

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Definisi Pariwisata

Pariwisata menjadi kemudi penting dalam pembangunan ekonomi, baik bagi negara maju maupun negara berkembang. Bahkan pariwisata menjadi sektor yang paling penting bagi beberapa negara karena sektor ini dapat menjadi mesin pencetak lapangan pekerjaan. Dalam pengembangannya, pariwisata dapat melibatkan sejumlah efek positif, seperti konstruksi infrastruktur sosial dan peningkatan kualitas hidup.

Menurut Kementrian Kebudayaan Pariwisata dalam Utama (2000), pariwisata diselenggarakan dengan tujuan untuk menciptakan jasa pariwisata, menyediakan daya tarik atau objek wisata, sarana dan usaha terkait di industri pariwisata. Dalam UU RI Tahun 1990 tentang Kepariwisataan, dijelaskan tentang penggolongan jenis usaha jasa pariwisata, yaitu:

a) Usaha Jasa Pariwisata

Usaha jasa pariwisata muncul karena adanya berbagai macam kebutuhan dan keperluan bagi para wisatawan untuk memperlancar perjalanan calon wisatawan. Usaha jasa pariwisata terdiri dari; (1) jasa biro perjalanan wisata; (2) jasa agen

perjalanan wisata; (3) usaha jasa pramuwisata; (4) usaha jasa konvensi; (5) jasa impresariat; (6) jasa konsultasi pariwisata; (7) jasa informasi pariwisata.

b) Pengusahaan Objek dan Daya Tarik Wisata

Pengusahaan objek dan daya tarik wisata dikelompokkan menjadi tiga, yaitu; (1) pengusahaan objek dan daya tarik wisata alam, yang merupakan usaha pemanfaatan SDA serta tata lingkungannya yang telah ditetapkan menjadi sasaran wisata; (2) pengusahaan objek dan daya tarik wisata budaya, yang merupakan usaha seni yang telah ditetapkan menjadi sasaran wisata; (3) pengusahaan objek wisata dan daya tarik wisata minat khusus, yaitu usaha pemanfaatan sumber daya alam dan usaha seni untuk dijadikan sasaran wisatawan dengan minat khusus.

c) Usaha Sarana Pariwisata

Usaha sarana pariwisata dikelompokkan menjadi; (1) penyediaan akomodasi; (2) penyediaan makanan dan minuman; (3) penyediaan angkutan wisata; (4) penyediaan sarana wisata tirta; (5) penyediaan kawasan pariwisata.

2. Definisi Wisatawan

Wisatawan merupakan komponen dari kondisi permintaan (*demand*) di industri pariwisata. Menurut NESPARNAS (2014), definisi wisatawan jika dilihat dari sisi permintaan terbagi menjadi tiga, yaitu:

(1) Wisatawan nusantara

Wisatawan nusantara merupakan penduduk asli Indonesia yang melakukan perjalanan dalam negeri selama kurang dari 6 bulan dengan sifat perjalanannya merupakan bukan perjalanan yang rutin, perjalanan dilakukan secara sukarela dan tujuan perjalanannya bukan untuk sekolah atau bekerja.

(2) Wisatawan mancanegara (*inbound*)

Wisatawan mancanegara adalah orang yang melakukan kunjungan ke suatu negara di luar negara tempat tinggalnya karena ada beberapa alasan tanpa maksud untuk mendapat penghasilan dari negara yang dikunjungi (bukan maksud untuk mendapat pekerjaan). Wisatawan mancanegara terbagi atas dua golongan, yaitu wisatawan (*tourist*) dan pelancong (*excursionist*).

(3) Wisatawan Indonesia yang keluar negeri (*outbound*)

Wisatawan Indonesia yang keluar negeri adalah penduduk asli Indonesia yang melakukan perjalanan ke luar negeri dengan maksud untuk tidak bekerja dan tinggal untuk tidak lebih dari 6 hari.

3. Teori Daya Saing

Daya saing dikaitkan dengan tingkat output yang dihasilkan untuk setiap unit input yang digunakan atau disebut dengan produktivitas. Peningkatan produktivitas dilihat dari peningkatan modal dan tenaga kerja, kualitas input, dan

teknologi yang diterapkan. Menurut Frinces (2011), daya saing adalah hasil dari keunggulan-keunggulan yang dimiliki dan nilai lebih oleh sebuah perusahaan untuk menghasilkan sesuatu, baik berupa jasa atau barang. Keunggulan berasal dari proses kerja yang dilakukan dengan kualitas yang baik dan konsep manajemen profesional diiringi dengan kontribusi sumber daya terbaik seperti bahan baku, kepemimpinan, keuangan yang cukup, SDM dan dukungan dari teknologi yang canggih.

Dalam teori daya saing, dikenal teori keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif yang digunakan sebagai pengukur tingkat daya saing. Teori keunggulan komparatif yang dikemukakan oleh David Ricardo mengacu pada keunggulan yang dimiliki setiap daerah atau negara. Dalam teori tersebut dikemukakan bahwa apabila dua negara melakukan perdagangan suatu komoditi yang bagi negara tersebut merupakan keunggulan komparatif karena negara tersebut berspesialisasi pada suatu komoditi, maka negara-negara tersebut akan mendapatkan keuntungan.

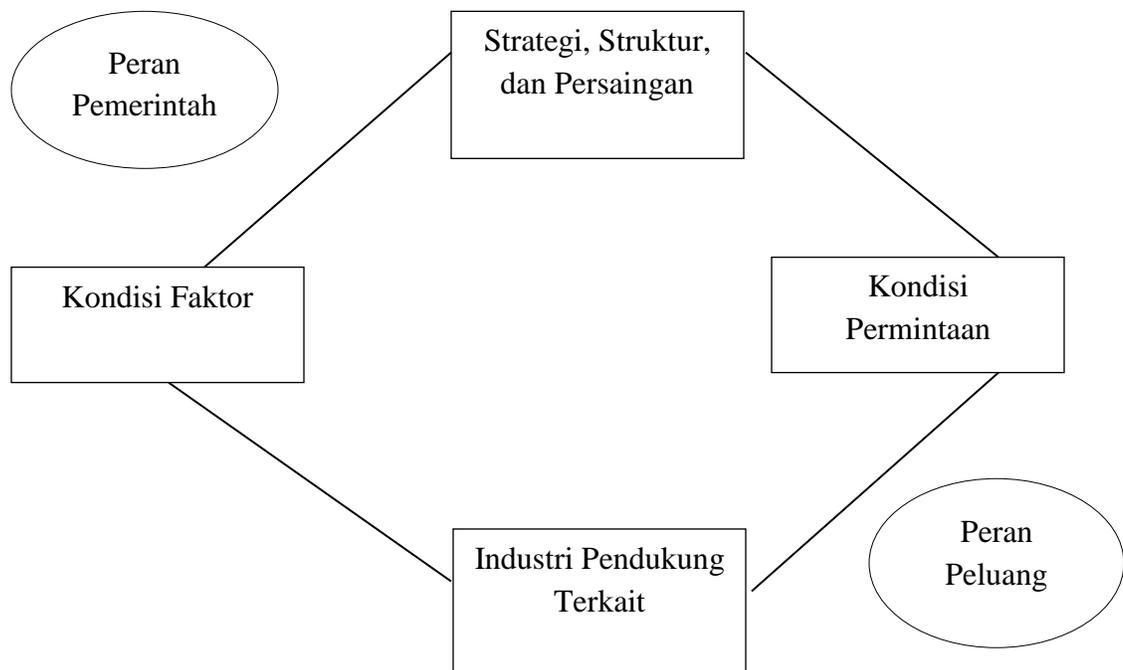
Dalam konteks regional, keunggulan komparatif suatu komoditi merupakan komoditi yang relatif lebih unggul daripada komoditi yang dimiliki oleh daerah lainnya. Keunggulan yang dimaksud adalah keunggulan dari biaya kegiatan produksi yang relatif lebih rendah dibandingkan daerah lainnya. Apabila suatu daerah mengetahui sektor yang memiliki keunggulan komparatif, maka pemerintah sebagai penentu kebijakan dapat menentukan arah pembangunan

sektor tersebut untuk menjadikannya lebih menguntungkan bagi daerah dengan cara mengatur strategi-strategi daya saing. Keunggulan komparatif yang dimiliki suatu daerah muncul karena adanya faktor-faktor pembentuk, seperti kondisi alam yang sudah ada atau *given*, masyarakat sudah mengenal teknologi, masyarakat memiliki keterampilan khusus. Dan mentalitas masyarakatnya sudah tertanam keinginan untuk melakukan pembangunan.

Kedua adalah keunggulan kompetitif, yang merupakan suatu keunggulan yang diciptakan terlebih dahulu untuk memilikinya, dengan kata lain keunggulan kompetitif adalah suatu keunggulan yang dapat dikembangkan. Keunggulan kompetitif suatu komoditi merupakan hasil olahan yang terbentuk dari kinerja yang dimilikinya sehingga dapat lebih mengungguli komoditi sektor lainnya.

Menurut Porter (1995), hal yang paling penting dalam pengukuran daya saing adalah produktivitas suatu industri baik dalam memproduksi barang maupun jasa. Menurutnya dengan produktivitas dapat meningkatkan pendapatan perkapita disusul dengan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Porter mengemukakan pentingnya daya saing bagi sebuah industri karena dapat meningkatkan kapasitas ekonomi yang mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi dalam jangka panjang, menjadi stimulator peningkatan produktivitas dan kemampuan usaha mandiri, dan adanya kepercayaan bahwa mekanisme pasar dapat menimbulkan efisiensi.

Dalam model *Porter's diamond*, terdapat empat elemen penting. Adapun elemen-elemen tersebut adalah kondisi faktor, kondisi permintaan, industri pendukung terkait, strategi, struktur, dan pesaing. Secara tidak langsung daya saing perusahaan juga dipengaruhi oleh peran pemerintah dan adanya peluang-peluang. Berikut adalah bagan dan penjelesan dari masing-masing elemen:



Sumber: Porter (1990)

GAMBAR 2.1.
Model Porter's Diamond

a. Kondisi Faktor

Kondisi faktor merupakan faktor-faktor produksi yang sudah dimiliki perusahaan seperti tenaga kerja (*labour*), infrastruktur, modal (*capital*), dan sumber daya alam (*natural resources*). Kondisi faktor merupakan input penting dalam sebuah industri untuk menjalankan usahanya agar tetap memiliki daya saing dengan perusahaan-perusahaan lainnya.

b. Kondisi Permintaan

Kondisi permintaan merupakan bentuk dari kondisi dan sifat asal untuk barang dan jasa yang berperan penting untuk keunggulan kompetitif. Kondisi ini dapat mendorong perusahaan untuk terus berinovasi dalam peningkatan kualitas produk yang mereka tawarkan dalam rangka meningkatkan daya saingnya mereka.

c. Industri Pendukung Terkait

Dengan adanya industri pendukung terkait maka akan terjalin sebuah hubungan yang baik, cepat, dan aliran informasi yang akurat antara produsen dengan pengguna terakhir. Hal ini juga mendorong pertukaran ide dan inovasi guna terciptanya daya saing yang kuat. Selain itu dengan hadirnya industri pendukung terkait akan menciptakan sinergitas dan efisiensi bagi industri terkait.

d. Strategi, Struktur dan Pesaing

Daya saing dalam industri yang spesifik merupakan hasil dari konvergensi praktek manajemen dan model organisasi mayoritas digunakan di suatu negara dan sumber-sumber keunggulan kompetitif dalam industri itu sendiri.

e. Peran Pemerintah

Secara tidak langsung pemerintah memiliki pengaruh terhadap tingkat daya saing sebuah perusahaan. Pemerintah sebagai pemegang kebijakan mempengaruhi tingkah laku perusahaan dalam melakukan kegiatan produksi dan pemasaran. Faktor produksi perusahaan dipengaruhi oleh regulasi yang dikeluarkan pemerintah, kemudahan akses suatu faktor produksi dan juga peningkatan infrastruktur. Adanya penentuan standar produk lokal oleh pemerintah juga strategi akan melihat birokrasi pemerintah setempat agar strategi yang dikeluarkan tepat dan efektif, seperti kebijakan pajak dan *antitrust*.

f. Peran Peluang

Peran peluang dalam mempengaruhi daya saing terlepas dari pemerintah dan kendali perusahaan itu sendiri. Peran peluang dapat menciptakan lingkungan daya saing baru dan selanjutnya akan meningkatkan daya saing, seperti terobosan teknologi mutakhir, perkembangan iklim politik, dan adanya perubahan dalam permintaan pasar asing.

4. Otonomi Daerah

Pengertian dari otonomi daerah yaitu Pemerintah Daerah memiliki wewenang yang luas, nyata dan bertanggung jawab dalam pengaturan dan mengurus rumah tangganya dalam ikatan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Kata otonomi itu sendiri memiliki makna pemberian kewenangan dalam pengambilan keputusan serta pengelolaan yang berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Substansi yang dikelola dan bagaimana cara mengelolanya sangat ditentukan oleh SDM, SDA, teknologi, kemampuan teknis manajerial, tata nilai dan tradisi serta kelembagaan yang mengakar dan telah berkembang di suatu daerah (Syaukani, 2001).

Dalam melakukan pembangunan daerah, pemerintah akan bekerjasama dengan masyarakatnya untuk megolah dan mengelola sumber daya yang ada. Selain itu pemerintah daerah akan membentuk kemitraan dengan sektor swasta dalam rangka penciptaan lapangan kerja baru dan pada akhirnya akan merangsang perkembangan kegiatan di wilayah tersebut.

5. Kontribusi Pariwisata Terhadap Perekonomian

Pariwisata merupakan hal kompleks yang tak terpisahkan dari kehidupan manusia saat ini., terutama sangkutannya dengan kegiatan sosial dan ekonomi. Pariwisata telah berkembang menjadi suatu industri besar dan andalan di dunia,

hal ini ditandai dengan terus meningkatnya pendapatan yang dihasilkan oleh jumlah kunjungan wisatawan.

Menurut Smith (1989); Sharpley (2000); dan Bui (2000) dalam Brokaj (2014), banyak negara berkembang mempromosikan pariwisatanya karena pariwisata berpotensi untuk menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan perkapita, dan meningkatkan devisa serta pendapatan pemerintah. Pariwisata berdampak pada terhadap perekonomian secara langsung maupun tidak langsung. Dampak secara langsung dapat dilihat dari tingkat belanja pariwisata, penambahan lapangan kerja, redistribusi pendapatan, dan penguatan neraca pembayaran. Sedangkan dampak tidak langsung dapat dilihat dari pengukuran efeknya terhadap peningkatan pertumbuhan ekonomi. Efek yang ditimbulkan pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi dalam jangka panjang diidentifikasi melalui jalur yang berbeda, yaitu:

1. Pariwisata memiliki peran penting dalam pertumbuhan investasi pada infrastruktur baru dan meningkatkan persaingan antara perusahaan lokal dengan perusahaan asing.
2. Pariwisata menjadi stimulator pada industri-industri lainnya untuk berkembang.

3. Pariwisata merupakan penghasil devisa yang cukup besar, yang mana digunakan untuk membayar bahan bahan impor untuk selanjutnya diproduksi menjadi barang layak jual.
4. Pariwisata menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan penyerapan tenaga kerja pada lapangan yang tersedia.
5. Pariwisata diyakini dapat memberikan eksploitasi positif dari skala ekonomi perusahaan nasional.
6. Pariwisata menjadi faktor penting dalam transfer ilmu pengetahuan dan teknologi, stimulator pada riset dan pengembangan, dan akumulasi modal manusia (Nizar, 2011).

B. Hasil Penelitian Terdahulu

TABEL 2.1.
Hasil Penelitian Terdahulu

No	Penulis, Tahun, dan Judul	Metode Analisis	Kesimpulan
1.	Syarifah Amaliah, 2008, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Daya Saing dan Impor Susu Indonesia	<i>Porter's diamond, Engle-Granger Cointegration, dan ECM</i>	Kondisi faktor menjadi titik lemah daya saing susu sapi Indonesia. Sebaliknya, kondisi permintaan berpengaruh besar terhadap daya saing susu sapi dikarenakan turunan dari peningkatan pendapatan perkapita, urbanisasi, peningkatan populasi, serta peningkatan <i>awareness</i> masyarakat terhadap manfaat susu yang kemudian terdeferensiasi dengan keinginan dan kebutuhan

No	Penulis, Tahun, dan Judul	Metode Analisis	Kesimpulan
			<p>konsumen. Impor susu Indonesia dari sisi permintaan pada jangka panjang dipengaruhi secara signifikan oleh harga riil susu domestik, harga riil susu impor, pendapatan perkapita, dan nilai tukar riil Rupiah. Sedangkan dalam jangka pendek, impor susu pada dipengaruhi secara signifikan oleh harga riil susu impor lag pertama, produksi susu domestik, pendapatan perkapita saat ini dan lag ketiga, nilai tukar riil Rupiah pada lag kedua serta dummy penghapusan kebijakan rasio impor.</p>
2.	<p>Hui Sun, Zhiqing Fan, Ying Zhou dan Ye Shi, 2010, <i>Empirical research on competitiveness factors: Analysis of real estate industry of Beijing and Tianjin</i></p>	<p><i>Porter's diamond model</i></p>	<p>Dalam penelitian ini ditemukan bahwa industri pendukung terkait memiliki pengaruh terhadap daya saing industri <i>real estate</i> dan pada tingkatan kedua faktor yang berpengaruh</p>
3.	<p>Rochma Afriyani, 2011, Analisis Daya Saing Pariwisata Kota Bogor</p>	<p><i>Porter's diamond</i>, analisis <i>shift share</i>, analisis kuadran, analisis radar, dan indeks komposit</p>	<p>Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan alat analisis <i>shift share</i>, Kota Bogor mengalami pertumbuhan yang lambat namun tetap mampu berdaya saing pada tahun 2005-2009. Faktor-faktor yang dianggap memiliki pengaruh besar terhadap daya saing pariwisata kota Bogor adalah jumlah wisatawan mancanegara, jumlah wisatawan nusantara, jumlah biro perjalanan wisata, jumlah restoran, dan jumlah tenaga kerja terserap. Sedangkan yang menjadi kelemahan sektor pariwisata kota Bogor adalah kondisi jalan yang baik, jumlah</p>

No	Penulis, Tahun, dan Judul	Metode Analisis	Kesimpulan
			objek wisata, jumlah hotel dan anggaran pemerintah
4.	Rati Ningsih, 2014, Analisis Potensi Daya Saing dan Kebijakan Pengembangan Sektor Pariwisata di Kabupaten Jember	Analisis <i>shift share</i> , analisis <i>Porter's diamond</i>	Hasil analisis <i>shift share</i> menunjukkan bahwa sektor pariwisata di Kabupaten Jember mengalami pertumbuhan yang lambat dan tidak berdaya saing dengan sumbangan subsektor pariwisata sebesar -25,03% yang menunjukkan bahwa kemampuan sektor pariwisata Kabupaten Jember tidak memiliki keunggulan kompetitif. Sektor pariwisata Kabupaten Jember memiliki distribusi yang besar terhadap PDRB dan masih memiliki peluang untuk meningkatkan daya saing.
5.	G. Ertemli dan N. Demirbas, 2014, <i>Competitiveness of The Turkish Dried Fruit Sectors</i>	<i>Porter's diamond model</i>	Tingkat daya saing dried fruit di Izmir berada pada level medium. Potensi produksi agrikultural di Izmir cukup tinggi, kuantitas dan kualitas produksi mampu bersaing. Negara sebagai faktor luar di dalam model memiliki pengaruh negative terhadap daya saing, hal ini dikareakan tingkat pajak yang tinggi dan kompleksitas birokrasi.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian ini menggunakan sektor pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai objek penelitian dan data yang digunakan sejak tahun 2011 sampai 2015. Penelitian ini menggunakan model *Porter's diamond* dengan pengindeksasian untuk mengetahui daya saing sektor

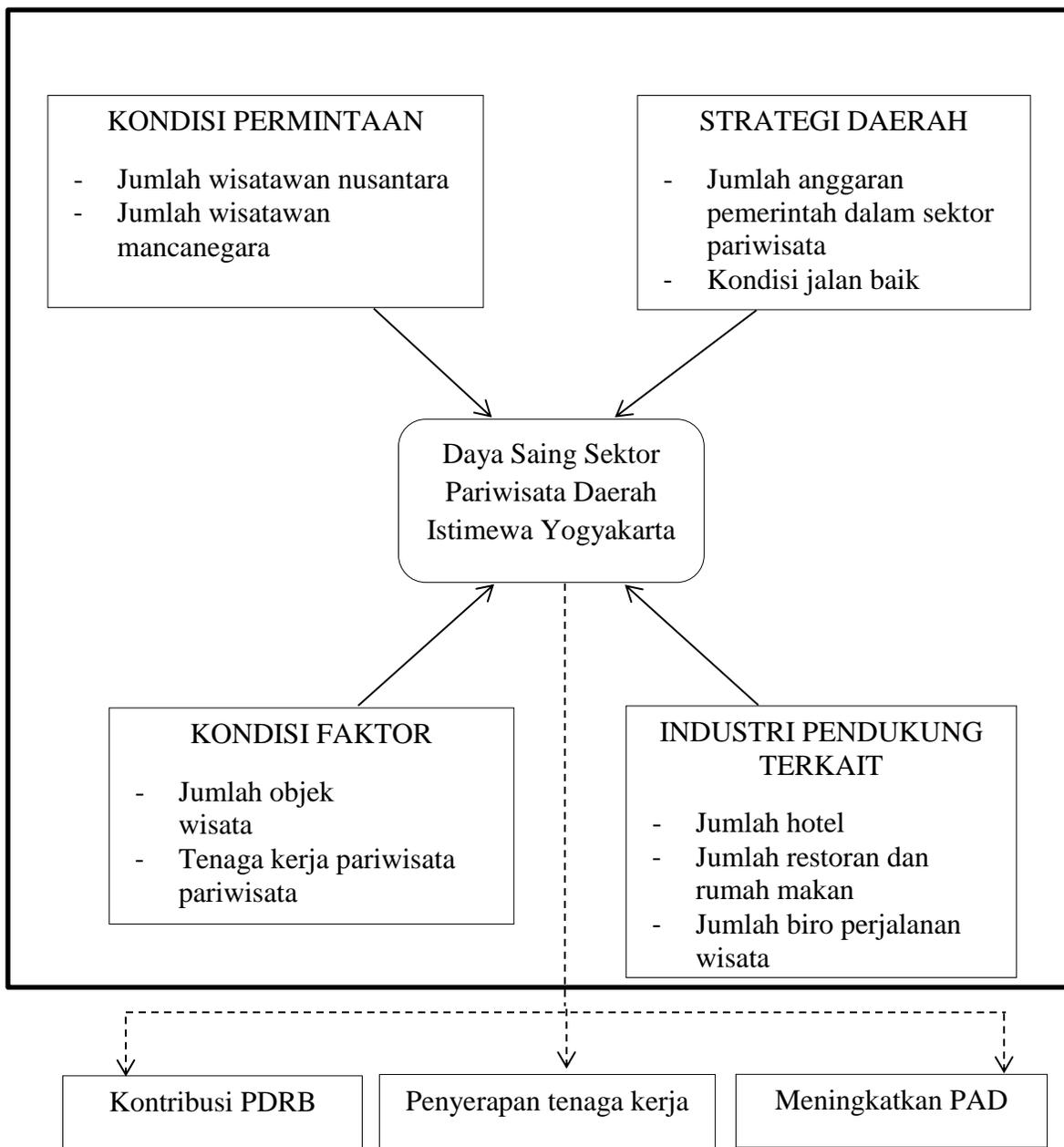
pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta dan memberikan strategi yang berguna untuk mengambil kebijakan.

C. Model Penelitian

Dasar pemikiran yang melandasi penelitian ini adalah bagaimana pembuktian sebuah daerah otonom dalam mengembangkan potensi yang dimiliki khususnya pada sektor pariwisata. Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD), penyerapan tenaga kerja, dan peningkatan pendapatan perkapita, merupakan dampak positif yang ditimbulkan dari perkembangan sektor pariwisata. Daerah Istimewa Yogyakarta yang dikenal sebagai kota wisata memiliki potensi wisata yang sangat besar, sehingga penelitian ini ditujukan untuk melihat dan membuktikan apakah potensi wisata tersebut telah ditangani dengan serius atau masih perlu penanganan khusus.

Oleh karena itu, salah satu cara untuk mengetahui sejauh mana potensi wisata Daerah Istimewa Yogyakarta dapat dilakukan dengan menganalisis daya saing sektor pariwisata dengan menggunakan pendekatan *Porter's diamond* dengan empat faktor yaitu kondisi faktor, kondisi permintaan, industri pendukung terkait, dan strategi perusahaan. Dengan hasil akhir penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan pembuatan strategi atau kebijakan oleh pemerintah terkait untuk meningkatkan daya saing pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta.

Dari uraian di atas maka dibuat skema sebagai berikut:



Keterangan:

→ Mempengaruhi

▭ Fokus utama penelitian

-----> Mempengaruhi

GAMBAR 2.2.
Skema Kerangka Pemikiran