

Analisis daya Saing Pariwisata Provinsi Sulawesi Tengah

Ira Nuriya Santi, Muzakir, Rahmat Mubaraq, Muhammad Faisal, Benyamin Parubak

Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tadulako

*Correspondence email: ira_nuria@yahoo.com

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis daya saing pariwisata di Provinsi Sulawesi Tengah dengan menggunakan 5 (lima) aspek daya saing, yaitu objek dan atraksi wisata; aspek pemasaran; aspek transportasi, telekomunikasi dan informasi; aspek akomodasi dan restoran; dan aspek cenderamata. Persepsi wisatawan terhadap kelima aspek ini akan menjadi substansi penelitian. Metode penelitian menggunakan deskriptif kualitatif sedangkan teknik samplingnya adalah random sampling dengan membagikan kuesioner kepada 100 wisatawan yang kemudian dilakukan analisa statistik deskriptif. Hasil analisis penelitian menemukan bahwa daya saing pariwisata di Provinsi Sulawesi Tengah hanya unggul dalam aspek objek dan atraksi wisata saja, sehingga dapat dikatakan daya saing pariwisata Provinsi Sulawesi Tengah tergolong rendah.

Kata kunci : daya saing pariwisata; destinasi wisata; pemasaran pariwisata.

Abstract. This study aims to analyze the competitiveness of tourism in Central Sulawesi Province by using 5 (five) aspects of competitiveness, namely tourist objects and attractions; marketing aspects; aspects of transportation, telecommunications and information; accommodation and restaurant aspects; and souvenir aspects. Tourist perceptions of these five aspects will be the substance of the research. Descriptive research method using qualitative sampling technique is random sampling by distributing questionnaires to 100 tourists which is then carried out descriptive statistical analysis. The results of the analysis found that the competitiveness of tourism in Central Sulawesi Province only excels in the aspect of tourist objects and attractions, so it can be said that the competitiveness of tourism in Central Sulawesi Province is low.

Keywords : tourism competitiveness; tourist destinations; tourism marketing.

PENDAHULUAN

Penelitian ini dilatar belakangi oleh sektor pariwisata saat ini merupakan salah satu sektor yang diharapkan dapat memberikan kontribusi besar dalam upaya pemulihan ekonomi yang sedang dilaksanakan. Oleh sebab itu pembangunan sektor pariwisata perlu terus dilanjutkan dan ditingkatkan dengan menggunakan sumberdaya dan potensi pariwisata untuk menjadi kekuatan ekonomi yang dapat diandalkan dalam menunjang pelaksanaan otonomi daerah terutama dapat meningkatkan kemampuan keuangan daerah. Dalam 5 tahun terakhir, riset terkait daya saing pariwisata di dunia banyak menarik perhatian para ahli di berbagai bidang, termasuk ahli pemasaran, sebagai contohnya (Goffi & Cucculelli, 2019; Lopes et al., 2018; Mihalić, 2000; Roman et al., 2020). Secara umum daya saing pariwisata mengkaji mengenai posisi daya saing sebuah destinasi wisata. Riset mengenai daya saing dikaji dari berbagai aspek bidang ilmu, mulai dari ekonomi, manajemen, pemasaran, sosial, pertanian dan sebagainya. Walaupun riset tersebut sudah banyak dikaji dari berbagai aspek, akan tetapi riset daya saing di belahan dunia masih menjadi hal yang menarik di hampir semua negara seperti Polandia, Portugal, Italy dan sebagainya.

Sebagai provinsi yang dicanangkan menjadi salah satu daftar cagar Biosfer dunia oleh *United Nations of Educational, Scientific, and Cultural Organization* (UNESCO), Sulawesi Tengah (Sulteng) memiliki potensi pariwisata yang besar. Hal ini terdukung dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah No. 31 Tahun 2014 tentang Kawasan Ekonomi Khusus Palu, yang menetapkan Kota Palu (Ibu kota Sulteng) sebagai salah satu Kawasan Ekonomi Khusus (KEK). Dengan penetapan Palu sebagai salah satu KEK, Provinsi Sulteng harus segera berbenah dan mempercepat pembangunan sarana dan prasarana agar dapat mengoptimalkan peluang yang ada. Mengacu pada RIP dan Renstra Penelitian LPPM Universitas Tadulako tentang Pariwisata yang berdampak membawa kesejahteraan bagi masyarakat yang tinggal di kawasan destinasi wisata dan pengembangan potensi ekonomi daerah; terintegrasi secara lokal dan terhubung secara global; serta peningkatan SDM dan IPTEK; ditambah dengan legalitas penetapan salah satu KEK di Kota Palu dan prioritas Provinsi Sulawesi Tengah untuk menekan angka pengangguran sebagai hasil rapat RPJMD Sulteng 2016-2021, sudah saatnya bagi sektor pariwisata untuk mendapatkan perhatian khusus dari stakeholders Provinsi Sulteng.

Oleh karena itu, dibutuhkan perumusan strategi yang tepat dalam rangka meningkatkan daya saing pariwisata Provinsi Sulawesi Tengah. Dalam penyusunan strategi pengembangan pariwisata sebuah destinasi pariwisata, perlu diketahui terlebih dahulu kekuatan daya saingnya. Tujuannya adalah agar langkah/kebijakan yang diambil selanjutnya akan efektif dan efisien karena mengacu kepada posisi yang saat ini dimiliki oleh Provinsi Sulteng. Terdapat dua pendekatan dalam mengukur daya saing sebuah destinasi pariwisata. Pendekatan pertama adalah pendekatan permintaan dan yang kedua adalah pendekatan penawaran. Dilihat dari sudut pandang permintaan maka unsur penyusunnya berasal dari aspek-aspek tersebut, antara lain: objek wisata, pemasaran, transportasi telekomunikasi dan

informasi, akomodasi, dan cenderamata. Kelima aspek ini merupakan persepsi wisatawan terhadap keenam aspek daya saing sebuah destinasi wisata. Pendekatan kedua adalah pendekatan penawaran yang bertolak dari sudut pandang kepentingan produsen pariwisata, dalam hal ini adalah stakeholders destinasi pariwisata yang bersangkutan yang terdiri dari pemerintah daerah setempat, para pengusaha pariwisata, dan masyarakat dalam destinasi pariwisata.

Dengan demikian, diperlukan sebuah penelitian yang dapat memberi luaran-luaran yang diperlukan dalam perumusan strategi daya saing pariwisata, antara lain: informasi komprehensif terkait karakteristik wisatawan; motivasi yang mendasari kegiatan wisata para wisatawan; segmen pasar wisatawan yang eksis; persepsi wisatawan tentang Provinsi Sulteng sebagai sebuah destinasi pariwisata, dan juga informasi lain yang akan mempermudah para *stakeholders* sebagai pihak yang berkepentingan dan khususnya yang berkewenangan untuk mengembangkan pariwisata di Sulteng dalam perumusan kebijakan strategi pengembangan pariwisata. Permasalahan dalam penelitian ini adalah: Bagaimana persepsi wisatawan terhadap daya saing pariwisata Provinsi Sulawesi Tengah dilihat dari 5 (lima) aspek daya saing, yaitu aspek objek dan atraksi wisata; aspek pemasaran; aspek transportasi, aspek telekomunikasi dan informasi; aspek akomodasi dan restoran; dan aspek cenderamata.

Tujuan dari dilaksanakannya penelitian ini antara lain: Menganalisis persepsi wisatawan terhadap daya saing pariwisata Provinsi Sulteng dilihat dari 5 (lima) aspek daya saing, yaitu objek dan atraksi wisata; pemasaran; transportasi, telekomunikasi dan informasi; akomodasi dan restoran; dan cenderamata. Definisi wisata dalam penelitian ini adalah sesuai yang ditetapkan dalam UU No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, yaitu: wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.

Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata. Alasannya karena kondisi di lapangan bersesuaian dengan definisi yang kedua ini. Menurut jenisnya, wisatawan dibedakan menjadi: 1) Wisatawan Nusantara. Yang dimaksud dengan wisatawan nusantara adalah Penduduk Indonesia yang melakukan perjalanan di wilayah teritorial Indonesia bukan untuk ekerja atau sekolah, dengan jangka waktu kurang dari 6 (enam) bulan ke obyek wisata komersial (bertransaksi), menginap di akomodasi komersial (bertransaksi); jarak perjalanan lebih dari 100 km (pulang pergi) yang bukan merupakan lingkungan sehari-hari. 2). Wisatawan Mancanegara adalah seseorang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan di luar negara asalnya (*Country of Residence*), selama kurang dari 12 bulan pada suatu destinasi tertentu, dengan tujuan perjalanan tidak untuk bekerja atau memperoleh penghasilan.

Pelancong atau pengunjung adalah Penduduk Indonesia yang melakukan perjalanan ke obyek wisata komersial selama satu hari pulang pergi (*one day trip*) tanpa menginap di akomodasi komersial. Menurut Kotler and Keller (2016) daya saing ekonomi suatu bangsa dapat dijelaskan oleh lima faktor, yakni: faktor anugerah, kebudayaan, sikap dan nilai, kondisi sosial, organisasi industri, dan kepemimpinan pemerintah. Sementara Porter (2011) dengan analisis daya saing model "*diamond*"-nya menekankan enam faktor penting yang menentukan daya saing ekonomi suatu bangsa, yakni: kondisi faktor (input), kondisi permintaan, strategi, struktur, dan persaingan perusahaan; industri pendukung dan terkait, peluang, dan peranan pemerintah. Dalam mengukur daya saing pariwisata Provinsi Sulteng, penelitian ini memodifikasi enam faktor keunggulan bersaing dari Michael Porter yang juga sudah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya yang menghasilkan enam aspek daya saing pariwisata suatu daerah. Keenam aspek tersebut antara lain: 1. Objek wisata dengan variabel jenis/keberagaman obyek. wisata, daya tarik obyek wisata, akses ke obyek wisata, dan pengelolaannya. Dalam angket, penulisan objek wisata ditambahkan dengan atraksi wisata. 2. Aspek pemasaran wisata meliputi variabel pelayanan biro perjalanan/wisata, paket wisata, promosi wisata, dan pelayanan administrasi 3. Aspek transportasi dan telekomunikasi meliputi variabel ketersediaan sarana transportasi, ongkos/harga transportasi, pelayanan transportasi, pelayanan telekomunikasi, biaya telekomunikasi, dan pelayanan informasi 4. Aspek akomodasi menyangkut variabel sewa/hotel/- penginapan, pelayanan hotel/ penginapan, kemudahan banyaknya tempat makan, harga makanan, jenis-jenis makanan, dan pelayanan restoran 5. Aspek cenderamata/suvenir yang meliputi variabel ketersediaan toko cenderamata, harga cenderamata, pelayanan penjual cenderamata, dan keberagaman cenderamata. 6. Aspek lingkungan, kebersihan lingkungan, kenyamanan lingkungan, dan keramahan (*hospitality*) penduduk lokal.

METODE

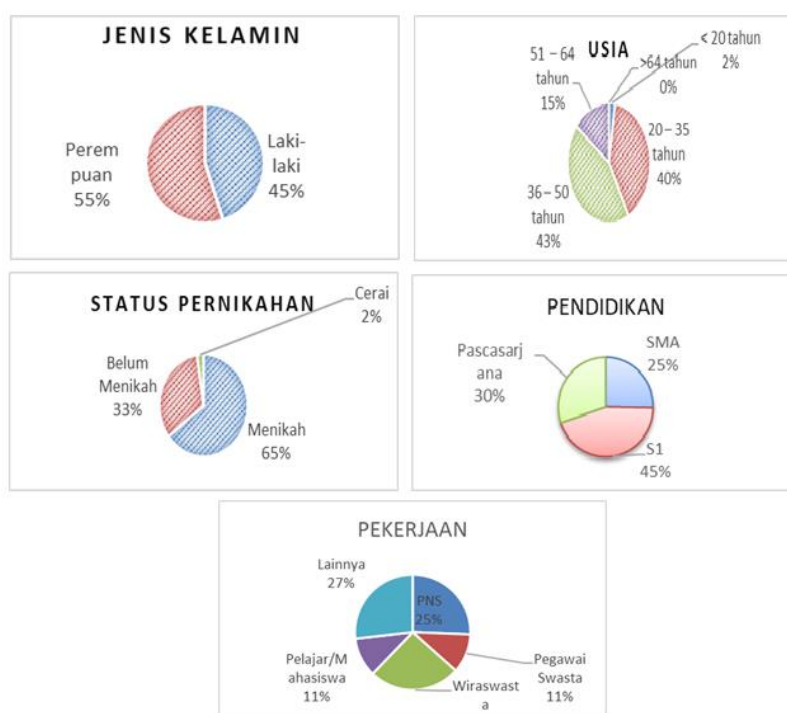
Penelitian ini menggunakan metode survei yang bertujuan mengumpulkan informasi tentang karakteristik, tindakan, dan pendapat dari sekelompok responden. Oleh karena itu, penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang menganalisis data kualitatif yang dikuantifikasi. Unit analisis dalam penelitian ini adalah individual yaitu wisatawan yang pernah berkunjung ke Provinsi Sulawesi Tengah. Survei awal berupa *literature survey* (survei literatur) yaitu survei terhadap karya tulis, buku, jurnal, dan kajian sejenis yang membahas topik yang sama. Eksplorasi dilakukan di kampus, media cetak, media elektronik, dan juga internet. Selanjutnya *experienced survey* (survei pihak berpengalaman) yang dilakukan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dari orang/pihak yang

berpengalaman di bidang pariwisata Sulawesi Tengah seperti pengusaha travel agent, hotel, pemandu wisata, dan sejenisnya. Survei ini dilakukan dengan meminta responden mengisi kuesioner.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang memiliki pengalaman berwisata di Provinsi Sulawesi Tengah selama satu tahun terakhir terhitung dari bulan Januari 2020. Sampel adalah sebagian kumpulan dari elemen yang diambil dari populasi. Penelitian ini mengambil sampel tidak secara acak (*nonprobability sampling*). Pemilihan elemen sampel dilakukan dengan memadukan metode *quota* dan *purposive sampling*, dimana sampel harus memenuhi jumlah tertentu yang disyaratkan dan memenuhi kriteria yang bersesuaian dengan populasi. Pada penelitian ini, anggota sampel harus memenuhi kriteria yang ditetapkan, yaitu: 1. Responden harus memiliki pengalaman berwisata ke objek wisata atau atraksi di Provinsi Sulteng. 2. Terakhir kali melakukan kunjungan wisata, dalam kurun waktu tidak lebih lama dari 1 tahun. Hal ini ditetapkan untuk menjamin bahwa responden masih memiliki ingatan tentang peristiwa yang dirasakannya saat berwisata. Dengan demikian, jika dikaitkan dengan segmentasi pasar maka pendekatan yang digunakan adalah *post hoc*. Artinya wisatawan disegmen setelah produk dan jasa wisata Provinsi Sulteng dikonsumsi oleh para wisatawan. Ukuran sampel Menurut Roscoe (1975) dalam Sekaran & Bougie (2016), sebaiknya ukuran sampel adalah lebih besar dari 30 dan kurang dari 500. Oleh karena penelitian ini adalah penelitian deskriptif, maka ditetapkan ukuran sampel berdasarkan perpaduan teknik *sampling* yang dipilih yaitu *purposive dan quota*. Selanjutnya ditetapkan jumlah responden penelitian sebanyak 100 (seratus) orang. Setelah kuesioner dikembalikan oleh responden dan dipisahkan antara kuesioner yang valid dan tidak valid, selanjutnya analisis dan pengolahan data dimulai. Metode yang digunakan adalah statistik deskriptif seperti frekuensi untuk menampilkan profil responden. Selain profil demografi, juga dilakukan pengolahan data terhadap variabel motivasi berwisata dan perilaku mencari informasi pariwisata melalui media.

HASIL

Gambar 1 dideskripsikan bahwa karakteristik profil wisatawan yang berkunjung ke Provinsi Sulawesi Tengah adalah sebagai berikut: didominasi oleh jenis kelamin perempuan, sebesar 60 persen, artinya perempuan yang lebih banyak melakukan perjalanan wisata ke Sulawesi Tengah dibandingkan laki-laki; dari segi usia yang terbanyak adalah rentang usia antara 36-50 tahun sebesar 43 persen, kemudian disusul oleh rentang usia 20-35 tahun; dari sisi status perkawinan 65 persen berstatus menikah, dari aspek pendidikan sebanyak 45 persen lulusan S1, kemudian sebanyak 30 persen lulusan pascasarjana dan lulusan SMA sebanyak 25 persen; untuk pekerjaan, didominasi oleh lainnya sebesar 27 persen dan PNS sebesar 25 persen. Implikasi dari hasil penelitian profil responden diatas adalah bahwa kelompok tersebut merupakan target utama yang menjadi sasaran dalam melakukan kegiatan pariwisata di Sulawesi Tengah, pemangku kepentingan harus memperhatikan hal-hal mulai dari pemenuhan kebutuhannya, penyediaan fasilitas pariwisatanya hingga promosi yang dilakukan untuk menarik wisatawan berkunjung.



Sumber: data olahan

Gambar 1
Profil Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, Status Pernikahan, Pendidikan, dan Pekerjaan



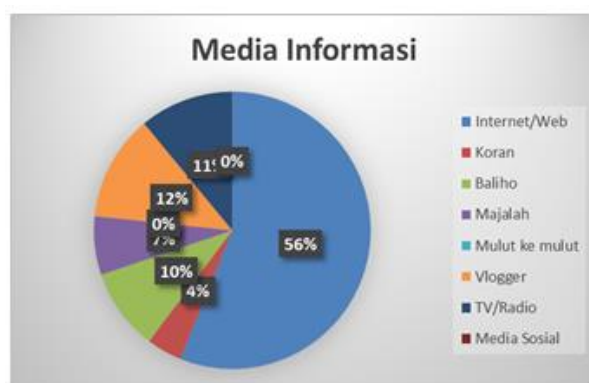
Sumber: data olahan

Gambar 2
Motivasi Berwisata ke Sulawesi Tengah

Gambar 2 dapat dijelaskan bahwa motivasi pilihan pertama wisatawan dalam melakukan kunjungan wisata adalah motivasi rekreasi/berlibur. Persentase wisatawan yang memilih rekreasi/berlibur sebagai pilihan pertama sebesar 54%. Motivasi pilihan kedua dalam berwisata, mayoritas memilih motivasi kunjungan keluarga/teman, sebesar 24% persen. Motivasi pilihan ketiga mayoritas juga memilih kunjungan yang berkaitan dengan kesehatan, sebesar 8%. Wisatawan yang datang ke Sulawesi Tengah, mayoritas melakukan kunjungan wisata dengan motivasi ingin rekreasi/berlibur. Artinya mereka ingin lepas dari rutinitas keseharian di tempat kerja dan tempat tinggalnya. Setelah alasan rekreasi dengan prioritas yang semakin menurun adalah alasan keluarga, hal ini mengindikasikan bahwa wisatawan memiliki *emotional bonding* terhadap keluarganya dalam hal yang berhubungan dengan upaya mencari kesenangan (berwisata).

Media yang Digunakan Wisatawan Dalam Mencari Informasi Pariwisata Di Provinsi Sulawesi Tengah

Pencarian informasi (*information search*) pariwisata merupakan bagian dari tahapan proses pembelian konsumen. Dengan mengetahui bagaimana wisatawan memperoleh informasi kepariwisataan, diharapkan para pemangku kepentingan bisa menggunakan informasi ini untuk lebih mempengaruhi proses keputusan pembelian konsumen wisata. Gambar 3 dapat diketahui bahwa pilihan pertama wisatawan dalam upaya pencarian informasi tentang obyek wisata di Provinsi Sulawesi Tengah adalah melalui media internet/web. Mayoritas wisatawan memilih ini dengan persentase 56%. Lebih dari itu, untuk pilihan kedua wisatawan mendapatkan informasi melalui vlogger sebesar 12%. Dan pilihan terbesar ketiga adalah melalui TV/radio sebesar 11%.



Sumber: data olahan

Gambar 3
Media Informasi Tentang Sulawesi Tengah

Wisatawan yang berkunjung ke Sulawesi Tengah, mayoritas mencari informasi pariwisata melalui situs/web di internet. Hal ini perlu diperhatikan oleh pemangku kepentingan karena kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) suatu bangsa akan berpengaruh terhadap perilaku mereka dalam memecahkan masalahnya. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa pola pencarian informasi wisatawan terbanyak adalah melalui internet/web, dan juga merespon kondisi lemahnya kemampuan memanfaatkan teknologi berbasis internet, maka pemangku kepentingan perlu menyelenggarakan pelatihan singkat mengelola situs. Selain itu situs web harus selalu di-*update* dengan info terbaru dengan *appearance* yang tidak menyulitkan wisatawan dalam mencari informasi yang dibutuhkannya. Misalnya,

dengan menghilangkan konten-konten di situs *web* yang oleh wisatawan tidak dianggap penting. Konsekuensinya harus ada anggaran yang kontinyu untuk *maintenance* situs *web*.

Persepsi Wisatawan Terhadap Daya Saing Pariwisata Provinsi Sulteng Aspek Objek dan Atraksi Wisata

Dalam penelitian ini, aspek objek dan atraksi wisata terdiri dari 4 (empat) variabel. Keempat variabel tersebut antara lain: keragaman jenis objek dan atraksi wisata Sulawesi Tengah; daya tarik objek dan atraksi wisata Sulawesi Tengah kemudahan aksesibilitas objek dan atraksi wisata Sulawesi Tengah; kualitas pengelolaan objek dan atraksi wisata Sulawesi Tengah. Hasil penelitian memberikan informasi bahwa wisatawan memiliki kesamaan persepsi tentang variabel tingkat keragaman, sebanyak 52% mengatakan keragaman jenis wisata di Sulteng: banyak. Variabel daya tarik, sebesar 69,5% wisatawan menyatakan bahwa daya tarik wisata di Sulteng: baik. Variabel pengelolaan objek dan atraksi wisata Provinsi Sulawesi Tengah sebesar 65,9% menyatakan: baik. Aksesibilitas 69,6% dipersepsikan: mudah, karena beberapa jalan menuju obyek wisata sudah diperbaiki. Obyek dan atraksi wisata yang terdapat di Sulawesi Tengah adalah banyak, menarik, pengelolaannya baik dan mudah dijangkau sehingga membuat wisatawan tertarik untuk datang mengunjunginya. Dengan kata lain, aspek obyek dan atraksi wisata Provinsi Sulawesi Tengah berdaya saing tinggi dan hal ini menjadi elemen kekuatan besar bagi pemangku kepentingan di bidang pariwisata. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Wibowo & Suseno, 2012) yang meneliti tentang daya saing pariwisata Banten, bahwa aspek obyek dan atraksi wisata Banten berdaya saing rendah.

Aspek Pemasaran

Dalam situasi persaingan yang ketat dimana tingkat turbulensi sangat tinggi, peran pemasaran sebagai ujung tombak keberhasilan tidak bisa dinafikan peran pentingnya. Ditambah lagi dengan mobilitas yang tinggi dari para wisatawan, membuat kompetisi menjadi semakin sulit diprediksi. Hasil jawaban persepsi responden dari aspek pemasaran menginformasikan bahwa wisatawan menilai variabel pelayanan biro perjalanan wisata di Sulteng sebesar 81,70% bagus. Sedangkan persepsi wisatawan terhadap variabel paket program direpresentasikan sebesar 75,60% atau kategori sedang. Hal ini tampak dari persentase wisatawan yang menilai promosi wisata Sulawesi Tengah adalah sedang sebanyak 75,60%. Artinya secara relatif variabel promosi wisata dinilai positif oleh wisatawan. Demikian juga halnya, pola yang terjadi pada variabel administrasi wisata, dimana penilaian menghasilkan 70,70% atau baik. Simpulan dari aspek pemasaran adalah secara umum pariwisata di Sulawesi Tengah berdaya saing sedang walaupun masih ada wisatawan meragukan, namun ini dapat menjadi elemen peluang bagi pemangku kepentingan pariwisata di Sulawesi Tengah yang perlu ditingkatkan agar menjadi elemen kekuatan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Wibowo & Suseno, 2012) yang meneliti tentang daya saing pariwisata Banten, bahwa aspek pariwisata wisata Banten berdaya saing sedang.

Aspek Transportasi, Telekomunikasi dan Informasi

Aspek transportasi sangat penting untuk memajukan pariwisata, karena salah satu sebab pariwisata di Indonesia menjadi mahal adalah kendala infrastruktur dan transportasi yang belum memadai. Aspek transportasi, telekomunikasi, dan informasi pariwisata di Sulawesi Tengah kondisinya bervariasi dilihat dari persentase pilihan jawaban responden. Variabel ongkos transportasi di Sulawesi Tengah menunjukkan mayoritas responden 84,20 persen memilih jawaban mahal untuk variabel ini. Selanjutnya, untuk variabel pelayanan transportasi di Sulawesi Tengah, hasil penghitungan jawaban responden adalah 81,70 persen menyatakan Baik. Dapat disimpulkan bahwa bagi wisatawan, daya saing sarana transportasi Sulawesi Tengah berdaya saing rendah, berarti variabel sarana transportasi menjadi kelemahan yang harus diperbaiki dalam pariwisata Sulawesi Tengah. Selanjutnya, untuk variabel layanan telekomunikasi di Sulawesi Tengah, hasil penghitungan jawaban responden adalah 75,60% menyatakan baik. Untuk variabel biaya layanan telekomunikasi di Sulawesi Tengah, hasil penghitungan jawaban responden adalah 84,20% menyatakan murah. Terakhir, untuk variabel layanan informasi pariwisata, hasil jawaban responden 75,60 % menyatakan baik. Hal ini mengindikasikan bahwa menurut wisatawan layanan telekomunikasi dan layanan informasi di Sulawesi Tengah memiliki daya saing yang sedang dan dikelompokkan kedalam elemen peluang. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Wibowo & Suseno, 2012) yang meneliti tentang daya saing pariwisata Banten, bahwa aspek layanan telekomunikasi dan layanan informasi wisata Banten berdaya saing sedang.

Aspek Akomodasi dan Restoran

Aspek akomodasi dan restoran merupakan aspek penting dalam mendukung pariwisata. Karena memenuhi salah satu kebutuhan wisatawan yaitu tempat untuk menginap dan makan di daerah tujuan wisata. Dari hasil survei terhadap responden, diperoleh informasi yang menunjukkan bahwa wisatawan menilai baik seluruh variabel yang termasuk dalam aspek akomodasi dan restoran kecuali untuk variabel biaya sewa penginapan/hotel. Hasil jawaban responden untuk variabel biaya sewa penginapan/hotel adalah 98% murah. Artinya, menurut wisatawan biaya sewa penginapan/hotel di Sulawesi Tengah berdaya saing tinggi, termasuk dalam elemen kekuatan pariwisata Sulawesi

Tengah. Hasil jawaban responden untuk variabel ketersediaan tempat makan di Sulawesi Tengah menurut persepsi wisatawan adalah 60,90% menyatakan kurang. Hasil jawaban responden untuk variabel harga makanan di Sulawesi Tengah menurut persepsi wisatawan adalah 84,10% menyatakan mahal. Hasil perhitungan skor untuk variabel jenis makanan di Sulawesi Tengah menurut persepsi wisatawan adalah menyatakan 80,50% beragam. Hasil jawaban responden untuk variabel layanan restoran di Sulawesi Tengah menurut persepsi wisatawan adalah 85,30% menyatakan baik. Simpulan dari aspek restoran menunjukkan bahwa ketersediaan rumah makan di Sulawesi tengah masih kurang, harga makanannya mahal, jenis makanan beragam dan layanannya baik, sehingga daya saing aspek ini masuk dalam kategori sedang, termasuk dalam elemen peluang sehingga perlu ditingkatkan agar menjadi elemen kekuatan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Wibowo & Suseno, 2012) yang meneliti tentang daya saing pariwisata Banten, bahwa secara umum aspek akomodasi dan restoran Banten berdaya saing sedang.

Aspek Cenderamata

Cinderamata merupakan sesuatu yang dibawa pulang oleh wisatawan kerumahnya saat belibur mengunjungi tempat-tempat destinasi wisata sebagai barang kenangan yang terkait dengan tempat yang dikunjungi. Dari hasil survei terhadap responden, diperoleh informasi yang menunjukkan bahwa responden menilai positif seluruh variabel yang termasuk dalam aspek cenderamata. Jawaban responden untuk variabel ketersediaan toko cenderamata di Sulawesi Tengah berdasarkan persepsi wisatawan adalah 67% menyatakan kurang. Hasil jawaban responden untuk variabel harga cenderamata di Sulawesi Tengah menurut persepsi wisatawan adalah 90,20% menyatakan mahal. Simpulan dari jawaban responden umumnya menunjukkan bahwa daya saing variabel ini masuk dalam kategori rendah, masuk dalam elemen kelemahan, sehingga memerlukan perhatian pihak pemangku kepentingan untuk dibenahi agar dapat memenuhi kebutuhan wisatawan dalam menyediakan cinderamata. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Wibowo & Suseno, 2012) yang meneliti tentang daya saing pariwisata Banten, bahwa secara umum aspek akomodasi dan restoran Banten berdaya saing sedang.

SIMPULAN

Berikut adalah rekomendasi hasil penelitian: Merespon hasil penelitian yang menunjukkan profil konsumen wisata Provinsi Sulawesi Tengah dan motivasi mereka melakukan kunjungan wisata. Maka diperlukan kebijakan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen wisata yang diderivasi dari motivasinya. Oleh karena mayoritas wisatawan memilih ingin berekreasi, maka kebersihan, keamanan, kenyamanan, dan keramahan penduduk Sulawesi Tengah perlu ditingkatkan agar wisatawan bisa tinggal lebih lama. Rekomendasi dari aspek obyek dan atraksi wisata, pemangku kepentingan sebaiknya mengadakan inovasi jenis atraksi wisata yang ditawarkan pada wisatawan bukan hanya wisata alam, namun dapat berupa kegiatan pawai budaya, festival kuliner, festival budaya, lomba budaya, agar menarik minat wisatawan untuk berkunjung, dan ditambah intensitasnya untuk menyadarkan masyarakat akan arti penting pariwisata dan menggugah rasa ingin tahu mereka akan kekayaan budayanya. Rekomendasi dari aspek pemasaran adalah meningkatkan kegiatan promosi, melalui Periklanan (*advertising*), Promosi Penjualan (*sales promotion*), Relasi Publik (*public relation*), Penjualan Personal (*personal selling*), Penjualan Langsung (*direct marketing*), *Event/sponsorship*, *Merchandising* dan Komunikasi Pemasaran Digital (*digital marketing communication*). Rekomendasi untuk aspek transportasi, layanan telekomunikasi dan layanan informasi adalah perbaikan sarana dan prasarana agar memudahkan aksesibilitas wisatawan untuk menuju obyek wisata yang menjadi tujuannya. Rekomendasi dari aspek akomodasi yaitu biaya sewa penginapan/hotel adalah berdaya saing tinggi, hal ini termasuk dalam elemen kekuatan pariwisata Sulawesi Tengah dan perlu dipertahankan. Rekomendasi dari aspek cinderamata sebaiknya pihak pemangku kepentingan menyusun kebijakan mengenai pertumbuhan wirausaha di bidang ekonomi kreatif seperti: kriya, kuliner, fashion, dan lain sebagainya. Agar wisatawan yang memerlukan oleh-oleh sebagai buah tangan tidak kesusahan mencarinya, selain itu cinderamata juga sebagai sarana promosi gratis.

DAFTAR PUSTAKA

- Goffi, G., & Cucculelli, M. 2019. Explaining tourism competitiveness in small and medium destinations: the Italian case. *Current Issues in Tourism*, 22(17), 2109–2139. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1421620>
- Kotler, P., Keller, K. L., MarkKotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management*. Global Edition.
- Lopes, A. P. F., Muñoz, M. M., & Alarcón-Urbistondo, P. 2018. Regional tourism competitiveness using the Promethee approach. *Annals of Tourism Research*, 73, 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.07.003>
- McIntosh, R. W., Goeldner, C. R., & Ritchie, J. B. 1995. *Tourism: principles, practices, philosophies*, John Wiley and Sons.
- Mihalič, T. 2000. Environmental management of a tourist destination: A factor of tourism competitiveness. *Tourism Management*, 21(1), 65–78. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00096-5](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00096-5)
- Porter, M. E. 2011. *Competitive advantage of nations: creating and sustaining superior performance*. simon and schuster.

- Roman, M., Roman, M., Prus, P., & Szczepanek, M. 2020. Tourism competitiveness of rural areas: Evidence from a region in Poland. *Agriculture (Switzerland)*, 10(11), 1–19. <https://doi.org/10.3390/agriculture10110569>
- Renstra Untad 2020-2024.
- Sekaran, U., & Bougie, R. 2016. *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. John Wiley & Sons.
- RIP, 2016-2020. *Rencana induk penelitian. Lembaga penelitian dan pengabdian kepada Masyarakat*, Universitas Tadulako.
- Wibowo, H. A. H. A., & Suseno, B. D. 2012. *Analisis Daya Saing Pariwisata Provinsi Banten. March 2017*, 93. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.13903.28325>