



LAPORAN GAGASAN KELITBANGAN

Periode - Maret 2026

JUDUL

**"KAJIAN DAYA SAING DESTINASI PARIWISATA NUSA PENIDA
BERDASARKAN TINGKAT KEPENTINGAN DAN KEPUASAN WISATAWAN
MENGUNAKAN INDIKATOR DESTINASI WISATA UNGGULAN"**

Fokus Strategis

Bidang Pariwisata

Tim Ahli

Dr. Ir. I Ketut Sudiarta, M.Si

Tenaga Ahli Bidang Perikanan dan Pariwisata

Badan Riset dan Inovasi Daerah

Kabupaten Klungkung

Jl. Kartini No.33 Semarapura _ brida@klungkungkab.go.id _ <https://sadarindah.sbm-app.id/>

Latar belakang-Persaingan antar destinasi wisata saat ini semakin kompetitif menuntut setiap destinasi menawarkan sisi terbaiknya untuk menarik kunjungan wisatawan. Akses pasar pariwisata semakin luas namun diikuti dengan bermunculan destinasi baru dengan fitur yang variatif memberikan banyak alternatif bagi wisatawan dalam melakukan kunjungan wisata baik pada destinasi di dalam negeri maupun di luar negeri. Setiap destinasi harus berupaya meningkatkan keunggulan kompetitif agar menjadi destinasi wisata pilihan. Pemahaman tentang sifat dasar keunggulan kompetitif sebuah destinasi yang dinamis juga merupakan elemen yang berharga bagi pemerintah dan pelaku industri. Untuk itu perlu dilakukan studi berkelanjutan untuk pemahaman yang mendalam dan menyeluruh. Studi untuk mengukur keunggulan kompetitif sebuah destinasi wisata dan mengidentifikasi faktor-faktor penting yang memiliki peran krusial perlu dilakukan untuk membantu menentukan posisi kompetitif destinasi. Studi ini menjadi sangat penting dilakukan di destinasi pariwisata Nusa Penida Kabupaten Klungkung karena Nusa Penida memiliki potensi pariwisata sangat tinggi namun menghadapi persaingan antar destinasi yang semakin ketat. Segala potensi dan keunggulan komparatif perlu diupayakan untuk dikonversi menjadi keuntungan yang nyata untuk bersaing.

Fakta bahwa industri pariwisata terus berkembang, destinasi-destinasi baru terus bermunculan dengan penawaran yang variatif dan keterbatasan setiap destinasi atas sumber daya yang dimiliki seakan memaksa destinasi untuk merumuskan dan memaksimalkan keunggulan kompetitifnya agar dapat bersaing di pasar pariwisata. Destinasi perlu mengetahui jenis produk yang ditawarkan. Setiap destinasi menawarkan

produk yang unik karena banyak hal yang membuat setiap destinasi berbeda seperti misalnya kondisi geografis, budaya masyarakat sekitar, regulasi, dan lainnya. Kondisi ini membuat destinasi perlu fokus pada faktor dan model daya saing yang berbeda untuk mempertahankan keunggulan kompetitif.

Studi keunggulan kompetitif destinasi sedang marak dilakukan oleh peneliti pariwisata di seluruh dunia dengan berbagai pendekatan, mulai dari menetapkan tipologi identifikasi faktor yang menentukan kepuasan wisatawan atau pemahaman tentang pengelolaan wisatawan hingga strategi atau atribut yang mempengaruhi keunggulan bersaing destinasi. Ada banyak definisi dan ukuran destinasi wisata unggulan. Untuk beberapa aspek masih saling terkait tetapi masing-masing mengambil sudut pandang yang berbeda tentang subjek dan menekankan faktor yang berbeda tergantung pada konteksnya. Misalnya, ketika ekonom tertarik pada daya saing nilai ekonomi destinasi, sosiolog berfokus pada karakteristik sosial dan budaya yang mendasari gagasan daya saing. Sementara praktisi dan ahli strategi fokus pada karakteristik khusus industri, pemilik bisnis memperhatikan kemampuan perusahaan mereka untuk bersaing di pasar tertentu. Setiap kelompok menyarankan indikator yang berbeda untuk menjelaskan daya saing dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Berbagai model dikembangkan untuk mengintegrasikan semua faktor yang menentukan daya saing destinasi. Namun, beberapa tidak cocok untuk destinasi tertentu terutama pada destinasi atau negara berkembang sehingga muncul upaya dari penelitian terdahulu untuk membangun model yang dapat dijadikan indikator untuk pengukuran destinasi unggulan yang dapat diterapkan di negara yang sedang berkembang (Vengesai, 2013). Indikator ini menekankan pada 3 atribut yaitu destination resources, destination support services, dan human related factors yang kemudian dalam studi ini diuji penerapannya untuk destinasi pariwisata Nusa Penida dengan melihat tingkat kepentingan masing-masing atribut dan sejauh mana wisatawan puas dengan performa destinasi saat ini dengan mengukur indeks kepuasan (Satisfaction index) wisatawan pada destinasi.

Daya saing destinasi dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor eksternal seperti misalnya inflasi, aging population, terorisme, stabilitas politik dan faktor internal seperti budaya, sarana transportasi sarana wisata, dan keamanan. Perbandingan manfaat seperti antara satu destinasi dengan destinasi lain juga menjadi faktor yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing destinasi. Faktor tersebut seperti limited, scenery, landscape, minerals, history, music, paintings and special events. Vengesai (2013) pada penelitiannya mengusulkan indikator destinasi wisata unggulan dengan menekankan pada 3 atribut yaitu destination resources, destination support services, dan human related factors. Indikator ini merupakan hasil analisis komprehensif, perpaduan, dan pengembangan dari studi terdahulu yang selanjutnya dirancang agar cocok untuk diterapkan pada negara berkembang.

Sumber daya destinasi merupakan aset yang dimiliki oleh destinasi dan tersedia digunakan untuk memaksimalkan aktivitas ekonomi pada sebuah destinasi Vengesai (2013). Ketersediaan sumber daya destinasi merupakan aset strategis dan menjadi salah satu faktor penentu performa destinasi (Melián-González and Garcí-Falcón, 2003). Kajian tentang efektivitas dan efisiensi alokasi sumber daya destinasi menjadi penting mengingat setiap

destinasi memiliki keterbatasan masing-masing. Tidak semua atribut sama pentingnya dalam hal kontribusi untuk menciptakan destinasi wisata unggulan (Zhou et al., 2015). Perlu untuk mengidentifikasi prioritas untuk memaksimalkan sumber daya destinasi yang terbatas. Sumber daya destinasi yang tersedia kemudian ditransformasikan menjadi nilai bagi wisatawan (Chekalina et al., 2018).

Sumber daya destinasi diklasifikasikan ke dalam kategori buatan dan alami. Sumber daya buatan dibuat oleh manusia (misalnya monumen bersejarah, taman hiburan, dan lainnya), sedangkan sumber daya alam terjadi secara alami (misalnya flora dan fauna, taman laut, pantai, dan lainnya). Sumber daya buatan juga dapat berupa infrastruktur pariwisata, acara khusus, kegiatan, hiburan, fasilitas belanja. Aspek ini penting dalam menentukan daya saing destinasi. Semakin menarik sumber daya yang dibuat, semakin beragam portofolio destinasi dan potensi wisata, serta kenangan di objek wisata, dan semakin besar persaingan di daya tarik wisata. Tanpa aset yang dimiliki oleh destinasi, maka pariwisata mustahil untuk berkembang.

Sebuah destinasi wisata unggulan tidak bisa berdiri sendiri. Destinasi kompetitif menawarkan produk, layanan, dan pengalaman yang dihasilkan oleh pemain yang berbeda seperti perusahaan pariwisata, penduduk lokal, industri pendukung, organisasi pengelola destinasi, dan sektor publik (Crouch, 2011). Destinasi perlu memastikan layanan pendukung tersedia untuk meningkatkan nilai destinasi sehingga mencapai efisiensi dan keberlanjutan. Faktor pendukung dan sumber daya meliputi aksesibilitas, kewirausahaan, komunikasi dan infrastruktur transportasi lokal, layanan publik, perhotelan, dan institusi seperti keuangan, pendidikan, dan penelitian (Reisinger, 2019). Vengesai (2013) merangkum layanan pendukung destinasi dari berbagai penelitian. Salah satu indikator yang sangat berpengaruh terhadap layanan pendukung destinasi adalah infrastruktur yang meliputi normal infrastruktur, seperti jalan, bandara, kereta api dan moda transportasi yang mumpuni, serta telekomunikasi, fasilitas kesehatan dan lain sebagainya. Infrastruktur pariwisata tertentu (superstruktur) secara khusus diperuntukkan bagi wisatawan seperti hotel, biro perjalanan, restoran dan daya tarik wisata. Ada juga infrastruktur layanan pendukung yang meliputi kawasan perbelanjaan, depot makanan, rumah obat dan pangkas rambut. Kemampuan suatu destinasi untuk bersaing ditingkatkan dengan adanya infrastruktur. Infrastruktur yang tidak lengkap menyebabkan berkurangnya layanan pada wisatawan dan rendahnya patronase destinasi.

Manusia yang berkualitas dan keterampilannya merupakan faktor penting lain yang berkontribusi terhadap daya saing destinasi (Azzopardi and Nash, 2016). World Economic Forum menyebutkan bahwa faktor manusia merupakan salah satu pilar utama kesuksesan industri perjalanan dan pariwisata. Ketersediaan sumber daya manusia yang berkualitas dan terlatih secara profesional menjadi indikator penting yang menentukan daya saing destinasi. Elemen penting yang dibutuhkan diantaranya adalah pengetahuan, kompetensi, dan keterampilan penyedia layanan yang berhubungan langsung dengan wisatawan (Pechlane et al., 2014). Misalnya, pendidikan, pengalaman, dan kemampuan berbicara bahasa asing oleh pengemudi taksi mempengaruhi kepuasan dan loyalitas wisatawan dan berkontribusi pada persepsi wisatawan tentang daya saing suatu destinasi (García-Almeida and Klassen, 2017). Di sisi lain, kurangnya profesionalisme dan kompetensi penyedia layanan berdampak negatif terhadap daya saing, yang dengan cepat terlihat oleh wisatawan

(Azzopardi and Nash, 2016). Jika wisatawan menganggap layanan di suatu destinasi buruk, mereka tidak termotivasi untuk mengunjunginya dan kemungkinan tidak akan kembali. Alegre and Garau (2010) mengungkapkan bahwa kerusakan sumber daya manusia dan kurangnya profesionalisme atau keramahan dalam pelayanan sekitar destinasi berdampak negatif terhadap kepuasan liburan wisatawan dan keputusan kunjungan ulang.

Selain sumber daya manusia yang kompeten, ada hal lain yang tidak kalah pentingnya dalam pengembangan pariwisata di suatu destinasi yaitu masyarakat lokal yang bisa berfikir terbuka terhadap wisatawan yang berkunjung ke destinasi (Azzopardi and Nash, 2016). Jika penduduk lokal tidak berpartisipasi dalam pengembangan pariwisata maka pariwisata tidak akan berjalan sebagaimana mestinya. Dengan demikian, hubungan antara pengunjung dan penduduk lokal berperan penting dalam mempengaruhi daya saing destinasi. Destinasi yang xenophobia cenderung kurang kompetitif dan kurang menarik. Peran masyarakat sekitar juga menjadi sangat penting. Jika masyarakat di sekitar destinasi ramah, mendukung wisatawan dan pengembangan pariwisata, akan meningkatkan pengalaman kunjungan pada destinasi sehingga menjadi lebih menarik dan kompetitif. Keterlibatan dan interaksi wisatawan dengan pengelola, dan masyarakat sekitar destinasi mempengaruhi pengalaman wisata pengunjung dan terkait dengan kepuasan dan keputusannya untuk berkunjung kembali atau memilih alternatif destinasi lain. Oleh karena itu, penting untuk memastikan bahwa penduduk destinasi mendukung pengembangan pariwisata. Hal ini mengindikasikan bahwa pengelolaan destinasi wisata unggulan juga perlu memberikan perhatian pada sumber daya manusia melalui program pendidikan, pelatihan, dan pengembangan baik pada petugas profesional maupun kesadaran dan keberterimaan pengembangan pariwisata pada masyarakat sekitar. Program ini nantinya dirancang untuk memenuhi kebutuhan industri yang berbeda dalam bidang pariwisata dengan tujuan meningkatkan keunggulan kompetitif destinasi.

I. Maksud dan Tujuan

Maksud dari Kajian Daya Saing Destinasi Pariwisata Nusa Penida Berdasarkan Tingkat Kepentingan dan Kepuasan Wisatawan Menggunakan Indikator Destinasi Wisata Unggulan ini adalah mengevaluasi status daya saing berbagai atribut destinasi pariwisata Nusa Penida, yang meliputi variabel *destination resources*, *destination support services*, dan *human related factors*. Sedangkan tujuannya untuk menyelidiki kekuatan dan kelemahan atribut daya saing destinasi pariwisata Nusa Penida dari perspektif wisatawan.

II. Ide dan Gagasan

Kajian ini menguji penerapan indikator destinasi wisata unggulan dilihat dari sisi sumber daya destinasi (*destination resources*), layanan pendukung destinasi (*support services destination*), dan faktor sumber daya manusia (*human resource factors*) di Nusa Penida. Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai Cronbach Alpha. Nilai Cronbach alpha di atas 0,7 mengindikasikan indikator termasuk dalam kategori reliabel. Studi ini turut melihat tingkat kepentingan pada masing-masing indikator. Indikator yang memperoleh rata-rata skor kepentingan kurang atau sama dengan ≤ 2 mengindikasikan indikator

dianggap tidak penting bagi wisatawan yang berkunjung ke Nusa Penida. Indikator yang termasuk kategori tidak penting, tidak direkomendasikan untuk dijadikan indikator Destinasi Wisata Unggulan di Nusa Penida. Kajian ini selanjutnya menguji penerapan indikator destinasi pariwisata unggulan dengan menggunakan Importance-Performance Analysis (IPA). Importance-Performance Analysis (IPA) telah digunakan secara luas pada industri jasa sejak diperkenalkan oleh (Martilla and James, 1977) pada 1970-an. IPA merupakan metode yang sederhana namun efektif digunakan sebagai alat untuk menganalisis atribut kualitas pada dua dimensi: kinerja dan level kepentingannya. Kedua dimensi ini kemudian diintegrasikan ke dalam matriks yang memandu pengambil keputusan untuk mengidentifikasi pilihan strategis yang tepat untuk meningkatkan daya saing.

Adapun indikator destinasi pariwisata unggulan yang digunakan pada kajian ini meliputi: 1. Keindahan pemandangan alam 2. Keajaiban alam 3. Binatang liar 4. Lingkungan alam yang tepelihat dengan baik 5. Udara yang bersih 6. Kesenian tradisional 7. Daya tarik wisata unik 8. Taman hiburan 9. Kegiatan berbasis alam 10. Situs budaya 11. Warisan budaya 12. Situ sejarah 13. Paket perjalanan wisata yang menarik 14. Lingkungan yang tidak berpolusi 15. Wahana berbasis alam 16.

Aktivitas olahraga 17. Event/Festival 18. Arsitektur budaya yang artistik 19. Hiburan malam 20. Ketersediaan air bersih 21. Ketersediaan fasilitas kesehatan yang memadai 22. Ketersediaan fasilitas listrik 23. Akses jalan 24. Sistem transportasi yang memadai 25. Fasilitas akomodasi yang berkualitas 26. Teknologi informasi untuk wisatawan 27. Fasilitas belanja 28. Akomodasi murah 29. Akses untuk mendapatkan fasilitas komunikasi 30. Fasilitas komunikasi yang modern/canggih 31. Ketersediaan layanan transaksi online 32. Arus lalu lintas/kemacetan 33. Panggung atraksi 34. Fasilitas rental kendaraan 35. Jaminan keamanan dan keselamatan 36. Lingkungan yang damai 37. Standar kebersihan 38. Keramahan warga lokal terhadap wisatawan 39. Petugas wisata mampu berkomunikasi dengan baik 40. Ketersediaan petugas teknis untuk membantu wisatawan 41. Keterampilan mengelola destinasi wisata 42. Petugas wisata memiliki pengetahuan tentang destinasi wisata 43. Destinasi wisata yang aman 44. Meminimalisir potensi kerusakan 45. Sikap petugas terhadap wisatawan 46. Sikap warga lokal kepada wisatawan 47. Adanya patroli keamanan 48. Meminimalisir resiko penyakit 49. Profesionalisme petugas wisata 50. Kemampuan petugas pendamping wisata 51. Penampilan petugas wisata 52. Kemampuan bahasa asing.

III. Rekomendasi

Strategi yang diusulkan sebagai implikasi strategis dan antisipatif terhadap penguatan daya saing destinasi pariwisata Nusa Penida, sebagai berikut:

- 1) Menjaga kesinambungan penerapan regulasi dan penegakan hukum yang kuat dan konsisten. Regulasi yang mendesak diadopsi di daerah dan diterapkan yaitu Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2021 tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan
- 2) Menerapkan zonasi yang transparan dan akuntabel sebagai instrumen “payung” dari

pengelolaan serta pemanfaatan ruang dan sumber daya pariwisata yang didukung dengan sistem perizinan yang kondusif, pengawasan dan pengendaliannya.

3) Mengintensifkan penerapan daya dukung sebagai salah satu instrumen dalam implementasi perizinan pemanfaatan ruang. 4) Memperkuat pengelolaan Kawasan Pariwisata Nusa Penida yang efektif.

5) Meningkatkan kapasitas kelembagaan kolaboratif pengelolaan destinasi pariwisata di bawah koordinasi Dinas Pariwisata.

6) Meningkatkan penerapan manajemen destinasi pariwisata berstandar di kalangan dunia usaha di bawah pengawasan dan pengendalian otoritas manajemen destinasi dan didukung peran asosiasi pengusaha yang kuat, akademisi, LSM dan masyarakat lokal dalam kerangka manajemen kolaboratif.

Semarang, 14 Maret 2026

Disahkan oleh:



Kepala Badan Riset
dan Inovasi Daerah
Kabupaten Klungkung

IV. Kegiatan Kelompok Ahli

-

V. Lampiran

-