

Analisis Daya Saing Pariwisata Kabupaten Sintang

Erna Listiana_1^a

^aFakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tanjungpura, Pontianak¹

*Email : erna.listiana@ekonomi.untan.ac.id

Abstrak

Kabupaten Sintang memiliki potensi obyek wisata yang banyak dan tidak kalah dengan kabupaten – kabupaten lain yang berada di Provinsi Kalimantan Barat khususnya dan Indonesia umumnya, dari wisata alam hingga wisata sejarah. Namun hal ini masih belum mampu menjadikan pariwisata sebagai sektor unggulan yang dapat berkontribusi bagi pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Sintang. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dan survei, yang bertujuan untuk mengukur daya saing pariwisata Kabupaten Sintang. Pengukuran daya saing pariwisata dilakukan secara kuantitatif dan kualitatif. Pengukuran daya saing secara kuantitatif dilakukan dengan perhitungan *Human Tourism Indicator* (HTI), *Price Competitiveness Indicator* (PCI), *Infrastructure Development Indicator* (IDI), *Environment Indicator* (EI), Indikator ini menunjukkan kualitas, *Technology Advancement Indicator* (TAI), *Human Resources Indicator* (HRI), *Openness Indicator* (OI) dan *Social Development Indicator* (SDI). Pengukuran daya saing secara kualitatif dilakukan berdasarkan perspektif wisatawan terhadap citra dan aksesibilitas destinasi wisata, kepuasan dan minat kunjung ulang wisatawan ke destinasi wisata Kota Sintang dan sekitarnya. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan di Kota Sintang dan sekitarnya. Sampel berjumlah 109 responden. Pengumpulan data dilakukan secara *purposive sampling*. Data dianalisis secara kuantitatif melalui pengukuran indikator daya saing pariwisata dan statistik deskriptif.

Kata kunci: : indeks daya saing pariwisata, citra destinasi, aksesibilitas, kepuasan, minat kunjung ulang

PENDAHULUAN

Kabupaten Sintang sebagai salah satu Daerah Kabupaten di Provinsi Kalimantan Barat dengan ibu kota kabupaten terletak di Kota Sintang, memiliki luas wilayah 21.635 km² dan berpenduduk sebesar ± 402.212 dengan rata-rata jumlah penduduk per desa/ kelurahan sebanyak 988 jiwa.. Penduduk tersebar di empat belas kecamatan, namun persebarannya tidak merata. Penduduk terdiri dari multi etnis dengan suku asli adalah suku Dayak dan Melayu. Masyarakat yang berasal dari suku Jawa cukup besar jumlahnya, dimana kehadirannya sebagai dampak dari program transmigrasi dari pulau Jawa ke Kalimantan Barat. Untuk menuju tempat wisata Kabupaten Sintang, wisatawan dapat menggunakan transportasi darat, air dan juga udara. Berangkat dari Kota Pontianak sebagai Ibukota Provinsi Kalimantan Barat dengan menggunakan jalur darat, wisatawan bisa menggunakan jasa transportasi umum, jasa rental mobil, atau kendaraan pribadi. Perjalanan melalui jalur darat dari kota Pontianak menuju Sintang membutuhkan waktu ± 8 jam perjalanan, sedangkan bila melalui jalur udara ± 45 menit.

Kabupaten Sintang juga memiliki potensi – potensi obyek wisata yang banyak dan tidak kalah dengan kabupaten – kabupaten lain yang berada di Provinsi Kalimantan Barat, dari wisata alam hingga wisata sejarah. Selain keadaan alamnya yang potensial sebagai tempat wisata, juga terdapat beberapa obyek yang dapat

dinikmati. Keseluruhan obyek wisata di Provinsi Kalimantan Barat dapat dilihat dalam dokumen RIPPARDA Provinsi Kalimantan Barat, yang merupakan hasil identifikasi berdasarkan pengumpulan data pada setiap kabupaten/kota yang telah memiliki dokumen Ripparda ataupun berdasarkan hasil review design penyusunan Ripparda Provinsi Kalimantan Barat tahun 2016, terdapat tiga tingkatan objek daya tarik wisata (ODTW). Setiap ODTW mempunyai 3 (tiga) tingkatan yaitu Berkembang (B), Sedang Berkembang (SB) dan Belum Berkembang (BB). Tingkatan ini menunjukkan ukuran kemampuan obyek wisata dalam menarik minat dan memberikan kenyamanan/kesenangan kepada pengunjung, baik berupa keunikan, keragaman dan kualitas daya tarik wisatanya, jangkauan pemasarannya, tingkat kunjungan wisatawannya, segi aksesibilitas, sarana dan prasarana serta dampak lainnya bagi lingkungan atau ekonomi masyarakat. Informasi yang diperoleh dari Dinas pemuda, olah raga dan pariwisata Kabupaten Sintang diketahui bahwa dari keseluruhan ODTW di Kabupaten Sintang, terdapat 14 ODTW berstatus Berkembang (B) dan masih terdapat 17 ODTW yang berstatus sedang berkembang (SB). Hal ini menunjukkan bahwa diperlukan kerja keras dan kerja cerdas dari Pemda Kabupaten Sintang untuk mampu merealisasikan ODTW dari status sedang berkembang menuju berkembang, dan ODTW status Berkembang menjadi ODTW yang secara signifikan mampu memberikan nilai tambah sebagai motor penggerak peningkatan pertumbuhan ekonomi Kabupaten Sintang.

Analisis daya saing pariwisata Kabupaten Sintang dibutuhkan untuk memberikan deskripsi tentang sejauhmana kesiapan komponen pariwisata di Kabupaten Sintang mampu bersaing. Hal ini menjadi penting mengingat potensi pariwisata yang dimiliki oleh Kabupaten Sintang begitu signifikan, namun masih belum mampu menjadi sektor primadona yang dapat berkontribusi bagi pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Sintang. Hal inilah yang menjadi dasar ketertarikan peneliti untuk melakukan kajian lebih mendalam tentang daya saing pariwisata Kabupaten Sintang.

KAJIAN LITERATUR

Daya Saing Pariwisata

Konsep daya saing diperkenalkan pada tahun 1990-an untuk memeringkat daya saing negara. Konsep ini selanjutnya diadopsi secara lebih luas oleh dunia bisnis termasuk oleh industri pariwisata. Daya saing destinasi wisata dikaitkan dengan kemampuan destinasi wisata untuk memberikan pengalaman liburan, mampu memberikan diferensiasi penawaran dibandingkan dengan destinasi wisata lain. Zeceric (2012) menyatakan bahwa terdapat 2 (dua) perspektif dalam konsep daya saing destinasi wisata. Pertama, dari perspektif wisatawan, berfokus pada pembuatan destinasi perjalanan dan destinasi yang memiliki kemampuan menarik wisatawan, berusaha untuk menciptakan kondisi guna mencapai hasil terbaik melalui penguatan daya saing. Kedua, faktor permintaan dan kondisi terkait pariwisata, dapat menciptakan lingkungan yang memfasilitasi kepuasan pengunjung.

Daya saing destinasi dapat dievaluasi secara kualitatif dan kuantitatif (Caber, 2012). Kinerja kuantitatif destinasi diukur melalui jumlah kedatangan wisatawan, jumlah penerimaan pariwisata, tingkat pengeluaran per wisatawan, dan lama tinggal. Sedangkan kinerja kualitatif daya saing destinasi diukur dari profil sosio-ekonomi, sosio-demografis wisatawan, tingkat kepuasan wisatawan, ketidakpuasan atau keluhan, kualitas personil, kualitas fasilitas, serta kualitas layanan pariwisata.

Strategi Peningkatan Daya Saing

Dalam usaha untuk memperoleh keunggulan bersaing menurut Kotler & Keller (2016) dapat dilakukan dengan membangun hubungan pelanggan yang didasarkan pada :

a. Nilai pelanggan

Nilai bagi pelanggan merupakan perbedaan antara nilai total bagi pelanggan dan biayatotal pelanggan terhadap penawaran pemasaran ('laba' bagi pelanggan)

b. Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan antara harapan dengan kenyatannya. Kepuasan menunjukkan ukuran sejauh mana kinerja yang diberikan oleh sebuah produk sepadan dengan harapan pembeli. Jika kinerja produk kurang dari yang diharapkan, maka pembelinya tidak puas. Kepuasan pelanggan terhadap pembelian tergantung pada kinerja nyata sebuah produk, relatif terhadap harapan pembeli.

Untuk menilai kinerja daya saing pemasaran pariwisata, Sharma (2013) mengungkapkan dapat dilakukan dengan beberapa kriteria yakni ditinjau dari volume kedatangan wisatawan, volume kunjungan ulang, volume penerimaan pariwisata, dan penerimaan Gross Domestic Product (GDP). Semakin tinggi jumlah kedatangan wisatawan tahunan, semakin kuat daya saing destinasi. Semakin tinggi jumlah wisatawan melakukan kunjungan ulang ke destinasi yang sama, semakin tinggi frekuensinya, semakin menarik dan kompetitif destinasi wisata tersebut. Semakin banyak jumlah wisatawan menghabiskan uangnya, maka multiplier efeknya bagi destinasi wisata juga semakin tinggi. Kontribusi pariwisata yang semakin tinggi terhadap GDP, semakin tinggi menjadikan sektor pariwisata sebagai sektor unggulan bagi pertumbuhan daerah pada destinasi tersebut.

Cara Menentukan Daya Saing

Competitiveness Monitor merupakan suatu metode yang dapat digunakan untuk melihat daya saing industri pariwisata. Analisis *Competitiveness Monitor* diperkenalkan pertama kali oleh *World Travel and Tourism Council* (WTTC) pada tahun 2001 sebagai alat ukur daya saing pariwisata. Analisis ini menggunakan delapan indikator yang digunakan untuk melihat daya saing. Indikator tersebut antara lain (World Tourism Organization, 2008):

1. *Human Tourism Indicator (HTI)*

Indikator ini menunjukkan pencapaian perkembangan ekonomi daerah akibat kedatangan turis pada daerah tersebut. Pengukuran yang digunakan adalah *Tourism Participation Index (TPI)*, yaitu rasio antara jumlah aktivitas turis (datang dan pergi) dengan jumlah penduduk daerah destinasi.

2. *Price Competitiveness Indicator (PCI)*

Indikator ini menunjukkan harga komoditi yang dikonsumsi oleh turis selama berwisata seperti biaya akomodasi, travel, sewa kendaraan dan sebagainya. Pengukuran yang digunakan untuk menghitung PCI adalah *Purchasing Power Parity (PPP)*. Proksi yang digunakan untuk mengukur PPP adalah rata-rata tariff minimum hotel yang merupakan hotel worldwide.

3. *Infrastructure Development Indicator (IDI)*

Indikator ini menunjukkan perkembangan infrastruktur yang disebabkan oleh kedatangan wisatawan ke daerah tujuan wisata. Infrastruktur merupakan variabel penting bagi industri pariwisata karena infrastruktur yang baik dapat menarik minat wisatawan untuk datang. Begitu pula sebaliknya, kedatangan wisatawan dapat meningkatkan pendapatan pemerintah daerah sehingga dapat meningkatkan kualitas infrastruktur yang dimiliki.

4. *Environment Indicator (EI)*

Indikator ini menunjukkan kualitas lingkungan dan kesadaran penduduk dalam memelihara lingkungannya. Pengukuran yang digunakan adalah indeks emisi CO₂ dan indeks kepadatan penduduk (rasio antara jumlah penduduk dengan luas daerah). Sementara pengukuran pada indeks emisi CO₂ tidak terdapat data maka yang digunakan untuk menghitung EI adalah indeks kepadatan penduduk. Jumlah penduduk yang besar dapat membantu pemerintah untuk sadar akan lingkungan di sekitarnya.

5. *Technology Advancement Indicator (TAI)*

Indikator ini menunjukkan perkembangan infrastruktur dan teknologi modern yang ditunjukkan dengan meluasnya penggunaan internet, mobile telephone dan ekspor produk-produk berteknologi tinggi. Pengukuran yang digunakan adalah Jaringan Internet (rasio penggunaan Jaringan Internet dengan jumlah penduduk).

6. *Human Resources Indicator (HRI)*

Indikator ini menunjukkan kualitas sumber daya manusia daerah tersebut sehingga dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada turis. Pengukuran HRI menggunakan indeks pendidikan yang terdiri dari rasio penduduk yang bebas buta huruf dan rasio penduduk yang berpendidikan SD, SMP, SMA, Diploma dan Sarjana.

7. *Openness Indicator (OI)*

Indikator ini menunjukkan tingkat keterbukaan destinasi terhadap perdagangan internasional dan turis internasional. Pengukurannya menggunakan rasio jumlah wisatawan mancanegara dengan total PAD

8. *Social Development Indicator (SDI)*

Indikator ini menunjukkan kenyamanan dan keamanan turis untuk berwisata di daerah destinasi. Ukuran SDI adalah lama rata-rata masa tinggal turis di daerah destinasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Objek penelitian adalah destinasi wisata di Kabupaten Sintang. Data penelitian berupa data primer dan data sekunder. Data primer berupa data tanggapan responden terhadap pariwisata di Kabupaten Sintang, berupa tanggapan tentang daya tarik dan aksesibilitas destinasi wisata Kabupaten Sintang, kepuasan dan minat responden wisatawan berkunjung kembali ke Kabupaten Sintang. Sedangkan data sekunder berupa data yang dibutuhkan dalam pengukuran indeks daya saing pariwisata Kabupaten Sintang, diperoleh dari publikasi Kabupaten Sintang Dalam Angka dan Statistik Daerah Kabupaten Sintang, berupa data jumlah penduduk, jumlah turis, rata-rata tarif hotel, kondisi jalan di Kabupaten Sintang, jumlah penduduk yang bebas buta aksara, jumlah pendapatan asli daerah Kabupaten Sintang, dan rata-rata lama menginap wisatawan di hotel-hotel di Kabupaten Sintang. Populasi dalam penelitian ini dibedakan menjadi populasi sebagai objek penelitian, yaitu destinasi wisata Kabupaten Sintang dan populasi sebagai subjek penelitian yaitu wisatawan Kabupaten Sintang. Jumlah sampel sebanyak 109. Teknik penarikan sampel secara *non probability sampling* berupa *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan menggunakan studi dokumentasi dan kuesioner.

Pengukuran daya saing pariwisata dalam penelitian ini dilakukan secara kuantitatif dan kualitatif. Pengukuran secara kualitatif dilakukan dengan mengukur 8 indeks daya saing pariwisata menurut *World Travel and Tourism Council (WTTC)*, meliputi : HTI, PCI, IDI, EI, THI, HRI, OI dan SDI. Pengukuran daya saing pariwisata secara kualitatif dalam penelitian ini diukur dari perspektif wisatawan, meliputi variabel citra destinasi wisata, aksesibilitas, kepuasan wisatawan dan minat wisatawan berkunjung kembali. Variabel citra destinasi diukur melalui 3 indikator yaitu *cognitive image*, *affective image*, dan *overall image*. Pengukuran variabel aksesibilitas menggunakan 3 indikator yaitu akses informasi, akses kondisi jalan menuju objek wisata, dan tempat akhir perjalanan. Pengukuran variabel kepuasan wisatawan menggunakan 3 indikator yaitu perasaan senang, kenyataan sesuai harapan dan puas atas keseluruhan layanan pariwisata. Pengukuran variabel minat kunjung ulang menggunakan 4 indikator yaitu minat transaksional, minat referensial, minat presensial, dan minat eksploratif, Teknik analisis data menggunakan analisis kuantitatif berupa perhitungan indeks pariwisata Kabupaten Sintang dan statistik deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Nilai indeks daya saing pariwisata Kabupaten Sintang diinformasikan dalam Tabel 1. HTI, PCI dan OI menunjukkan penurunan selama 3 tahun 2016 hingga 2018, namun mengalami kenaikan di tahun 2019. IDI dan EI mengalami penurunan sejak 2016 hingga 2019, pada tahun 2020 sedikit mengalami kenaikan. HRI mengalami peningkatan selama 3 tahun terakhir sejak 2018 hingga 2020. Perhitungan nilai TAI belum dapat dilakukan karena belum tersedianya data pengguna jaringan internet di Kabupaten Sintang. SDI berfluktuasi di tahun 2016, 2017 dan 2018.

Tabel 1. Indeks Daya Saing Pariwisata Kabupaten Sintang

No.	Komponen Indeks Daya Saing Pariwisata	Tahun 2016	Tahun 2017	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020
1.	<i>Human Tourism Indicator (HTI)</i> HTI = $\frac{\text{Turis Di Provinsi Kalbar}}{\text{Jumlah Penduduk Kalbar}}$	0,2956	0,1516	0,1409	0,1995	NA
2.	<i>Price Competitiveness Indicator (PCI)</i> $\frac{\text{Jumlah Wisatawan mancanegara} \times \text{Rata-rata Tarif Hotel} \times \text{Rata-rata Masa Tinggal}}{\text{Jumlah Wisatawan mancanegara} \times \text{Rata-rata Tarif Hotel} \times \text{Rata-rata Masa Tinggal}}$	47.434.716.000	35.070.651.000	20.963.520.000	30.074.040.000	NA
3.	<i>Infrastructure Development Indicator (IDI)</i> IDI = $\frac{\text{Jumlah Jalan Kualitas Baik}}{\text{Jumlah Jalan beraspal}} \times 100$	160,66	87,59	NA	81,31	82,91
4.	<i>Environment Indicator (EI)</i> EI = $\frac{\text{Jumlah Jalan Kualitas Baik}}{\text{Luas daerah}}$	0,0409	0,0366	NA	0,0099	0,0115
5.	<i>Technology Advancement Indicator (TAI)</i> TAI = $\frac{\text{Penggunaan Jaringan Internet}}{\text{Jumlah Penduduk}}$	NA	NA	NA	NA	NA
6.	<i>Human Resources Indicator (HRI)</i> HRI = $\frac{\text{Penduduk bebas buta huruf}}{\text{Penduduk berpendidikan SD, SMP, SMA, Diploma, Sarjana}}$	NA	NA	3,69	3,79	3,89
7.	<i>Openess Indicator (OI)</i> OI = $\frac{\text{Jumlah wisatawan}}{\text{Total PAD}}$	0,0011	0,0005	0,0002	0,0005	NA
8.	<i>Social Development Indicator (SDI)</i> SDI = $\frac{\text{lama rata-rata masa tinggal turis di daerah destinasi.}}{\text{Jumlah Wisatawan mancanegara}}$	1,33	1,89	1,20	NA	NA

Sumber: Data sekunder diolah, Tahun 2021

Informasi indeks daya saing pariwisata Kabupaten Sintang belum dapat diketahui pada setiap tahunnya. Hal ini dikarenakan belum tersedianya data yang lengkap dalam kurun waktu lima tahun terakhir periode tahun 2016 hingga tahun 2020.

Selain mengidentifikasi ukuran indikator pariwisata Kabupaten Sintang, dalam penelitian ini juga dilakukan eksplorasi terhadap penilaian terhadap citra destinasi wisata di Kota Sintang dan sekitarnya, aksesibilitas yang dirasakan, kepuasan dan minat wisatawan berkunjung kembali. Nilai rata-rata tanggapan yang diperoleh dikategorikan dalam 5 kategori sangat rendah (nilai rata-rata antara 1,00 hingga 1,79), rendah (nilai rata-rata antara 1,80 hingga 2,59), sedang / moderat (nilai rata-rata antara 2,60 hingga 3,39), tinggi (nilai rata-rata antara 3,40 hingga 4,19), dan sangat tinggi (nilai rata-rata antara 4,20 hingga 5,00). Profil 109 responden wisatawan dalam penelitian ini sebagian besar berusia 21 hingga 30 tahun (51,5%) dan berusia 31 hingga 40 tahun (21,1%). Sebagian besar responden berjenis kelamin wanita (58,7%) dan memiliki jenjang Pendidikan SLTA (60,6%). Pendapatan perbulan responden sebagian besar berkisar antara Rp 2 juta hingga Rp 4 juta. Responden yang belum bekerja, sebagian besar memiliki uang saku sebesar kurang dari Rp 1 juta.

Tanggapan responden wisatawan terhadap citra destinasi wisata di Kota Sintang dan sekitarnya berada dalam kategori tinggi, hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata tanggapan terhadap variabel daya tarik destinasi wisata sebesar 3,80. Nilai rata-rata tanggapan pada setiap item daya tarik wisata berkisar antara 3,44 hingga 4,07, meliputi tanggapan terhadap kondisi lingkungan alam yang terjaga keasriannya (3,65), kemudahan mengunjungi objek wisata di Kota Sintang yang tidak terlalu berjauhan (3,44), objek-objek wisata di Kota Sintang dan sekitarnya merupakan tempat wisata yang nyaman sehingga membuat responden merasa menikmatinya (3,91), objek-objek wisata di Kota Sintang dan sekitarnya merupakan tempat wisata yang aman sehingga membuat responden dapat menikmati suasana santai disana (3,84), berkunjung ke objek-objek wisata di Kota Sintang dan sekitarnya mampu membangkitkan emosi positif dalam diri responden (3,88), biaya yang dikeluarkan untuk berwisata ke objek-objek wisata di Kota Sintang sesuai dengan manfaat yang didapatkan (3,87), dan secara umum objek-objek wisata di Kota Sintang dan sekitarnya memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan (4,07).

Tanggapan responden wisatawan terhadap aksesibilitas menuju objek wisata di Kota Sintang dan sekitarnya berada dalam kategori sedang, hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata tanggapan terhadap variabel aksesibilitas sebesar 3,21. Nilai rata-rata tanggapan pada setiap item variabel aksesibilitas berkisar antara kategori tanggapan sedang dan tinggi, yakni antara 2,97 hingga 3,55. Hampir semua item ditanggapi dengan nilai rata-rata tanggapan yang berada dalam kategori sedang, yaitu tanggapan tentang jalan menuju lokasi objek-objek wisata di Kota Sintang dan sekitarnya dalam kondisi baik (2,97), rambu-rambu petunjuk jalan menuju objek-objek wisata di Kota Sintang dan sekitarnya sudah tersedia memadai sehingga memudahkan wisatawan untuk menemukan lokasi objek wisata tersebut (3,08), Fasilitas fisik pada lokasi objek-objek wisata di Kota Sintang dan sekitarnya sudah

memadai dalam hal ketersediaan jumlah (3,20), kondisi fisik sarana dan prasarana pada objek-objek wisata di Kota Sintang dan sekitarnya terawat dengan baik (3,24). Sedangkan tanggapan responden tentang kemudahan wisatawan mengakses informasi tentang objek-objek wisata di Kota Sintang dan sekitarnya berada dalam kategori tinggi, dengan nilai rata-rata tanggapan sebesar 3,55.

Tanggapan kepuasan responden wisatawan terhadap objek wisata di Kota Sintang dan sekitarnya berada dalam kategori tinggi, hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata tanggapan kepuasan sebesar 3,75. Nilai rata-rata tanggapan pada setiap item variabel kepuasan berkisar antara 3,52 hingga 3,96, meliputi tanggapan terhadap perasaan senang responden saat berkunjung ke objek-objek wisata di Kota Sintang dan sekitarnya (3,55), kenyataan yang dirasakan selama berwisata di Kota Sintang dan sekitarnya sudah sesuai dengan harapan (3,52), dan secara keseluruhan responden wisatawan merasa puas berwisata di Kota Sintang dan sekitarnya (3,78).

Tanggapan minat responden wisatawan berkunjung kembali ke objek wisata di Kota Sintang dan sekitarnya berada dalam kategori tinggi, hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata tanggapan minat berkunjung kembali sebesar 3,68. Nilai rata-rata tanggapan pada setiap item variabel minat berkunjung kembali berkisar antara 3,31 hingga 3,89, meliputi tanggapan terhadap keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali ke objek-objek wisata di Kota Sintang dan sekitarnya pada waktu yang akan datang (3,87), responden wisatawan turut merekomendasikan objek-objek wisata di Kota Sintang dan sekitarnya kepada orang lain (3,89), lebih memprioritaskan untuk berkunjung kembali ke Objek-Objek Wisata di Kota Sintang dan sekitarnya dari pada di lokasi wisata daerah lainnya (3,31), dan tertarik untuk terus mencari informasi dan meng-update informasi-informasi terbaru tentang objek-objek wisata di Kota Sintang dan sekitarnya (3,68).

SIMPULAN

Berdasarkan uraian hasil dan pembahasan yang telah dikemukakan di atas maka dapat disimpulkan bahwa 6 indikator daya saing pariwisata yakni HTI, PCI, IDI, EI, OI dan SDI mengalami fluktuasi selama 5 tahun terakhir pada periode tahun 2016 hingga 2020. 1 indikator daya saing pariwisata, yakni HRI menunjukkan peningkatan dalam kurun waktu 3 tahun terakhir, periode waktu 2018, 2019 dan 2020. Terdapat 1 indikator yang tidak dapat dilakukan pengukurannya, yakni TAI karena data yang belum tersedia.

Tanggapan responden terhadap semua variabel yang diamati dalam penelitian ini menunjukkan bahwa daya tarik objek wisata di Kota Sintang dan sekitarnya ditanggapi dalam kategori tinggi. Demikian pula tanggapan terhadap kepuasan dan minat responden wisatawan berkunjung kembali ke objek wisata Kota Sintang dan sekitarnya, juga ditanggapi dalam kategori tinggi. Namun, tanggapan responden terhadap aksesibilitas berada dalam kategori sedang.

Pengukuran indikator daya saing pariwisata Kabupaten Sintang dalam penelitian ini tidak dapat dilakukan secara lengkap setiap tahunnya dikarenakan ketersediaan data yang belum mendukung. Sehingga gambaran perubahan rinci dari

kondisi yang terjadi antar periode tahun belum dapat diketahui secara pasti. Untuk itu disarankan kepada Pemerintah Daerah Kabupaten Sintang melakukan upaya perbaikan dalam upaya pemeliharaan dan *updating* data secara konsisten antar periode waktu, mengingat tanpa adanya data maka akan buta. Hal ini akan menjadi masalah tersendiri baik dalam menyusun perencanaan maupun menemukan dasar kebijakan khususnya bagi strategi pengembangan Pariwisata di kabupaten Sintang.

REFERENSI

- BPS Kabupaten Sintang. (2017). Kabupaten Sintang Dalam Angka Tahun 2017. BPS Kabupaten Sintang: Sintang.
- BPS Kabupaten Sintang. (2018). Kabupaten Sintang Dalam Angka Tahun 2018. BPS Kabupaten Sintang: Sintang.
- BPS Kabupaten Sintang. (2019). Kabupaten Sintang Dalam Angka Tahun 2019. BPS Kabupaten Sintang: Sintang.
- BPS Kabupaten Sintang. (2020). Kabupaten Sintang Dalam Angka Tahun 2020. BPS Kabupaten Sintang: Sintang.
- BPS Kabupaten Sintang. (2021). Kabupaten Sintang Dalam Angka Tahun 2021. BPS Kabupaten Sintang: Sintang.
- BPS Kabupaten Sintang. (2017). Statistik Daerah Kabupaten Sintang Tahun 2017. BPS Kabupaten Sintang: Sintang.
- BPS Kabupaten Sintang. (2018). Statistik Daerah Kabupaten Sintang Tahun 2018. BPS Kabupaten Sintang: Sintang.
- BPS Kabupaten Sintang. (2019). Statistik Daerah Kabupaten Sintang Tahun 2019. BPS Kabupaten Sintang: Sintang.
- BPS Kabupaten Sintang. (2020). Statistik Daerah Kabupaten Sintang Tahun 2020. BPS Kabupaten Sintang: Sintang.
- Caber, Meltem. (2012). Classification of Destination Attributes in The Content Of Competitiveness. *Journal of Vacation Marketing*, 1(1), 43-56
- Kotler, Philip, Gary Armstrong. (2014). *Principles Of Marketing* 14th Edition. Pearson Educations, Inc. : New Jersey.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management* 15th Edition. Pearson Prentice Hall: New Jersey.
- Porter, Michael E. (2010). The Competitive Advantage Of Nations. *Harvard business review*, 68 (2), 73-93.
- Sharma, Anukrati. (2013). Destination Marketing: Hamper of Opportunities for Tourism Industry. *International Journal Of management Sciences and Business Research*, 2(5), 20-30

Tourism Statistics World Tourism Organization. (2008). *Tourism Highlight 2008* Edition. Madrid: UNWTO Publication Department.

World Economic Forum WEF. (2010). *The Global Competitiveness Report*. Geneva: SRO. Kundig.

Zeceric, Bojan. (2012). The Concept of Competitiveness of Tourism Destinations. *Economica Prediction*, 1(2), 1-12