan ekonomi juga dapat diartikan sebagai proses kenaikan output perkapita dalam jangka panjang (Boediono, 1985).

Menurut Kuznets (dalam Sukirno, 2000) pertumbuhan ekonomi merupakan kemampuan suatu negara untuk menyediakan berbagai jenis barang-barang ekonomi kepada penduduknya dalam jangka panjang. Kemampuan ini tumbuh sesuai dengan kemajuan teknologi dan penyesuaian kelembagaan serta ideologis yang diperlukan. Kuznets juga menyebabkan terdapat 6(enam) ciri pertumbuhan ekonomi modern yang muncul dalam analisa yang didasarkan pada produksi nasional dan komponennya, penduduk, tenaga kerja dan sebangsanya. Keenam ciri tersebut yaitu: (1) laju pertumbuhan penduduk dan perkapita; (2) peningkatan produktivitas; (3) laju perubahan struktural yang tinggi dan mencakup peralihan dari kegiatan pertanian ke

non pertanian, dari industri ke jasa, perubahan dalam skala unit-unit produktif dan peralihan dari perusahaan perseorangan menjadi perusahaan berbadan hukum serta perubahan status kerja buruh; (4) urbanisasi; (5) ekspansi negara maju; (6) arus barang, modal dan orang antar bangsa. Keenam ciri pertumbuhan ekonomi modern tersebut saling berkaitan dan keenamnya terjalin dalam urutan sebab akibat serta mempunyai rasio yang stabil antara tenaga kerja dengan penduduk total dan laju kenaikan produk perkapita menjadi tinggi.

Pertumbuhan ekonomi daerah dapat diukur dengan pertumbuhan Pendapatan Domestik Regional Bruto (PDRB) menurut harga konstan. Hal diperkuat dari pendapat yang disampaikan oleh Aziz (1994) yang menyatakan bahwa kriteria utama keberhasilan pembangunan daerah adalah dalam bentuk PDRB secara sektoral maupun perkapita. Oleh karena itu PDRB secara agregatif menunjukkan kemampuan daerah tertentu dalam menghasilkan pendapatan atau balas jasa kepada faktor-faktor yang ikut berpartisipasi dalam proses produksi di daerah tersebut. Laju pertumbuhan PDRB juga akan memperlihatkan proses kenaikan output perkapita dalam jangka panjang. Dalam perhitungan PDRB juga menekankan pada proses. Hal ini dikarenakan mengandung unsur dinamis, perubahan atau perkembangan. Oleh karena itu pemahaman indikator pertumbuhan ekonomi biasanya akan dilihat dalam kurun waktu tertentu, sebagai misaltahunan. Aspek tersebut menjadi relevan untuk dilakukan analisis sehingga kebijakan-kebijakan ekonomi yang diterapkan oleh pemerintah untuk mendorong aktivitas perekonomian domestik dapat dinilai efektifitasnya.

Teori pertumbuhan ekonomi Harrod-Domar merupakan teori pertumbuhan yang berdasarkan pada pertumbuhan ekonomi di negara-negara maju. Teori ini merupakan perkembangan langsung teori ekonomi makro Keynes yang merupakan teori jangka pendek dan selanjutnya menjadi teori jangka panjang. Pada model Harrod-Domar peranan investasi sangat penting. Hal ini dikarenakan dalam jangka panjang investasi mempunyai pengaruh ganda. Di satu sisi investasi mempengaruhi permintaan agregat di sisi lain investasi juga mempengaruhi kapasitas produksi

nasional dengan menambahkan stok modal yang tersedia. Harrod menyimpulkan agar suatu ekonomi nasional selalu tumbuh dengan kapasitas produksi penuh yang disebutnya sebagai pertumbuhan ekonomi yang mantap (*steady-state growth*), maka efek permintaan yang ditimbulkan dari penambahan investasi harus selalu diimbangi oleh efek penawarannya tanpa terkecuali. Akan tetapi investasi dilakukan oleh pengusaha yang mempunyai harapan yang tidak selalu sama dari waktu ke waktu sehingga keseimbangan ekonomi jangka panjang yang baik hanya dapat dicapai secara baik juga apabila harapan para pengusaha stabil dan kemungkinan terjadinya hal itu sangat kecil.

Teori pertumbuhan ekonomi Harrod-Domar menganalisis syarat-syarat yang diperlukan agar perekonomian dapat tumbuh dan berkembang dalam jangka panjang. Teori ini mempunyai beberapa asumsi, yaitu: (a) perekonomian dalam keadaan pengerjaan penuh (*full employment*) dan barang-barang modal dalam masyarakat digunakan secara penuh; (b) dalam prosesnya terdiri atas dua sektor yaitu sektor rumah tangga dan sektor perusahaan dengan kata lain tidak ada campur tangan pemerintah dan tidak ada perdagangan luar negeri; (c) besarnya tabungan masyarakat adalah proporsional dengan besarnya pendapatan nasional yang berarti fungsi tabungan dimulai dari titik nol; (d) kecenderungan untuk menabung (*marginal propensity to save = MPS*) besarnya konstan dan  $MPS=APS$ ; (e) rasio *stock* kapital terhadap pendapatan konstan; (f) tidak ada penyusutan barang kapital; (g) tingkat harga umum konstan (upah riil sama dengan pendapatan riil); dan (h) tidak ada perubahan tingkat bunga. Dalam teori ini dikatakan bahwa tingkat pertumbuhan dari GNP ( $\Delta x/Y$ ) ditentukan oleh rasio tabungan nasional ( $s$ ) dan rasio *capital output* nasional ( $k$ ) (Todaro, 2006).

Teori pertumbuhan Neoklasik Solow merupakan pengembangan teori Harrod-Domar dengan menambahkan faktor tenaga kerja dan variabel independen teknologi dalam persamaan pertumbuhan. Menurut Solow, pertumbuhan ekonomi berasal dari satu atau lebih dari tiga faktor, yaitu peningkatan dalam kuantitas dan kualitas pekerja, kenaikan dalam kapital (melalui tabungan dan investasi) dan peningkatan

dalam teknologi. Namun demikian, peran teknologi dalam model ini masih eksogenous yang artinya teknologi sendiri bukan merupakan hasil dari pertumbuhan ekonomi melainkan masuk dalam faktor pemberian.

Model Solow – Swan adalah model ekonomi pertumbuhan ekonomi jangka panjang yang ditetapkan dalam kerangka ekonomi neoklasik. Ini mencoba untuk menjelaskan pertumbuhan ekonomi jangka panjang dengan melihat akumulasi modal, pertumbuhan tenaga kerja atau populasi, dan peningkatan produktivitas, biasanya disebut sebagai kemajuan teknologi. Pada intinya adalah fungsi produksi neoklasik (agregat), sering kali ditentukan dari tipe Cobb-Douglas, yang memungkinkan model "melakukan kontak dengan ekonomi mikro (Acemoglu, 2009). Model ini dikembangkan secara independen oleh Robert Solow dan Trevor Swan pada tahun 1956, (Solow, 1956; Swan, 1956) dan menggantikan model Keynesian Harrod-Domar.

Solow memperluas model Harrod-Domar dengan menambahkan tenaga kerja sebagai faktor rasio produksi dan modal-output yang tidak tetap seperti yang ada dalam model Harrod-Domar. Perbaikan ini memungkinkan peningkatan intensitas modal untuk dibedakan dari kemajuan teknologi. Solow melihat fungsi produksi proporsi tetap sebagai "asumsi penting" untuk hasil ketidakstabilan dalam model Harrod-Domar. Karyanya sendiri berkembang atas hal ini dengan mengeksplorasi implikasi dari spesifikasi alternatif, yaitu Cobb-Douglas dan Elastisitas Konstan Substitusi yang lebih umum (Solow, 1956). Salah satu kritik utama adalah bahwa karya asli Harrod tidak terutama berkaitan dengan pertumbuhan ekonomi dan juga tidak secara eksplisit menggunakan fungsi produksi proporsi tetap (Besomi, 2001; Halmayer and Hoover, 2016).

Dalam model Solow-Swan, perubahan yang tidak dapat dijelaskan dalam pertumbuhan output setelah memperhitungkan efek akumulasi modal disebut residu Solow. Peningkatan TFP sering dikaitkan sepenuhnya dengan kemajuan teknologi, tetapi juga mencakup peningkatan permanen dalam efisiensi dengan faktor-faktor produksi yang digabungkan dari waktu ke waktu. Pertumbuhan TFP secara implisit

mencakup setiap peningkatan produktivitas permanen yang dihasilkan dari peningkatan praktik manajemen di sektor swasta atau publik dalam perekonomian. Suatu barang (output) tunggal diproduksi menggunakan dua faktor produksi, tenaga kerja (L) dan modal (K) dalam fungsi produksi agregat yang memenuhi kondisi Inada, yang menyiratkan bahwa elastisitas dari substitusi harus sama asimtotik dengan satu (Barelli and Pessoa, 2003; Litina and Palivos, 2008) .

$$Y(t) = K(t)^{\alpha} (A(t)L(t))^{1-\alpha} \quad (1)$$

di mana  $t$  menunjukkan waktu,  $0 < \alpha < 1$  adalah elastisitas output terhadap modal, dan  $Y(t)$  mewakili total produksi.  $A$  mengacu pada teknologi yang menambah tenaga kerja atau "pengetahuan", dengan demikian  $AL$  mewakili tenaga kerja yang efektif. Semua faktor produksi sepenuhnya digunakan, dan nilai awal  $A(0)$ ,  $K(0)$ , dan  $L(0)$  diberikan. Jumlah pekerja, yaitu tenaga kerja, serta tingkat teknologi tumbuh secara eksogen pada tingkat  $n$  dan  $g$ , masing-masing:

$$L(t) = L(0)e^{nt} \quad (2)$$

$$A(t) = A(0)e^{gt} \quad (3)$$

Jumlah unit kerja yang efektif,  $A(t)L(t)$ , oleh karena itu tumbuh pada tingkat  $(n + g)$ . Sementara itu, stok modal terdepresiasi dari waktu ke waktu pada tingkat yang konstan  $\delta$ . Namun, hanya sebagian kecil dari output  $cY(t)$  dengan  $0 < c < 1$  dikonsumsi, meninggalkan bagian yang disimpan  $s = 1 - c$  untuk investasi:

$$\dot{K}(t) = s.Y(t) - \delta.K(t) \quad (4)$$

di mana  $\dot{K}$  adalah singkatan untuk  $\frac{dK(t)}{dt}$ , turunannya sehubungan dengan waktu. Derivatif sehubungan dengan waktu berarti bahwa itu adalah perubahan dalam persediaan modal — output yang tidak dikonsumsi atau digunakan untuk menggantikan barang modal lama yang sudah usang adalah investasi bersih.

### 2.1.3 Banyuwangi Festival (B-Fest)

Pengembangan kawasan wisata alam dan pengembangan wisata budaya melalui penyelenggaraan kegiatan Banyuwangi Festival (B-Fest) dalam rangka

memperingati hari jadi Banyuwangi ini diselenggarakan oleh Pemerintah Kabupaten Banyuwangi pada rentang waktu Januari hingga Desember setiap tahunnya. Acara ini diselenggarakan untuk memperingati hari jadi Kabupaten Banyuwangi yang jatuh pada 18 Desember. B-Fest pertama kali diselenggarakan tahun 2012 pada masa pemerintahan Bupati Abdullah Azwar Anas. Digunakannya festival karena festival merupakan cara yang digunakan untuk menarik wisatawan dan menciptakan evenpariwisata festival, sedangkan wisatawan tertarik dengan banyak unsur dan termasuk budaya yang eksotis yang disajikan selama acara (Quinn, 2010). Selain itu, wisatawan yang datang juga menemukan suatu acara dengan atmosfer yang tidak biasa, bertemu orang-orang dari minat yang sama, dan belajar lebih banyak tentang hal-hal lain.

B-Fest selain diadakan dalam rangka memperingati hari jadi Banyuwangi, juga digunakan sebagai sarana publikasi danpromosi (*media campaign*) Kabupaten yang berjudul “*the sunrise of java*”ini baik di kancah nasional, regional maupun internasional dengan harapan nama Kabupaten Banyuwangi dapat dikenal lebih luas beserta segala potensinya dan dapat menjadi daerah tujuan wisatamaupun investasi dalam negeri (PMDN) serta investasi asing (PMA).

#### **2.1.4 Banyuwangi Festival dan Media Value**

*Banyuwangi Festival* merupakan gabungan dua kata dalam bahasa Inggris yaitu *sport* yang berarti olah raga dan *tourism* yang berarti wisata. Menurut India China Economic and Cultural Council (ICEC, 2014) *sports tourism* pada dasarnya merupakan pariwisata yang berbasis pada tema-tema olahraga. Ross (2001) mengatakan *Banyuwangi Festival* merupakan suatu pengalaman bepergian untuk terlibat dalam atau melihat aktivitas olahraga. *Banyuwangi Festival* merupakan kegiatan seseorang dalam berwisata secara bebas dapat bermain atau hanya menonton pertandingan (Preuss *et al* dalam Homafar *et al*, 2011). Aktivitas seseorang yang terlibat pada *Banyuwangi Festival* dapat dikempokkan menjadi 3, yaitu:

1. *Event-based sports tourism*

Perjalanan wisata yang dilakukan seseorang untuk melihat atau menonton even olah raga.

2. *Activity/active-based sports tourism*

Perjalanan wisata yang dilakukan seseorang untuk berpartisipasi aktif atau bermain olah raga.

3. *Nostalgia-based sports tourism*

Perjalanan wisata untuk mengunjungi atau mendukung individu atau tim yang terkenal yang sedang melakukan perlombaan (Gibson, 1998; Delpy, 1998; Ross, 2011).

Penyelenggaraan *sports tourism* menurut (Ross, 2011; ICEC, 2014; Marumo, 2015) memberikan beberapa dampak terhadap beberapa sektor diantaranya ekonomi, sosial budaya, dan lingkungan.

1. Ekonomi

Dampak ekonomi memang secara angka sulit dihitung secara pasti, akan tetapi persentase pertumbuhan yang ditunjukkan oleh hotel, restoran, bandara, ritel, dan tumbuhnya tempat belanja-belanja baru dianggap memberikan gambaran korelasi yang positif antara *sport tourism* dengan pertumbuhan ekonomi masyarakat. Namun demikian apabila *sporttourism* hanya dinilai dari aspek ekonomi, maka dapat memunculkan gambaran negatif terkait biaya penyelenggaraan yang tergolong membutuhkan biaya besar. Oleh karena itu, dampak lain juga harus dipertimbangkan sebagai misal kualitas hidup masyarakat, sosial budaya, dan lingkungan.

2. Sosial budaya

Kegiatan *Banyuwangi Festival* selain memberikan dampak terhadap pertumbuhan ekonomi, juga memberikan dampak positif terhadap perkembangan sosial budaya, yaitu diantaranya: (a) dapat memperkuat warisan budaya nasional, identitas, dan menimbulkan semangat baru bagi masyarakat; (b) memunculkan semangat persatuan untuk mempromosikan budaya; (c) adanya asimilasi budaya baru yang dibawa oleh pengunjung sehingga dapat memperkuat budaya yang

sudah ada; (d) sebagai wahana lintas generasi untuk melestarikan tradisi budaya; (e) memunculkan semangat dalam menggali potensi wisata yang baru; dan (f) meningkatkan kemampuan masyarakat pengelola dalam berorganisasi hingga melakukan kegiatan promosi. Akan tetapi apabila masyarakat tidak siap dengan budaya baru yang masuk dibawa oleh pengunjung melalui berbagai kategori *event-based sports tourism*, *activity/active-based sports tourism*, dan *nostalgia-based sports tourism*, maka dapat merusak budaya asli di daerah tersebut.

### 3. Lingkungan

Kegiatan *Banyuwangi Festival* yang mengeksploitasi lingkungan juga memberikan dampak positif dan negatif. Dampak positif yang ditimbulkan mencakup: (a) adanya citra positif terhadap lingkungan sekitar; (b) fasilitas yang tersedia dapat dimaksimalkan untuk memberikan manfaat yang lebih besar. Sedangkan dampak negatif diantaranya memunculkan kerusakan lingkungan apabila dalam pemanfaatannya tidak diimbangi dengan konservasi alam.

Perkembangan *Banyuwangi Festival* berdasarkan empiris didukung dengan adanya media value. Media value berkaitan dengan perkembangan sosial media yang memberikan informasi terkait Banyuwangi Festival yang memberikan pengaruh terhadap aktivitas ekonomi. Karakteristik dari media sosial yaitu dapat membuat praktek pemasaran (Hanna et al., 2011). Adanya media sosial aktivitas seperti mempromosikan aliran ide dan pengetahuan, menyerap berbagai informasi dapat dilakukan secara efektif dan efisien (Constantinides and Fountain, 2008). Dykeman (2008) menjelaskan bahwa dengan adanya media sosial memungkinkan individu untuk melakukan kegiatan seperti penerbitan secara digital konten kreatif, menyediakan dan memperoleh informasi dengan adanya umpan balik dan diskusi secara online, dan melakukan penyesuaian dan mengoreksi konten digital.

Strauss dan Frost (2009) mendefinikan media sosial merupakan jaringan dan platform, tempat pengguna dapat secara bersama-sama menyelidiki konten jaringan, berbagi pengalaman dan membangun hubungan komersial atau juga sebagai hiburan. Berdasarkan definisi tersebut media sosial memiliki karakteristik berupa keterbukaan,

partisipasi, interaksi, berbagi, keterhubungan, kreatifitas otonomi, kolaborasi dan timbal bali (O'Reilly, 2007; Constantinides and Fountain, 2008; Strauss dan Frost, 2009; Kaplan and Haenlein, 2010 ). Perusahaan ataupun industri memanfaatkan media sosial untuk praktik pemasaran karena kelebihan dari adanya media sosial dapat menghubungkan secara langsung bisnis kepada konsumen secara efisien waktu dan biaya (Kaplan and Haenlein, 2010). Berdasarkan pada paradigma yang berkembang dengan demikian dalam mengembangkan Banyuwangi Festival di Banyuwangi, Pemerintah Banyuwangi dengan giat memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran untuk mendatangkan banyak investasi yang pada akhirnya dapat mendukung pertumbuhan ekonomi daerah.

### **2.1.5 Kerangka Berpikir**

Pariwisata adalah kegiatan dinamis yang melibatkan banyak manusia serta menghidupkan berbagai bidang usaha. Di era globalisasi saat ini, sektor pariwisata akan menjadi pendorong utama perekonomian dunia dan menjadi industri yang mengglobal. Pariwisata akan memberikan banyak pemasukan bagi daerah yang sadar akan potensinya terhadap sektor pariwisata. Sektor pariwisata merupakan kegiatan yang tak pernah mati dan menjadi hal yang sangat penting bagi suatu negara. Dengan adanya pariwisata, lebih dikhususkan untuk pemerintah daerah, objek wisata akan menjadi pemasukan bagi daerah itu sendiri. Dengan berkembangnya pariwisata, akan mendongkrak sektor yang lain, seperti: kunjungan wisatawan, ekonomi kreatif, membuka kesempatan kerja, mengurangi pengangguran. Sektor pariwisata tidak dapat berdiri sendiri, dan harus didukung oleh kegiatan-kegiatan penunjang lainnya, yaitu: promosi wisata, fasilitas yang ditawarkan, akses transportasi dan tempat penginapan.

Pada TAP MPR No. IV/MPR/1978, yaitu bahwa pariwisata perlu ditingkatkan dan diperluas untuk meningkatkan penerimaan devisa, memperluas lapangan pekerjaan, dan memperkenalkan kebudayaan. Pembinaan serta pengembangan pariwisata dilakukan dengan tetap memperhatikan terpeliharanya kebudayaan dan

kepribadian lokal. Untuk itu perlu diambil langkah-langkah dan pengaturan pengaturan yang lebih terarah berdasarkan kebijaksanaan yang terpadu, antara lain bidang promosi, penyediaan fasilitas serta mutu dan kelancaran pelayanan.

Kesadaran akan pentingnya sektor pariwisata sebagai salah satu sumber pendapatan bagi pemerintah dari sektor non migas adalah bukan hal baru. Hal ini juga disadari oleh Pemerintah Kabupaten Banyuwangi yang memanfaatkan potensi alam dan budaya yang ada. Adapun pemanfaatan tersebut melalui kegiatan Banyuwangi Festival atau yang dikenal dengan B-Fest yang dalam pelaksanaannya terdapat banyak kegiatan dan satu diantara kegiatan tersebut adalah *even Banyuwangi Festival* dengan jumlah kegiatan didalamnya sebanyak 53 kegiatan. Konsep *Banyuwangi Festival* ini menjadi andalan untuk menggali potensi wisata di daerah yang memiliki julukan *the sunrise of java* tersebut. Oleh karena itu agar dapat terlaksana dengan sukses, maka harus banyak pihak yang terlibat di dalamnya atau dengan kata lain dibalik penyelenggaraan sebuah kejuaraan olahraga, terdapat potensi wisata yang besar apabila dilakukan dengan tepat. Ketepatan tersebut apabila even olahraga dikemas dengan memadukan unsur promosi wisata dengan pemilihan tempat yang tepat sehingga hasilnya pasti memuaskan.

*Banyuwangi Festival* adalah unsur yang sangat penting dalam dunia pariwisata dan sudah menjadi bisnis pariwisata yang sangat kompetitif dan pemerintah Kabupaten Banyuwangi telah memperoleh manfaat dari *Banyuwangi Festival* dalam beberapa tahun terakhir ini. Hal ini dikarenakan *Banyuwangi Festival* lebih dari sekedar *hosting* peristiwa besar tetapi dapat menawarkan potensi untuk tujuan yang jauh lebih luas dan termasuk peluang bagi Kabupaten Banyuwangi untuk meningkatkan identitasnya sebagai tujuan olahraga, menghasilkan bisnis pariwisata baru, dan mencapai pengakuan internasional yang luas.

Pemilihan Kabupaten Banyuwangi dengan memilih konsep *Banyuwangi Festival* (pariwisata olahraga) dengan tujuan memacu sektor wisata di daerah ber julukan *the sunrise of java* tersebut diyakini cukup efektif. Hal ini diperkuat dari pendapat yang disampaikan oleh Yoeti (1997) menyatakan bahwa suatu daerah yang

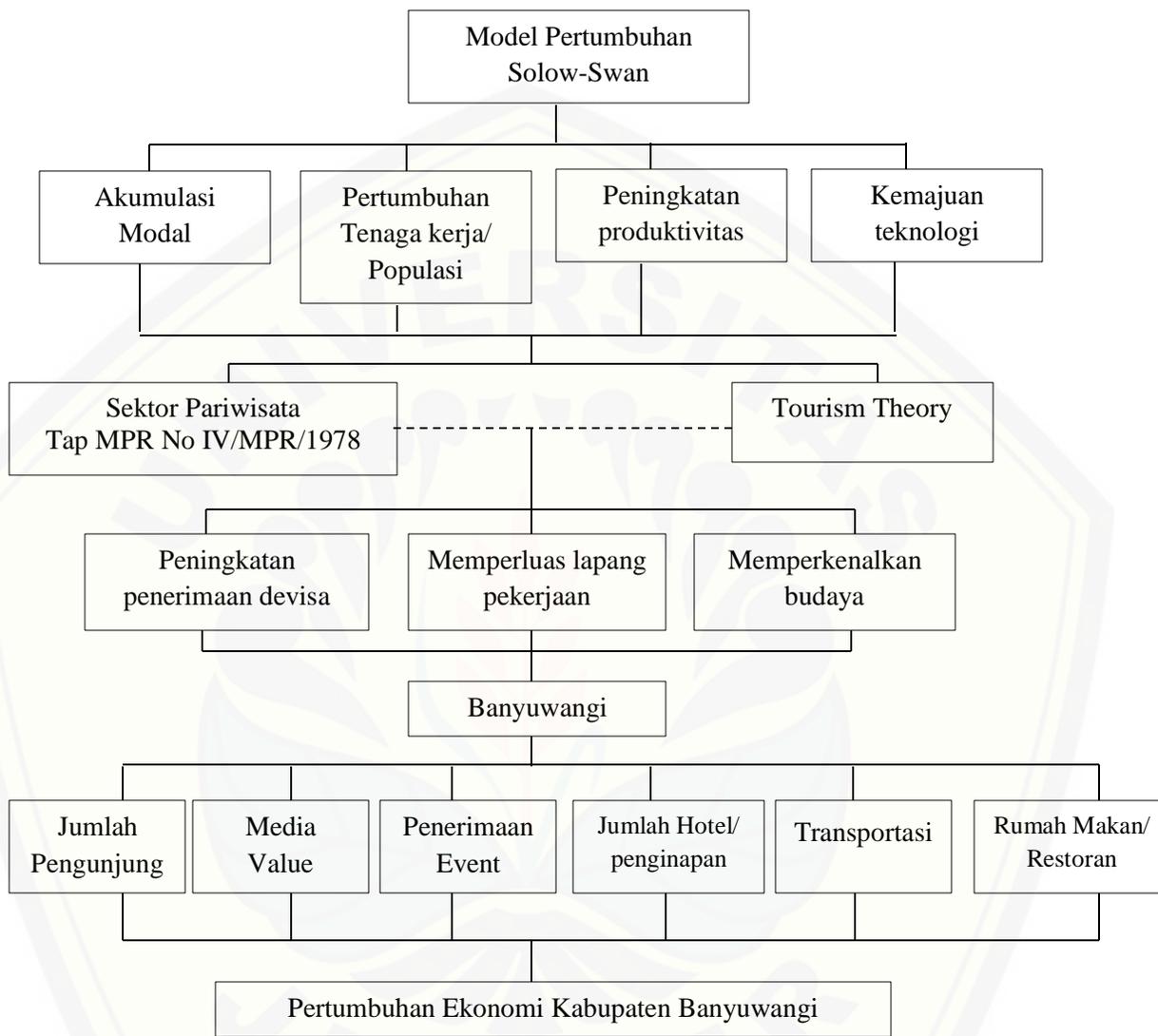
mengembangkan sektor pariwisata menjadi salah satu industri di daerah tersebut, maka lalu lintas wisatawan dapat memberikan suatu keuntungan dan memberikan hasil yang tidak sedikit terutama dalam perekonomian yaitu diantaranya:

1. meningkatkan pendapatan nasional
2. peningkatan penerimaan pajak dan retribusi bagi daerah
3. memberikan kesempatan kerja yang lebih layak
4. mengurangi jumlah pengangguran
5. memperkuat neraca pembayaran
6. memberikan efek multiplier dalam perekonomian setempat.

Besarnya efek multiplier memberikan pengaruh terhadap besar kecilnya peningkatan pendapatan nasional dalam sektor pariwisata. Semakin besar nilai  $Kc$ , maka pendapatan nasional dalam sektor pariwisata semakin besar dan demikian juga sebaliknya. Efek multiplier dapat disajikan pada rumus di bawah ini

$$Kc = \frac{\Delta Y}{\Delta c} = \frac{1}{(1 - b)}$$

Berdasarkan rumus multiplier di atas, maka dimungkinkan bahwa kegiatan *event Banyuwangi Festival* dalam banyuwangi festival di Kabupaten Banyuwangi memberikan dampak terhadap pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Banyuwangi sebagaimana terdapat pada skema di bawah ini.



**Gambar 2.1 Kerangka Berpikir**

## 2.2 Penelitian Sebelumnya

Berbagai studi empiris yang dilakukan peneliti sebelumnya dapat digunakan sebagai rujukan dalam melakukan sebuah penelitian. Studi empiris hasil penelitian para ekonom dan peneliti sebelumnya terkait mengenai analisis kinerja fiskal terhadap pertumbuhan ekonomi pada sektor prioritas baik dari sisi kebijakan maupun dari sisi pengelolaan telah banyak memberikan gambaran dalam penelitian ini sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh:

1. Marumo, K *et al* (2015) dengan judul "*Banyuwangi Festival as a developmental initiative in the economy of mafikeng*" menyimpulkan bahwa inisiasi pengembangan *Banyuwangi Festival* memberikan dampak terhadap pertumbuhan ekonomi.
2. Mapjabil *et al* (2015) dengan judul "*sport as a tourism attraction in Malaysia: Potential and prospects*" menyimpulkan bahwa *Banyuwangi Festival* membawa dampak penting terhadap sosial dan ekonomi.
3. Yildiz, Z dan Cekic, S (2015) dengan judul "*Banyuwangi Festival and its history and contribution of olympic games to touristic promotion*" menyimpulkan bahwa *Banyuwangi Festival* tidak hanya terbatas terhadap berapa jumlah orang yang berpartisipasi beserta dengan fans yang mendukung. Akan tetapi investasi infrastruktur tempat pelaksanaan kejuaraan terus berjalan dimasa akan datang. Dengan demikian hal ini memberikan pengaruh terhadap perputaran ekonomi.
4. Homafar *et al* (2011) dengan judul "*the role of Banyuwangi Festival in employment, income and economic development*" menyimpulkan bahwa dimasa depan industri *Banyuwangi Festival* memberikan pengaruh terhadap pekerjaan dan pendapatan dari suatu daerah serta infrastruktur menjadi lebih baik.
5. Ciampicacigli, R dan Maresca, S (2004) dengan judul "*the metalanguages between sport and tourism*" menyimpulkan bahwa adanya hubungan *Banyuwangi Festival* yang baru terhadap pertumbuhan operator perjalanan, hotel, publikasi, klub olah raga, dan perusahaan penyedia jasa travel.

6. Gozalova *et al* (2014) dengan judul “*Banyuwangi Festival*” menyimpulkan bahwa adanya korelasi yang positif dan tinggi antara penyelenggaraan *Banyuwangi Festival* dengan perbaikan infrastruktur.
7. Novitasari, dkk dengan judul “implementasi kebijakan pembangunan pariwisata dalam peningkatan sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di objek wisata Pulau Merah Kabupaten Banyuwangi” menunjukkan bahwa kebijakan yang dilakukan pemerintah Kabupaten Banyuwangi dalam meningkatkan sektor UMKM melalui pembangunan pariwisata adalah positif dan tepat.

### **2.3 Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan dan berdasar pada studi empiris dan studi teori, maka hipotesis penelitian adalah sebagai berikut Banyuwangi Festival memiliki hubungan positif signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di kabupaten Banyuwangi

### **2.4 Asumsi Penelitian**

Asumsi yang digunakan pada penelitian ini adalah :

1. Kegiatan dari Banyuwangi Festival berpengaruh terhadap aktifitas ekonomi di Kabupaten Banyuwangi
2. Variabel yang tidak masuk dalam estimasi dianggap tetap

### **BAB 3. METODE PENELITIAN**

Pada Bab 3 ini akan menjelaskan secara rinci mengenai metodologi penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam menjawab pertanyaan empiris penelitian. Pembahasan dalam Bab 3 dibagi menjadi 5 subbab yaitu jenis dan sumber data yang digunakan pada subbab 3.1. Kemudian pada subbab 3.2 akan dibahas mengenai desain penelitian, kemudian pada subbab ke 3.3 akan dipaparkan mengenai spesifikasi model penelitian. Dan pada subbab 3.4 akan dibahas mengenai metodologi penelitian yang digunakan, terakhir pada subbab 3.5 akan dibahas mengenai definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

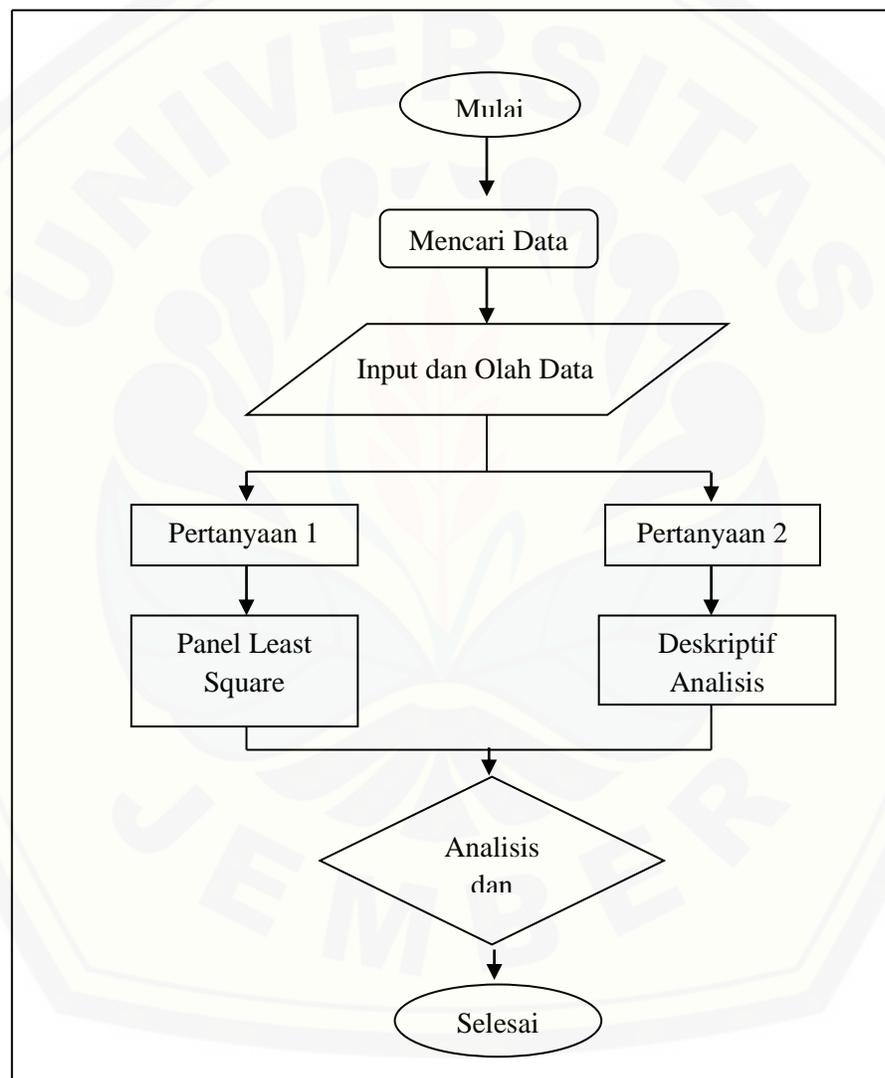
#### **3.1 Jenis dan Sumber Data.**

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data Sekunder dalam bentuk data panel tahunan dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2018 di Kabupaten Banyuwangi. Penentuan rentan waktu penelitian ditentukan oleh awal mula pelaksanaan Banyuwangi Festival (B-Fest) yang dimulai pada tahun 2012 dalam rentan bulan Oktober hingga Desember dalam rangka memperingati hari jadi Kabupaten Banyuwangi. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai dinas terkait yaitu Dinas Pariwisata.

#### **3.2 Desain Penelitian**

Pada Subbab desain penelitian akan dibahas mengenai langkah-langkah yang ditempuh oleh peneliti dalam proses penelitian untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan empiris yang digunakan. Pada desain penelitian ini terdapat tujuh tahapan. Tahapan yang pertama yaitu mulai, pada tahap ini peneliti akan mengidentifikasi masalah yang terjadi dan menentukan pertanyaan empiris yang akan digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini terdapat dua pertanyaan empiris yang digunakan yaitu bagaimana pengaruh Banyuwangi Festival yang dipromosi oleh jumlah pengunjung dan media value ( pemberitaan B-Fest) terhadap perekonomian

Banyuwangi yang diproyeksi dengan penerimaan pemerintah Banyuwangi dari kegiatan-kegiatan pada B-Fest. Kemudian pertanyaan empiris ke dua yaitu bagaimana dampak multiplier dari adanya kegiatan-kegiatan pada B-Fest terhadap perekonomian di Kabupaten Banyuwangi. Adapun desain dari penelitian ini digambarkan secara ringkas dalam Gambar 3.1.



**Gambar 3.1 Desain Penelitian.** (sumber: berbagai Sumber diolah, 2019).

Setelah menentukan pertanyaan empiris yang digunakan dalam penelitian tahapan yang selanjutnya yaitu mencari dan mengumpulkan data terkait yang dapat digunakan untuk menjawab pertanyaan empiris baik pertanyaan empiris satu dan dua. Setelah data terkumpul tahapan selanjutnya yaitu menginput data (tabulasi data) dan mengolah data. Pada tahapan ini data ditabulasi sesuai dengan masing-masing pertanyaan empiris. Dalam menjawab kedua pertanyaan empiris yang digunakan peneliti menggunakan dua metode yang berbeda sesuai dengan tujuan penelitian. Guna menjawab pertanyaan empiris pertama peneliti menggunakan metode *Panel Least Square* (PLS) untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Kemudian untuk mengetahui dampak multiplier peneliti menggunakan metode Analisis Deskriptif untuk menjelaskan bagaimana dampak secara ekonomi yang ditimbulkan oleh sektor pariwisata di Kabupaten Banyuwangi. Setelah hasil dari masing-masing analisis data diperoleh tahapan selanjutnya yaitu justifikasi dan analisis hasil estimasi yang dilakukan. Selanjutnya yaitu tahapan terakhir yaitu diskusi dan kesimpulan. Setelah seluruh tahapan tersebut dilakukan maka penelitian yang dilakukan oleh penulis dikatakan selesai.

### 3.3 Spesifikasi Model

Spesifikasi model penelitian yang digunakan untuk menjawab pertanyaan empiris pertama dalam penelitian ini dibangun secara *ad-hoc*, yang mana model tersebut dibangun secara temporary, hanya untuk menjawab pertanyaan empiris yang digunakan dalam penelitian ini. Penggunaan model *ad-hoc* dikarena dari berbagai penelitian terdahulu yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, sehingga penulis tidak memiliki acuan model yang telah dibangun oleh peneliti sebelumnya. Manun model yang dibangun dalam penelitian di dasarkan atas bebagai studi literature baik secara teoritis maupun empiris yang telah dituangkan dalam Bab 2 Tinjauan Pustaka. Pada pertanyaan empiris pertama peneliti bertujuan untuk mengetahui pengaruh B-Fest terhadap perekonomian di Kabupaten

Banyuwangi. Pada variabel *B-fest* digunakan dua pendekatan variabel yaitu variabel jumlah pengunjung (JP) yang menggambarkan besar kecilnya minat pengunjung terhadap B-Fest dan jumlah berita (News) yang diterbitkan dan yang meliput tentang B-Fests sebagai bentuk dari *media value* yang mana hal tersebut secara tidak langsung merupakan bentuk pemasaran atau promosi atas wisata di Banyuwangi khususnya *B-fest*. Kemudian proxy dari perekonomian ekonomi yaitu pendapatan yang diterima oleh Pemerintah Banyuwangi atas *B-fest* yang diselenggarakan, alasan digunakannya pendapatan dari *B-fest* yaitu penerimaan yang diterima oleh pemerintah nantinya akan digunakan untuk menjalankan pemerintahan yang mana hal tersebut juga akan berdampak pada perekonomian di Banyuwangi. Adapun model yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

$$YSE = JP + News \dots\dots\dots (3.1)$$

Dimana:

YSE = Pendapatan *B-fest*

JP = Jumlah Pengunjung

News = Jumlah berita yang diterbitkan dan membahas *B-fest*

Dari persamaan (3.1) maka dimasukkan ke dalam model ekonometrika secara umum sebagaimana persamaan model (3.2)

$$Y_{it} = \beta_0 + \beta_1 X1_{it} + \beta_2 X2_{it} + \dots + \varepsilon_{it} \dots\dots\dots (3.2)$$

Dari persamaan umum pada (3.2) maka model yang digunakan dalam penelitian ini yaitu persamaan (3.3)

$$YSE_{it} = \beta_0 + \beta_1 JP_{it} + \beta_2 News_{it} + \varepsilon_{it} \dots\dots\dots (3.3)$$

### 3.4 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ada dua sesuai dengan pertanyaan empiris dan tujuan dari penelitian. Metode pertama yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Panel Least Square* untuk menjawab pertanyaan

empiris pertama. Kemudian untuk menjawab pertanyaan empiris ke dua digunakan metode analisis deskriptif.

#### 3.4.1 *Panel Least Square.*

Data panel merupakan data set yang menggabungkan antara data *time series* dan data *cross section* (Greene, 2012). Data *time series* merupakan data yang terdiri dari satu obyek dan terdiri dari beberapa runtut waktu, secara umum data time series dalam bentuk harian, bulanan, kuartalan, dan tahunan. Sedangkan data *cross section* terdiri dari beberapa beberapa obyek dan dalam satuan kurun waktu. Oleh karena itu, data panel merupakan data yang terdiri dari beberapa obyek ( $i = 1, 2, 3 \dots n$ ) dan memiliki beberapa runtut waktu ( $t = 1, 2, 3, \dots t$ ). Data panel sendiri terdiri dari dua jenis data panel yaitu *balance panel* dan *unbalance panel* (Gujarati dan Porter, 2009: 593).

Tujuan digunakannya data panel pada penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *B-Fest* dalam Banyuwangi Festival terhadap perekonomian di Kabupaten Banyuwangi. Karakteristik data *B-Fest* yang memiliki data *time series* terbatas dan dilakukan setiap tahun menjadikan metode *panel least square* tepat untuk digunakan. Akan tetapi, perkembangan *B-Fest* yang terjadi berbeda setiap tahunnya menjadikan metode *panel least square* yang bersifat *balance panel* tidak dapat digunakan, sehingga perlu menggunakan *unbalance panel*. Dengan demikian, dalam melihat pengaruh adanya *B-Fest* dalam Banyuwangi Festival sebagai upaya mendorong perekonomian di Kabupaten Banyuwangi diperlukannya metode *panel least square* dengan sifat *unbalance panel*.

Juandan dan Junaidi (2012) menjelaskan bahwa penulisan model dari data panel merupakan gabungan dari penulisan model data *cross section* yang ditunjukkan dalam Persamaan (3.4) dan model *time series* yang ditunjukkan dalam persamaan (3.5) sebagai mana berikut.

$$Y_i = \alpha + \beta X_i + \mu_i \dots\dots\dots (3.4)$$

Pada persamaan 3.4 dituliskan bentuk umum dari penulisan model *cross section* secara umum, yang mana  $i$  merupakan rumah tangga atau individu pada satuan kurun waktu. Sedangkan penulisan model umum dari time series yaitu;

$$Y_t = \alpha + \beta X_t + \mu_t \dots\dots\dots (3.5)$$

dimana  $t$  merupakan runtutwaktu penelitian. Oleh karena itu, penulisan model panel secara umum dapat ditulis sebagai mana persamaan (3.6).

$$Y_{it} = \alpha + \beta X_{it} + \mu_{it}; i \dots\dots\dots (3.6)$$

Estimasi dari model data panel (3.6) bergantung pada asumsi yang digunakan mengenai *intersep*, *slope*, dan  $\mu_{it}$ . estimasi data panel dengan menggunakan metode *Ordinari Lest Square* (OLS) atau yang disebut juga dengan *Panel Least Square* (PLS) merupakan suatu pendekatan yang paling sederhana (Gujarati, 2004; 594) Pada dasarnya mekanisme pengujian estimasi dengan pendekatan PLS sama dengan metode OLS yaitu metode yang meminimumkan jumlah kuadrat *error*, namun yang membedakan yaitupenggunaan data dalam melakukan estimasi. Asumsi dalam model data panel yaitu setiap individu memiliki intersep dan slope yang sama, artinya regresi data panel yang keluar berlaku bagi setiap individu. Model umum dari regresi data panel yaitu sebagaimana ditunjukkan dalam persamaan (3.7).

$$Y_{it} = \beta_0 + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \dots + \beta_p X_{pit} + \mu_{it} \dots\dots\dots (3.7)$$

kemudian ditransformasikan kedalam model penelitian ini yang ditunjukkan dalam persamaan (3.8)

$$Y_{it} = \beta_0 + \beta_1 \text{Visitor}_{it} + \beta_2 \text{MV}_{it} + \mu_{it} \dots\dots\dots (3.8)$$

Dalam proses estimasi persamaan dalam PLS dapat dilakukan secara terpisah yait secara *cross section* pada waktu tertentu dan secara time series pada cross section tertentu. Dengan demikian, dapat dihasilkan waktu yang sama dan individu yang berbeda serta individu yang sama dan waktu yang berbeda. Hal ini dapat terjadi karena adanya asumsi bahwa intersep dan slope dari persamaan regresi yang

digunakan bersifat konstan dari sisi waktu maupaun dari sisi individu. Sehingga, slope dan intersep dapat diestimasi dengan menggunakan  $N \times T$  pengamatan sebagai mana persamaan (3.9).

$$Y_{it} = \alpha + \beta X_{it} + \varepsilon_{it}; \quad i = 1, 2, \dots, N; \quad t = 1, 2, \dots, T \dots \dots \dots (3.9)$$

Permasalahan yang muncul bahwa apakah intersep ( $\alpha$ ) dan slope ( $\beta$ ) benar-benar bersifat konstan, maka permasalahan tersebut dapat dipecahkan dengan menggunakan tiga metode yang biasanya digunakan untuk menganalisis terjadinya permasalahan yang terjadi. tiga metode yang digunakan dalam menyelesaikan permasalahan, yaitu dengan menggunakan metode *Panel Least Square* (PLS), *Fix Effect Model* (FEM), dan *Random Effect Model* (REM). Untuk mengetahui model mana yang paling baik diantara tiga model tersebut maka digunakan uji Chow untuk mengetahui apakah model manakah yang lebih baik antara model PLS dan FEM, kemudian untuk menguji antara model FEM dan REM digunakan uji Housman, dan untuk mengetahui antara model REM dan PLS di gunakan LM test.

#### 3.4.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan pengujian dalam tahapan estimasi yang dilakukan untuk melihat trend data yang dapat memengaruhi parameter dan variabel dengan cara melakukan pengujian estimasi lebih lanjut (Wardhono, 2004). Fungsi dari uji asumsi klasik yaitu untuk meninjau hasil estimasi apakah hasil estimasi tersebut memnuhi asumsi dasar linier klasik yaitu BLUE (*Best Linier Unbiases Estimation*). Adapun uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebgai berikut.

##### 1. Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah error term yang terdapat pada data telah terdistribusi secara normal atau tidak. Secara keseluruhan terdapat berbagai jenis uji normalitas, namun secara umum pengujian uji normalitas dilakukan dengan uji *Jarquebera* (Widarjono, 2009). Uji *Jarquebera* dilakukan dengan menghitung *skewness* dan *kurtosis*. Untuk

mengetahui apakah data yang telah diuji telah terdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan cara melihat nilai probabilitas JBnya, apabila nilai probabilitas JB lebih dari 0.05% maka residual dari data yang diuji telah terdistribusi dengan normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas merupakan pengujian asumsi klasik yang digunakan untuk mengetahui apakah hubungan antar variabel independen bersifat linier. Suatu model dikatakan terjadi multikolinieritas jika terdapat hubungan linier yang sempurna antar semua variabel independen. Uji Multikolinearitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Correlation matrix*, suatu model dikatakan terjadi multikolinearitas apabila nilai korelasi antar variabel lebih dari 0,80 (Wardhono, 2004).

### 3.4.3 Analisis Deskriptif

Metode analisis deskriptif merupakan salah satu bentuk dari penelitian kualitatif, yang mana analisis deskriptif merupakan metode yang digunakan untuk menggambarkan kondisi atau masalah yang terjadi selama periode waktu penelitian. Tujuan dari metode analisis deskriptif yaitu untuk menggambarkan atau mendeskripsikan bagaimana kondisi dan apa yang terjadi pada saat periode waktu penelitian. Dalam penelitian ini akan digambarkan bagaimana dampak ekonomi (*multiplier effect*) yang ditimbulkan oleh perkembangan sektor pariwisata di Kabupaten Banyuwangi. Pendekatan yang digunakan untuk melakukan analisis dalam penelitian ini yaitu pendekatan *fenomenologis*. Pendekatan Fenomenologis merupakan suatu sistem analisis yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan terhadap suatu peristiwa dan dampaknya terhadap masyarakat sekitarnya.

Pada penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan melakukan pengamatan di lapangan dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan perkembangan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi dalam kurun waktu 2012-2018. Selain

melakukan pengamatan perkembangan sektor pariwisata, peneliti juga melakukan pengamatan dampak ekonomi dari perkembangan sektor pariwisata. Setelah melakukan pengamatan peneliti kemudian melakukan analisis dan kemudian melakukan triangulasi data dengan data yang dimiliki oleh pemerintah Banyuwangi terkait sektor pariwisata serta sektor pendukung pariwisata seperti sektor transportasi, penginapan dan hotel, rumah makan dan restoran, serta pertokoan.

### 3.5 Devinisi Operasional Variabel.

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendapatan pemerintah dari B-Fest, Jumlah pengunjung / wisatawan di banyuwangi, *media value* yang diproxy dengan seluruh media yang memberitakan tentang pariwisata Kabupaten Banyuwangi, jumlah hotel dan penginapan, dan transportasi. Adapun devinisi dari masing-masing variabel yaitu (Rahmat, 2009):

- a. Pendapatan *B-fest* yaitu jumlah penerimaan yang diterima oleh pemerintah daerah Kabupaten Banyuwangi dari masing-masing pelaksanaan Festival Banyuwangi. Alasan digunakannya data pendapatan *B-fest* sebagai proxy dari perekonomian Banyuwangi yaitu pendapatan yang diterima oleh pemerintah Banyuwangi dari kegiatan *B-fest* akan digunakan oleh pemerintah untuk membiayai pengeluarannya dalam menjalankan pemerintahan. Pendapatan *B-fest* yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data panel dari masing-masing *B-fest* dalam kurun waktu 2012-2018. Adapun satuan data yang digunakan dalam satuan Rupiah. Simbol yang digunakan untuk mewakili variabel pendapatan *B-fest* dalam penelitian ini yaitu (Y)
- b. Jumlah Pengunjung merupakan banyaknya wisatawan yang datang ke Kabupaten Banyuwangi pada saat pelaksanaan *B-Fest*. Alasan digunakannya data jumlah pengunjung yaitu variabel jumlah pengunjung dapat menggambarkan perkembangan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi melalui adanya B-Fest. Data jumlah pengunjung yang digunakan dalam penelitian ini dalam bentuk data panel dari masing-masing kegiatan pada *B-fest* dalam kurun waktu 2012 sampai

dengan 2018. Adapun symbol yang digunakan untuk mewakili variabel ini yaitu (Visitor)

- c. Berita / *Media Value* yang dimaksud dengan media value dalam penelitian ini yaitu jumlah liputan atau pemberitaan yang dilakukan oleh media baik media dalam negeri maupun luar negeri *B-Fest*. Data yang digunakan dalam penelitian ini dalam bentuk data panel jumlah berita atau liputan yang dilakukan oleh media dari masing-masing *B-fest* pada tahun 2012-2018. Alasan digunakannya variabel berita sebagai proxy dari media value yaitu pemberitaan atau liputan yang dilakukan oleh media masa secara tidak langsung merupakan bentuk promosi atau pemasaran tentang pariwisata di Kabupaten Banyuwangi khususnya tentang *B-fest*. Symbol yang digunakan dalam penelitian ini untuk mewakili variabel ini yaitu (MV).
- d. Jumlah Hotel dan Penginapan yaitu jumlah hotel dan penginapan yang ada di Kabupaten Banyuwangi pada tahun 2012 sampai dengan tahun 2018. Alasan digunakannya variabel Jumlah hotel dan penginapan yaitu pertumbuhan dan perkembangan jumlah hotel dan penginapan di kabupaten Banyuwangi dapat menggambarkan jumlah perkembangan permintaan hotel dan penginapan yang mana hal tersebut juga mencerminkan perkembangan jumlah wisatawan di banyuwangi. Data jumlah hotel dan penginapan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data time series tahunan dari tahun 2012-2018. Symbol yang digunakan dalam penelitian ini yaitu (Hotel)
- e. Transportasi. Data transportasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data jumlah penumpang baik kereta api, pesawat dan kapal yang memiliki destinasi ke Banyuwangi. Data transportasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jumlah penumpang dalam satu orang dalam kurunwaktu 2012-2018. Alasan digunakannya variabel transportasi yaitu jumlah penumpang dapat menggambarkan perkembangan pariwisata di Kabupaten banyuwangi yang artinya semakin pesat perkembangan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi maka

hal tersebut akan berdampak pada peningkatan jumlah penumpang. Simbol yang digunakan dalam penelitian ini yaitu (Trans)

- f. Rumah Makan dan Restoran. Data rumah makan dan restoran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jumlah rumah makan dan restoran yang ada di Kabupaten Banyuwangi dalam kurun waktu 2012-2018. Alasan digunakannya data jumlah rumah makan dan restoran yaitu peningkatan dan perkembangan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi dapat meningkatkan perkembangan rumah makan dan restoran di Kabupaten Banyuwangi. Simbol yang digunakan dalam penelitian ini yaitu (RM).
- g. Jumlah toko dan ruko Merupakan jumlah toko dan ruko yang ada di Kabupaten Banyuwangi. Alasan digunakannya variabel jumlah toko dan ruko yaitu peningkatan perkembangan pariwisata disuatu daerah dapat berdampak pada peningkatan jumlah toko dan ruko yang mana hal ini mencerminkan optimisme masyarakat dalam berusaha.

## BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Jumlah pengunjung memberikan dampak positif signifikan terhadap pendapatan daerah di Banyuwangi. Selain itu, peranan *media value* dalam hal ini terkait dengan berita yang memuat tentang event-event di Banyuwangi ternyata mampu menarik wisatawan sehingga selain meningkatkan jumlah wisatawan juga meningkatkan pendapatan daerah Banyuwangi.
2. Adanya *Banyuwangi Festival* yang digelar beberapa tahun terakhir juga memberikan dampak multiplier terhadap kinerja sub sektor pendukung pariwisata seperti hotel, restoran, hiburan, jumlah kios, investasi, jumlah tenaga kerja dan lain sebagainya yang berkaitan dengan sektor pariwisata

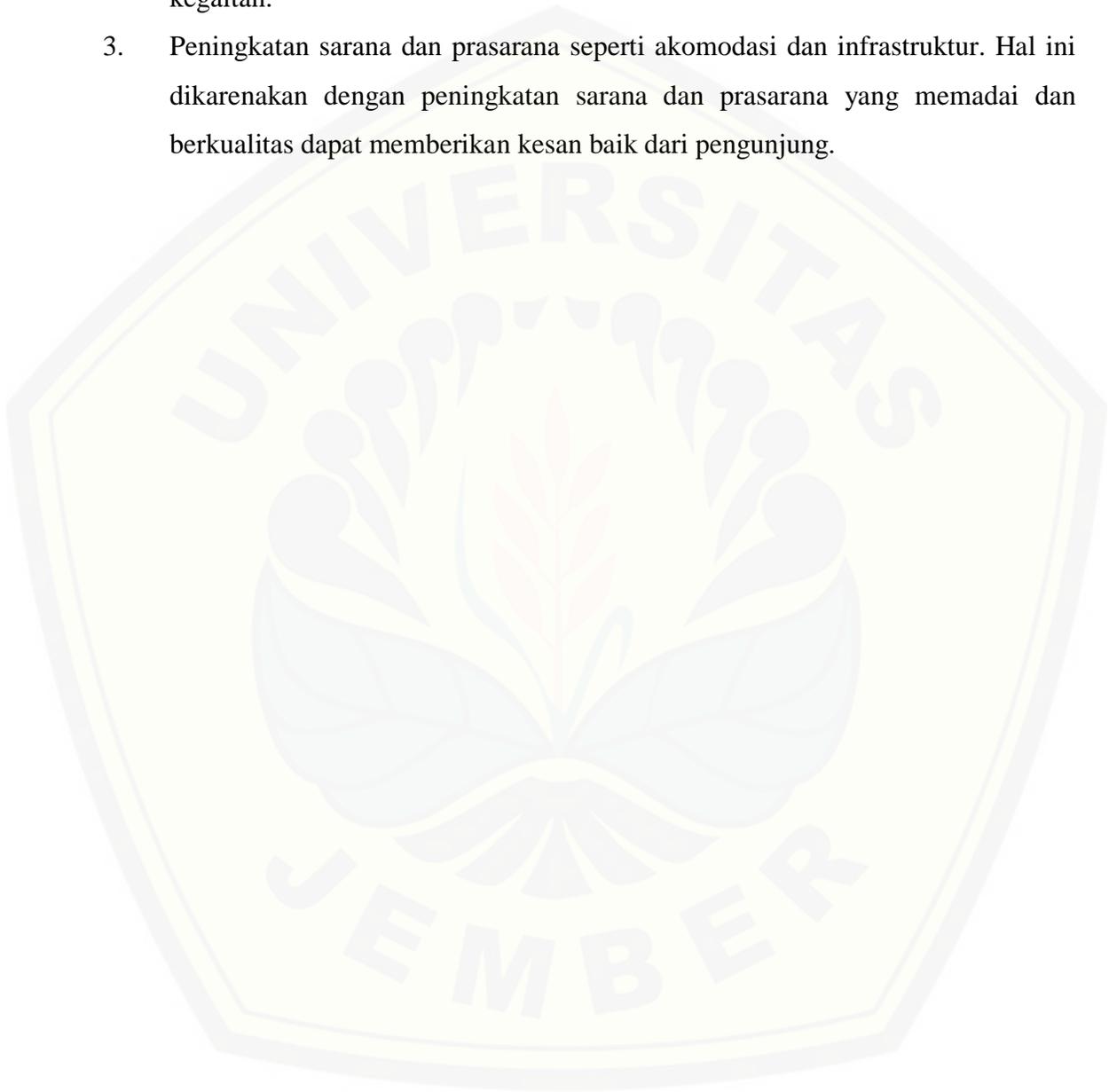
### 5.2 SARAN

Berdasarkan hasil yang didapatkan bahwa *event Banyuwangi Festival* yang dilakukan oleh Kabupaten Banyuwangi memiliki dampak terhadap perekonomian di Kabupaten Banyuwangi. Dengan demikian terdapat saran yang perlu dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Banyuwangi dalam meningkatkan perekonomian regional melalui *B-Fest*, yaitu.

1. Peningkatan kegiatan *B-Fest* yang dapat meningkatkan minat wisatawan nasional dan internasional untuk menghadiri kegiatan tersebut. Hal ini dikarekan, semakin tinggi pengunjung yang masuk ke Kabupaten Banyuwangi, maka kegiatan perekonomian akan meningkat yang selanjutnya meningkatkan pertumbuhan ekonomi.
2. Melakukan strategi media sosial untuk memperkenalkan Kabupaten Banyuwangi serta kegiatan yang ada di kabupaten Banyuwangi. Startegi media sosial ini untuk meningkatkan daya tarik masyarakat nasional dan internasional

ke Kabupaten Banyuwangi. Dengan demikian, Kabupaten Banyuwangi perlu melakukan kerja sama dengan berbagai media untuk mempublikasikan kegiatan.

3. Peningkatan sarana dan prasarana seperti akomodasi dan infrastruktur. Hal ini dikarenakan dengan peningkatan sarana dan prasarana yang memadai dan berkualitas dapat memberikan kesan baik dari pengunjung.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adorno and Horkheimer. 2002. *Dialectic of Enlightenment trans.* Edmund Jephcott, Palo Alto: Stanford UP.
- Arikunto, S. 2008. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Cetakan Ketiga belas.* Jakarta: PT.Rineka Cipta.
- Arsyad, Lincolin. 2004. *Pengantar Perencanaan dan Pembangunan Ekonomi Daerah.* Yogyakarta: BPSTIE YPKN.
- Aziz, I. J. 1994. *Ilmu Ekonomi Regional dan Beberapa Aplikasinya di Indonesia.* Jakarta: LPFE-UI.
- Bafadal, Azhar. 2014. *Analisis Sektor Basis Pertanian Untuk Pengembangan Ekonomi Daerah.* AGRIPUS Vol 24 No. 2.
- Bailey, M., Cao, R., Kuchler, T., & Stroebel, J. (2016). The Economic Effects of Social Networks: Evidence from the Housing Market. *Ssrn*, 126(6). <https://doi.org/10.2139/ssrn.2753881>
- Bank Indonesia. 2013. *Butuh Kesiapan menghadapi MEA 2015.* Publikasi online [<http://www.bi.go.id/id/publikasi/kajian-ekonomi-regional/kepri/Documents>].
- Banyuwangi Dalam Angka. 2015.[www.bpsbanyuwangi.go.id](http://www.bpsbanyuwangi.go.id)
- Banyuwangi Dalam Angka. 2016.[www.bpsbanyuwangi.go.id](http://www.bpsbanyuwangi.go.id)
- Banyuwangi Dalam Angka. 2017.[www.bpsbanyuwangi.go.id](http://www.bpsbanyuwangi.go.id)
- Banyuwangi Dalam Angka. 2018.[www.bpsbanyuwangi.go.id](http://www.bpsbanyuwangi.go.id)
- Bizirgianni, I., & Dionysopoulou, P. (2013). The Influence of Tourist Trends of Youth Tourism through Social Media (SM) & Information and Communication Technologies (ICTs). *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 73, 652–660. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.02.102>
- Boediono. 1985. *Teori Pertumbuhan Ekonomi.* Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Buted, D. D. R., Gillespie, N. S. N., Conti, J. B., Delgado, B. A., Marasigan, R. M. P., Rubico, S. K. A., & Felicen, S. S. (2014). Effects of Social Media in the Tourism Industry of Batangas Province. *Asia Pacific Journal of*

- Multidisciplinary Research| Vol, 2(3), 123–131. Retrieved from <http://isindexing.com/isi/papers/1409126253.pdf>
- Chalip, L., Green, B. C., & Hill, B. (2016). Effects of Sport Event Media on Destination Image and Intention to Visit. *Journal of Sport Management*, 17(3), 214–234. <https://doi.org/10.1123/jsm.17.3.214>
- Chen, F. W., Fu, L. W., Wang, K., Tsai, S. B., & Su, C. H. (2018). The influence of entrepreneurship and social networks on economic growth-From a sustainable innovation perspective. *Sustainability (Switzerland)*, 10(7), 1–19. [https://doi.org/10.14202/vetworld.2017.711-715\\_old](https://doi.org/10.14202/vetworld.2017.711-715_old)
- Ciampicacigli, R dan Maresca, S. 2004. “The Metalanguages between Sport and Tourism”. *SYMPHONYA Emerging Issues in Management*. n. 2.
- Comaroff, J. L. and Comaroff. J. 2006. *Ethnicity Inc*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Cooper, Chris., et al. 1998. *Tourism Principles and Practice (2nd ed.)*. London: Prentice Hall.
- Damanik, J dan Weber, H. F. (2006). *Perencanaan Ekowisata*. Yogyakarta : Pusbar UGM & Andi Yogyakarta.
- Daniel. 2002. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Daryanto, A dan Y. Hafizrianda. 2010. *Analisis Input-Output dan Social Accounting Matrix untuk Pembangunan Ekonomi Daerah*. IPB Prees. Bogor.
- Delpy dan Bosetti. 1998. *Sport Management and Marketing via World Wide Web*. Sport Marketing Quarterly.
- Delpy, L. (1998). ‘An overview of Banyuwangi Festival: building towards a dimensional framework’, *Journal of Vacation Marketing*, 4 (1), pp. 23-38.
- Diedering, Madlen dan Grzegorz Kwiatkowski. 2015. Economic Impact o f Events and Festivals on Host Regions - Methods in Practice & Potential Sources of Bias. *Pol. J. Banyuwangi Festival 2015*, 22, 247-252 247 DOI: 10.1515/pjst-2015-0033

- Driver C. 1994. *Structural Change in the UK 1974-1984 : an Input-Output Analysis*. *Applied Economics* 26 : 153-158.
- Economic and Cultural Council (ICEC). 2014. *Sports Tourism in India*. India.
- Fabiomarta, W. 2004. *Tranformasi Struktural Perekonomian Indonesia dan Faktor yang Mempengaruhinya*. Tidak Dipublikasikan. Institut Pertanian Bogor.
- Fafurida et al. 2012. *Perencanaan Pembangunan Berbasis Pertanian Tanaman Pangan Dalam Upaya Penanggulangan Masalah Kemiskinan*. *Jurnal Ekonomi Pembangunan* Vol 13 No. 2.
- Firmansyah, Rizky. 2013. *Analisis Penentuan Sektor Unggulan Perekonomian Kabupaten Malang*. *Jurnal Ekonomi Pembangunan* Vol 12. No. 1.
- Fujimagari D. 1989. The Sources of Change in Canadian Industry Output. *Economic Systems Research* 1(2): 187-201.
- Gibson, Heather J. (1998) '*Banyuwangi Festival: A Critical Analysis of Research*', *Sport Management Review*, 1, pp. 45-76.
- Gozalova et al. 2014. "Sports Tourism". *Pol. J. Banyuwangi Festival*. Vol. 21, Pp. 92-96.
- Greene, William H. 2012. *Econometric Analysis Sevent Edition*. New York; Prentice Hall.
- Gudjarati, D. 2007. "*Dasar-Dasar Ekonometrika*". Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Gujarati, D. 2004. *Basic Econometric*, Fourth Edition. New York:McGrawHill.
- Haryanto, dkk. 2007. "*Akuntansi Sektor Publik*". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Homafar, F., et all. 2011. "The Role of Banyuwangi Festival in Employment, Income and Economic Development". *Journal of Hospitality Management and Torism*. Vol. 2, No 3, Pp. 34-37.
- India China Economic and Cultural Council (ICEC). 2014. *Sports Tourism in India*.
- Jhingan, M.L. 2010. *Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Juanda dan Junaidi. 2012. *Ekonometrika Deret Waktu*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Kajian Ekonomi dan Keuangan Regional. 2018. [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)
- Kirářová, A., & Pavlíčka, A. (2015). Development of Social Media Strategies in Tourism Destination. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 175, 358–366. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.1211>
- Kumar, Jeetesh., Hussain, Kashif., dan Kannan, Suresh. 2015. Positive Vs Negative Economic Impacts Of Tourism Development: A Review Of Economic Impact Studies. *21st Asia Pacific Tourism Association Annual Conferences Developments Of The New Tourism Paradigm in The Asia Pacific Region May 14-17, 2015 Kuala Lumpur, Malaysia*
- Kusmayadi dan Sugiarto, E. 2000. *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisata*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Lundberg, Donald E. 1997. *Ekonomi Pariwisata*. Jakarta :Gramedia Pustaka Utama.
- Mankiw, N. G. 2006. *Teori Makro Ekonomi Edisi Ke enam*. Imam Nurmawan. Jakarta : Erlangga.
- Mapjabil *et al.* 2015. “Sport as a Tourism Attraction In Malaysia: Potential and Prospects”. *Geografia OnlineTM Malaysian Journal of Society and Space*. Issue 12. Pp. 23-31.
- Marumo, K *et al.* 2015. “Banyuwangi Festival as a Developmental Initiative In The Economy Of Mafikeng”. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*. Vol. 4, No. 2.
- Mayes, A., Maulida, Y., dan Indrawati, T. 2013. Analisis Sektor unggulan dengan Pendekatan Location Quation Kabupaten Pelalawan. *Jurnal Portal Garuda*.
- Moleong, Lexy. J. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Munir, Badrul. 2002. *Perencanaan Pembangunan Daerah Dalam Prespektif Otonomi Daerah*, Edisi Pertama, Bappeda Provinsi NTB, Mataram.

- Myles, A. E., & Carter, R. (2009). Measuring the Economic Impact of Tourism and Special Events: Lessons from Mississippi. Southern Agricultural Economics Association Annual Meeting, (662). Retrieved from [https://ageconsearch.umn.edu/bitstream/46857/2/Measuring\\_Visitors\\_SAEA.Final.pdf](https://ageconsearch.umn.edu/bitstream/46857/2/Measuring_Visitors_SAEA.Final.pdf)
- Nachrowi, D.N. dan Usman, Hardius.2006. “*Pendekatan Populer dan Praktis Ekonometrika: Analisis Ekonomi dan Keuangan*”. Edisi Revisi. Rajawali Press. Jakarta.
- Nagy, Adrienn dan Nagy, Henrietta. 2013. The Importance Of Festival Tourism in The Economic Development Of Hungary. *Visegrad Journal on Bioeconomy and Sustainable Development*
- Nurikhshan, Diky. 2007. Sektor-sektor Ekonomi Unggulan Kota Cimahi Periode 2003-2005. Bandung: Universitas Islam Bandung.
- Nursyawalina. 2009. *Analisis Pengeluaran Pemerintah terhadap Sektor Ekonomi Unggulan Di Kabupaten Lahat dan Muaraenim*. Jurnal Ekonomi Pembangunan.
- Prawira, Y. dan Hamidi, Q. 2013. “Tranformasi Struktur Ekonomi Kabupaten Siak Tahun 2001-2010”. *Jurnal Ekonomi*. Vol. 21, No. 1.
- Purwanti, E. Y. dan Atmanti, H. D. 2008. Analisis Sektor dan Produk Unggulan Kabupaten Kendal. *Jurnal Media Ekonomi dan Manajemen* Vol 18.
- Referensi
- Resosudarmo, B. P., Hartono, D., Ahmad, T., Subiman, N. I. I., Olivia, Noegroho, A. 2002. Analisis Penentuan Sektor Prioritas di Kelautan dan Perikanan Indonesia. *Jurnal Pesisir dan Lautan*.
- Riadi, Mukti. 2008. Analisis Sektor Ekonomi Potensial Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur Provinsi Sumatera Selatan. Institut Pertanian Bogor: Departemen Ilmu Ekonomi.
- Richardson, Harry W. 2001. *Dasar-dasar Ilmu Ekonomi Regional : Terjemahan Oleh Paul Sitohang*. Jakarta : Lemlit FE Universitas Indonesia.

- Robertm, A. M. 1999. *The Theory of Culture*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ropingi, Agustono, Catur TBJP. 2009. *Analisis Potensi Ekspor Komoditi Pertanian Unggulan dalam Kerangka Kemandirian Perekonomian Daerah Di Kabupaten Boyolali*. Caraka Tani Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian Vol XXIV No 1. Maret 2009. Fakultas Pertanian UNS.
- Ross, S. D. 2001. "An eGuide for Destination Marketers and sports Events Planners": National Laboratory for Tourism and eCommerce, p.3.
- Samsuridjal dan Kaelany. 1997. *Peluang di Bidang Pariwisata*. Jakarta: Mutiara Sumber Widya.
- Sasana, Hadi. 2009. "Peran Desentralisasi Fiskal Terhadap Kinerja Ekonomi di Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Tengah". *Jurnal Ekonomi Pembangunan*. Vol. 10, No.1, Juni, 2009, hal. 103 – 124.
- Simatupang *et al.* 2000. *Kelayakan Pertanian sebagai Sektor Andalan Pembangunan Ekonomi Nasional*. Pusat penelitian Sosial Ekonomi Pertanian Bogor.
- Sitaniapessy, Harry. 2013. Pengaruh Pengeluaran Pemerintah Terhadap PDRB dan PAD. *Jurnal Ekonomi* Vol. 9, No. 1.
- Soekadijo, R. G. 1997. *Anatomi Pariwisata*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Soekartawi. 2002. *Analisis Usahatani*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, Sadono. 2000. *Makroekonomi Modern*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sukirno, Sadono. 2004. *Pengantar Makro Ekonomi*. Jakarta Press. Jakarta.
- Susilo dan Munadi. 2007. Penggunaan Analytical Hierarchy Process Untuk Penyusunan Prioritas Proposal Penelitian. *Jurnal Informatika Pertanian* Vol 16 No 2.
- Tarigan, Robinson. 2007. *Ekonomi Regional Teori dan Aplikasi Edisi Revisi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Temenggung, S.A. 1999. *Paradigma Ekonomi Wilayah: Tujuan Teori dan Praktis Ekonomi Wilayah dan Implikasi Kebijakan Pembangunan*, dalam BTS.

- Todaro, M.P. 2006. *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga*. Jakarta Penerbit: Erlangga.
- Version, P. (2012). Social Media Strategy in the Tourism Industry Formulation and Implementation Public Version, 1–57.
- Wahab, S. 1998. *Manajemen Kepariwisata*. Jakarta: Pradya Paramita.
- Wardhono, A. 2004. Mengenal Ekonometrika. Edisi Pertama. Jember: Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- Widarjono, A. 2009. Ekonometrika Pengantar dan Aplikasi. Yogyakarta; Ekonisia.
- Widmalm, Sten. 2008. *Decentralization Corruption and Social Capital*. London: Sage Publications.
- World Tourism Organization (WTO). 1999. *International Tourism A Global Perspective*. Madrid: Spain.
- Yildiz, Z dan Cekic, S. 2015. “Banyuwangi Festival and its history and contribution of olympic games to touristic promotion”. *International Journal of Science Culture and Sport (IntJSCS)*. Special Issue 4 (August).
- Yoeti, A. Oka. 1997. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: PT Pradnya Paramita.
- Yulianita, Anna. 2009. *Analisis Sektor Unggulan dan Pengeluaran Pemerintah Di Kabupaten Ogan Komering Ilir*. Jurnal Ekonomi Pembangunan.
- Zhuang, Xiaoping,. Yao, Yong dan Li, Jun. 2019. Sociocultural Impacts of Tourism on Residents of World Cultural Heritage Sites in China. *Sustainability*
- Zima, K. (2011). Event Tourism Economical and tourstic impacts on regional economy.

### **Peraturan Perundang – Undangan**

- Peraturan Pemerintah No. 58 Tahun 2005. “*Pengelolaan Keuangan Daerah*”. Jakarta
- Undang – Undang No. 17 Tahun 2003. “*Keuangan Negara dan Belanja Negara*”. Jakarta: Republik Indonesia
- Undang – Undang No. 33 Tahun 2004. “*Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah*”. Jakarta: Republik Indonesia

Undang – Undang No. 32 Tahun 2004. “ *Pemerintah Daerah*”. Jakarta: Republik Indonesia

**Situs Website**

banyuwangikab.go.id

Banyuwangi *Economic Outlook Macro Analysis*.2012.

<https://www.banyuwangikab.go.id/profil/ekonomi.html>

[www.bpsbanyuwangi.go.id](http://www.bpsbanyuwangi.go.id)

<https://www.banyuwangikab.go.id/profil/ekonomi.html>

<https://www.jawapos.com/sports/all-sports/24/08/2017/50-kitesurfer-ramaikan-international-kite-and-wind-surfing-banyuwangi/>



## LAMPIRAN

Lampiran A.  
Data Penelitian

Kegiatan	Tahun	Pendapatan	Visitor	Media_Value
Ijen	2012	2.25E+09	746	10
Ijen	2013	4E+09	6630	17
Ijen	2014	6.31E+09	6568	20
Ijen	2015	1.14E+10	19579	20
Ijen	2016	1.4E+10	22455	25
Ijen	2017	1.69E+10	11455	42
Ijen	2018	2.5E+10	40440	48
surfing	2014	3.18E+09	10311	10
surfing	2015	4.12E+09	10719	17
BMW RUN	2015	1.08E+10	15080	12
BMW RUN	2016	1.37E+10	17170	20
wind_kite_surfing	2015	4.91E+09	3645	15
wind_kite_surfing	2016	1.02E+10	4425	18
wind_kite_surfing	2017	1.33E+10	13197	24
ijen green run	2016	1.51E+10	5471	14
ijen green run	2017	1.38E+10	14799	17
BMX	2016	1.37E+10	4419	16
BMX	2017	1.64E+10	8510	22

Lampiran B  
Hasil uji statistic deskriptif

Variable		Mean	Std. Dev.	Min	Max	Observations
log_y	overall	22.94455	.6778479	21.53374	23.94234	N = 18
	between		.5271439	22.00996	23.42901	n = 6
	within		.5425684	21.58952	23.99812	T-bar = 3
log_vis	overall	9.093786	.8862396	6.614726	10.60757	N = 18
	between		.3686343	8.694627	9.686022	n = 6
	within		.8337132	6.557185	10.55003	T-bar = 3
media_~e	overall	20.38889	9.947739	10	48	N = 18
	between		4.389381	13.5	26	n = 6
	within		8.646659	4.388889	42.38889	T-bar = 3

Hasil analisis regresi *Panel Least Square* (PLS) dengan *unbalanced panel*

Model 1

Source	SS	df	MS	Number of obs	=	18
Model	3.93036886	2	1.96518443	F(2, 15)	=	7.60
Residual	3.88075323	15	.258716882	Prob > F	=	0.0053
				R-squared	=	0.5032
				Adj R-squared	=	0.4369
Total	7.81112209	17	.45947777	Root MSE	=	.50864

log_y	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
log_vis	.3109539	.1676548	1.85	0.083	-.0463939	.6683017
media_value	.027072	.0149363	1.81	0.090	-.0047639	.058908
_cons	19.56484	1.383478	14.14	0.000	16.61602	22.51365

Fixed-effects (within) regression  
 Group variable: keg

Number of obs = 18  
 Number of groups = 6

R-sq:  
 within = 0.8831  
 between = 0.0038  
 overall = 0.5031

Obs per group:  
 min = 2  
 avg = 3.0  
 max = 7

corr(u\_i, Xb) = -0.1308  
 F(2,10) = 37.79  
 Prob > F = 0.0000

log_y	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
log_vis	.3415721	.0989455	3.45	0.006	.1211078	.5620365
media_value	.0309608	.0095404	3.25	0.009	.0097036	.052218
_cons	19.20711	.7775315	24.70	0.000	17.47467	20.93956

sigma\_u | .54065897  
 sigma\_e | .24182829  
 rho | .8332894 (fraction of variance due to u\_i)

F test that all u\_i=0: F(5, 10) = 11.27  
 Prob > F = 0.0007

```

Random-effects GLS regression           Number of obs   =       18
Group variable: keg                    Number of groups =        6

R-sq:                                  Obs per group:
    within = 0.8831                      min =          2
    between = 0.0045                     avg =          3.0
    overall = 0.5030                     max =          7

corr(u_i, X) = 0 (assumed)              Wald chi2(2)    =      84.97
                                          Prob > chi2     =      0.0000
    
```

log_y	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
log_vis	.3346625	.0917583	3.65	0.000	.1548195	.5145055
media_value	.0314379	.0088356	3.56	0.000	.0141205	.0487554
_cons	19.35207	.7754087	24.96	0.000	17.83229	20.87184
sigma_u	.64286627					
sigma_e	.24182829					
rho	.87603618 (fraction of variance due to u_i)					

---- Coefficients ----				
	(b)	(B)	(b-B)	sqrt(diag(V_b-V_B))
	fe	re	Difference	S.E.
log_vis	.3415721	.3346625	.0069096	.0370219
media_value	.0309608	.0314379	-.0004771	.0035987

b = consistent under Ho and Ha; obtained from xtreg  
 B = inconsistent under Ha, efficient under Ho; obtained from xtreg

Test: Ho: difference in coefficients not systematic

$$\text{chi2}(2) = (b-B)'[(V_b-V_B)^{-1}](b-B)$$

= 0.04  
 Prob>chi2 = 0.9827

Breusch and Pagan Lagrangian multiplier test for random effects

$$\log_y[\text{keg},t] = Xb + u[\text{keg}] + e[\text{keg},t]$$

Estimated results:

	Var	sd = sqrt(Var)
log_y	.4594778	.6778479
e	.0584809	.2418283
u	.413277	.6428663

Test:  $\text{Var}(u) = 0$

chibar2(01) = 3.76  
 Prob > chibar2 = 0.0262

Model 2

Variable	Mean	Std. Dev.	Min	Max	Observations
log_vis overall	9.093786	.8862396	6.614726	10.60757	N = 18
between		.3686343	8.694627	9.686022	n = 6
within		.8337132	6.557185	10.55003	T-bar = 3
media_~e overall	20.38889	9.947739	10	48	N = 18
between		4.389381	13.5	26	n = 6
within		8.646659	4.388889	42.38889	T-bar = 3

Source	SS	df	MS	Number of obs	=	18
Model	4.14781146	1	4.14781146	F(1, 16)	=	7.21
Residual	9.2043393	16	.575271206	Prob > F	=	0.0163
				R-squared	=	0.3106
				Adj R-squared	=	0.2676
Total	13.3521508	17	.785420633	Root MSE	=	.75847

log_vis	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]
media_value	.0496547	.0184922	2.69	0.016	.0104531 .0888563
_cons	8.081381	.4172703	19.37	0.000	7.196808 8.965955

Fixed-effects (within) regression  
 Group variable: keg

Number of obs = 18  
 Number of groups = 6

R-sq:  
 within = 0.4945  
 between = 0.0796  
 overall = 0.3106

Obs per group:  
 min = 2  
 avg = 3.0  
 max = 7

corr(u\_i, Xb) = -0.3826  
 F(1,11) = 10.76  
 Prob > F = 0.0073

log_vis	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
media_value	.0678019	.0206701	3.28	0.007	.0223074	.1132964
_cons	7.71138	.4558291	16.92	0.000	6.708107	8.714653
sigma_u	.53512139					
sigma_e	.73691034					
rho	.34525892	(fraction of variance due to u_i)				

F test that all u\_i=0: F(5, 11) = 1.19 Prob > F = 0.3746

Random-effects GLS regression  
 Group variable: keg

Number of obs = 18  
 Number of groups = 6

R-sq:  
 within = 0.4945  
 between = 0.0796  
 overall = 0.3106

Obs per group:  
 min = 2  
 avg = 3.0  
 max = 7

corr(u\_i, X) = 0 (assumed)  
 Wald chi2(1) = 7.21  
 Prob > chi2 = 0.0072

log_vis	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
media_value	.0496547	.0184922	2.69	0.007	.0134108	.0858987
_cons	8.081381	.4172703	19.37	0.000	7.263547	8.899216
sigma_u	0					
sigma_e	.73691034					
rho	0	(fraction of variance due to u_i)				

```

----- Coefficients -----
      |          (b)          (B)          (b-B)          sqrt(diag(V_b-V_B))
      |          fe          re          Difference          S.E.
-----+-----
media_value | .0678019 .0496547 .0181472 .0092354
-----+-----

```

b = consistent under  $H_0$  and  $H_a$ ; obtained from xtreg  
 B = inconsistent under  $H_a$ , efficient under  $H_0$ ; obtained from xtreg

Test:  $H_0$ : difference in coefficients not systematic

```

chi2(1) = (b-B)'[(V_b-V_B)^(-1)](b-B)
        =          3.86
Prob>chi2 =          0.0494

```

Breusch and Pagan Lagrangian multiplier test for random effects

$\log\_vis[keg,t] = Xb + u[keg] + e[keg,t]$

Estimated results:

	Var	sd = sqrt(Var)
log_vis	.7854206	.8862396
e	.5430368	.7369103
u	0	0

Test:  $\text{Var}(u) = 0$

```

chibar2(01) = 0.00
Prob > chibar2 = 1.0000

```