

Analisis Daya Saing Pariwisata Kabupaten Cilacap Menggunakan Metode *Competitiveness Monitor*

*Laode Muhammad Asfan Mujahid¹, Nurul Mutia Syafirah²

^{1,2}Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Hasanuddin, Indonesia

Alamat Email: muhammadasfan@eng.unhas.ac.id, nurulmutia02.nm@gmail.com

*Penulis korespondensi, Masuk: 26 Jul. 2024, Direvisi: 12 Agu. 2024, Diterima 27 Sep. 2024

ABSTRAK: Sebagai kabupaten yang terluas di Jawa Tengah, Kabupaten Cilacap memberikan peluang potensi pariwisata yang besar untuk dikembangkan, tetapi Kabupaten Cilacap merupakan kabupaten yang memiliki industri pariwisata yang saat ini bukan sebagai leading sektor dalam penerimaan daerahnya tetapi dari waktu ke waktu mengalami perkembangan dan memiliki peluang untuk bersaing dalam skala nasional. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik kepariwisataan Kabupaten Cilacap yang ditinjau dari kondisi internal dan kondisi eksternal serta untuk mengetahui daya saing Pariwisata Kabupaten Cilacap. Penelitian ini dianalisis dengan tiga metode, yaitu dengan analisis deskriptif kualitatif, analisis deskriptif kuantitatif yang menggunakan analisis *Competitiveness Monitor* dengan delapan indikator, dan analisis spasial yang digunakan untuk analisis tumpang tindih (*overlay*) dengan menggunakan fitur *identity* dan *union*. Hasil penelitian ini menunjukkan, Kabupaten Cilacap didominasi oleh dataran lereng landai sebesar 58,76% dari keseluruhan luas wilayah. Jenis ODTW alam banyak dijumpai di Kabupaten Cilacap, hal ini dikarenakan kondisi geografisnya yang merupakan wilayah pesisir. Kondisi pariwisata Kabupaten Cilacap juga dipengaruhi oleh geografis, topografis, kemajuan teknologi, sosial budaya, kondisi perekonomian, serta kebijakan pariwisata yang berlaku. Untuk daya saing pariwisata Kabupaten Cilacap, dua dari delapan indikator masuk dalam tahap penyempurnaan yaitu IDI dengan nilai 2,20 dan TAI dengan nilai 2,09, ada empat dari delapan indikator dengan tahap berkembang yaitu HTI dengan nilai 1,79, EI dengan nilai 1,90, HRI dengan nilai 1,43, dan SDI dengan nilai 1,35, serta dua dari delapan indikator dengan tahap belum berkembang yaitu PCI dengan nilai 0,70 dan OI dengan nilai 0,70 yang dikarenakan sedikitnya wisatawan asing yang berkunjung di Kabupaten Cilacap.

Kata kunci: *Competitiveness Monitor, Kabupaten Cilacap, Ekonomi, Daya Saing*

ABSTRAK: As the largest regency in Central Java, Cilacap Regency provides a great opportunity for tourism potential to be developed, but Cilacap Regency is a regency that has a tourism industry that is currently not a leading sector in its regional revenue but from time to time has developed and has the opportunity to compete on a national scale. The purpose of this study is to determine the characteristics of Cilacap Regency tourism in terms of internal conditions and external conditions and to determine the competitiveness of Cilacap Regency Tourism. This research was analyzed with three methods, namely qualitative descriptive analysis, quantitative descriptive analysis using *Competitiveness Monitor* analysis with eight indicators, and spatial analysis used for overlay analysis using *identity* and *union* features. The results of this study show that Cilacap Regency is dominated by gentle slope plains amounting to 58.76% of the total area. Many types of natural ODTW are found in Cilacap Regency, this is due to its geographical condition which is a coastal area. The tourism condition of Cilacap Regency is also influenced by geographical, topographical, technological progress, socio-cultural, economic conditions, and prevailing tourism policies. For the tourism competitiveness of Cilacap Regency, two out of eight indicators are in the improvement stage, namely IDI with a value of 2.20 and TAI with a value of 2.09, there are four out of eight indicators with a developing stage, namely HTI with a value of 1.79, EI with a value of 1.90, HRI with a value of 1.43, and SDI with a value of 1.35, and two out of eight indicators with an undeveloped stage, namely PCI with a value of 0.70 and OI with a value of 0.70 which is due to the small number of foreign tourists visiting Cilacap Regency.

Keywords: *Competitiveness Monitor, Cilacap Regency, Economy, Competitiveness*

1. PENDAHULUAN

Perencanaan dan pengembangan pariwisata menjadi prioritas utama pemerintah karena sektor ini dianggap vital untuk pembangunan Indonesia, khususnya dalam konteks pendapatan daerah dan negara yang berdampak pada ekonomi secara keseluruhan. Menurut Primadi, et al. [1] faktor penentu kepuasan wisatawan diantaranya bukti fisik, faktor emosional, daya tarik, aksesibilitas, fasilitas, kelembagaan dan kualitas layanan. Kepuasan wisatawan dapat ditingkatkan dengan cara memaksimalkan pengalaman wisatawan yang tidak puas dan menghadirkan inovasi baru serta meningkatkan kualitas pelayanan. Proses kunci didalam pembuatan keputusan konsumen ialah proses integrasi yang mana pengetahuan dikombinasikan untuk mengevaluasi dua atau lebih alternatif perilaku kemudian memilih satu [2]. Pariwisata tidak hanya berfungsi sebagai pendorong ekonomi, tetapi juga berperan dalam mengurangi angka pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan menciptakan lapangan pekerjaan baru. Daya tarik wisata merupakan salah satu elemen penting dalam pengembangan pariwisata, dimana tempat wisata dapat mengikuti program pemerintah yang melestarikan adat dan budaya nasional sebagai aset yang dapat dijual kepada wisatawan [3]. Oleh karena itu, pemerintah daerah berusaha semaksimal mungkin untuk memanfaatkan potensi pariwisata di wilayah masing-masing [4].

Tujuan utama promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan konsumen sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Pemasar dapat mengembangkan industri dan memahami latar belakang yang memengaruhi seorang konsumen dalam menentukan keputusan berkunjung ke sebuah *spot* wisata [5]. Potensi pariwisata biasanya ditentukan oleh adanya daya tarik wisata. Indonesia memiliki 17.001 pulau, menjadikannya negara kepulauan terbesar di dunia. Keberagaman geografis ini memberikan karakteristik unik di setiap wilayah, yang menjadi daya tarik wisata yang tidak dimiliki oleh wilayah lain, sehingga merupakan potensi besar bagi sektor pariwisata Indonesia.

Pariwisata yang bertumpu pada wisata alam membutuhkan perhatian karena kondisi yang tidak terawat, sehingga menurunkan minat pengunjung [6]. Industri pariwisata sesungguhnya tidak berdiri sendiri, tetapi merupakan serangkaian perusahaan yang menghasilkan barang dan jasa yang berbeda satu dengan lainnya [7]. Penelitian yang dilakukan oleh

Kusumawardhani, et al. [8] menyatakan bahwa rendahnya tingkat kunjungan wisatawan dikarenakan masih kurangnya promosi yang dilakukan oleh pemerintah setempat. Barata, et al. [9] menyatakan minat berkunjung kembali merupakan keinginan seseorang untuk mengunjungi kembali destinasi wisata yang sama dalam jangka waktu tertentu. daya tarik tempat wisata merupakan motivasi utama bagi pengunjung untuk melakukan kunjungan wisata [10]. Provinsi Jawa Tengah memiliki potensi pariwisata yang sangat besar. Jumlah wisatawan nusantara yang mengunjungi provinsi ini selama tiga tahun terakhir selalu melebihi 100 juta orang, dan Jawa Tengah secara konsisten masuk dalam tiga provinsi dengan jumlah wisatawan nusantara terbanyak (Badan Pusat Statistik, 2024). Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Tahun 2010-2025, terdapat empat Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) di Provinsi Jawa Tengah: Pangandaran – Nusakambangan dan sekitarnya; Semarang – Karimunjawa dan sekitarnya; Solo – Sangiran dan sekitarnya; serta Borobudur – Yogyakarta dan sekitarnya.

Kabupaten Cilacap adalah bagian dari 222 Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional (KPPN) dan termasuk dalam 50 Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) di DPN Pangandaran – Nusakambangan dan sekitarnya. DPN ini memiliki citra pariwisata dengan sebutan "Visit Indonesia's Alcatraz: Nusakambangan Island" (Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Tahun 2010-2025). Kabupaten Cilacap adalah kabupaten terluas di Provinsi Jawa Tengah, dengan luas mencapai 2.249,28 km², yang merupakan 6,48 persen dari total luas provinsi. Kabupaten ini terbagi menjadi 24 kecamatan dan terletak di selatan Pulau Jawa, menjadikannya kota pesisir dengan banyak objek daya tarik wisata pantai (Badan Pusat Statistik, 2024). Setiawan and Irawati [11] menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi kualitas pelayanan yang diharapkan. Menurut Putra, et al. [12] *amenitas* (fasilitas) pada dasarnya dapat diukur melalui tiga bagian yaitu: 1) Fasilitas utama; 2) Fasilitas pendukung; dan 3) Fasilitas pelengkap. Sedangkan menurut dalam penelitiannya menjelaskan bahwa *amenitas* dapat diukur melalui beberapa indikator,

yaitu: 1) Akomodasi; 2) Restoran; 3) toilet umum; 4) res area; 5) *souvenir shop*; 6) tempat parkir; dan 7) tempat ibadah.

Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kabupaten Cilacap Tahun 2011-2031 mencatat adanya 48 Daya Tarik Wisata (DTW), dengan 31 di antaranya merupakan objek wisata alam. Dengan luas yang besar, Kabupaten Cilacap menawarkan peluang signifikan di sektor pariwisata dan berpotensi bersaing secara nasional. Jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Cilacap dalam tiga tahun terakhir terus meningkat, mencapai 1.069.294 wisatawan pada tahun 2022. Namun, data jumlah wisatawan saja tidak cukup untuk mengukur daya saing pariwisata suatu wilayah. Untuk itu, perlu adanya indikator tambahan seperti kondisi demografis, kualitas layanan, aksesibilitas, dan keadaan sosio-ekonomi. variabel Periklanan, Penjualan Pribadi, Promosi Penjualan, dan Publisitas berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan [13]. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Agusra, et al. [14], yang menyatakan bahwa promosi yang terdiri dari periklanan, promosi penjualan, humas dan publisitas, penjualan personal dan pemasaran langsung secara simultan atau berama-sama berpengaruh terhadap keputusan kunjungan wisatawan. *Tourist attraction* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *tourist satisfaction* [15].

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) mengidentifikasi karakteristik pariwisata Kabupaten Cilacap, dan 2) menganalisis tingkat daya saing pariwisata Kabupaten Cilacap. Hasil analisis ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai daya saing industri pariwisata dan digunakan oleh pengelola atau pemerintah setempat untuk memperbaiki variabel indikator yang masih kurang dalam indeks daya saingnya.

2. METODE

2.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di Provinsi Jawa Tengah, tepatnya di Kabupaten Cilacap dengan luas wilayah sebesar 2.249,28 km² dan memiliki 24 Kecamatan, Gambar 1.

2.2 Teknik Analisis Data

Penelitian ini dianalisis dengan *mixed methods*, yaitu dengan analisis deskriptif kualitatif, deskriptif kuantitatif, analisis spasial, dan analisis *Competitiveness Monitor*.

Teknik analisis untuk mencapai tujuan penelitian pertama tentang bagaimana karakteristik pariwisata Kabupaten Cilacap maka digunakan analisis spasial untuk mengetahui penyebaran ODTW, persebaran akomodasi, dan persebaran rumah makan. Dilakukan juga deskriptif kuantitatif untuk mengetahui tren kunjungan wisatawan dengan melihat banyaknya kunjungan wisatawan pada ODTW dari tahun ke tahun. Dilakukan juga deskriptif kualitatif terhadap unsur-unsur kepariwisataan yang pada eksisting seperti daya tarik wisata, fasilitas pariwisata, fasilitas umum, dan kondisi jalan sebagai aksesibilitas pariwisata.



Gambar 1. Lokasi Penelitian

Teknik analisis untuk mencapai tujuan penelitian kedua tentang daya saing pariwisata yang dicapai dengan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Adapun analisis yang digunakan ialah metode analisis *Competitiveness Monitor* untuk mengetahui daya saing industri pariwisata di Kabupaten Cilacap. Perhitungan metode ini dilakukan dengan cara menghitung indeks daya saing pariwisata dengan memasukkan seluruh indikator daya saing dari *World Travel and Tourism Council* (WWTTC) sebanyak delapan indikator yaitu yaitu HTI, PCI, IDI, EI, TAI, HRI, OI, dan SDI.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Kondisi Pariwisata Kabupaten Cilacap

Kondisi pariwisata Kabupaten Cilacap ditinjau melalui hal-hal yang berinteraksi langsung dan memberikan dampak nyata dalam pariwisata. Elemen-elemen yang diamati dalam penelitian ini adalah wisatawan, aksesibilitas, jenis usaha pariwisata, serta kontribusi pariwisata dalam perekonomian Kabupaten Cilacap.

3.1.1 Wisatawan

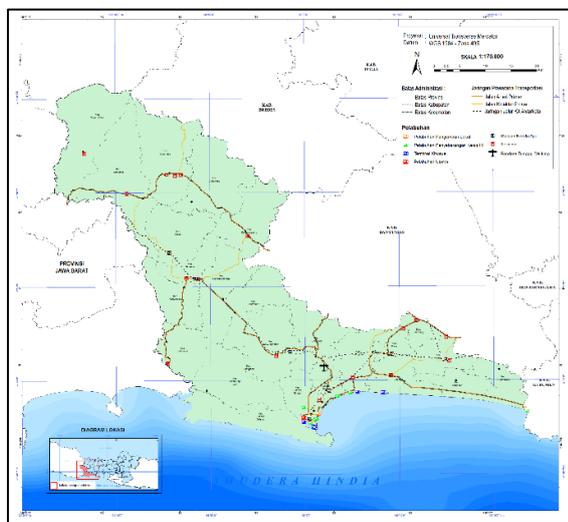
Dalam pembagiannya, wisatawan yang ada di Objek Daya Tarik Wisata Kabupaten Cilacap digolongkan menjadi dua jenis wisatawan berdasarkan asal wisatawannya itu sendiri, yakni wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara. Adapun terkait data wisatawan Kabupaten Cilacap dalam kurun waktu lima tahun terakhir dapat dilihat pada Tabel 1.

Kabupaten Cilacap bisa diakses melalui perjalanan darat, laut, dan udara. Kabupaten ini memiliki akses transportasi darat yang baik yang terdiri dari stasiun kereta api di tengah kota dan terminal penumpang tipe A, Pelabuhan Tanjung Intan sebagai sarana transportasi laut serta Bandar Udara Tunggal Wulung sebagai sarana transportasi udara yang masih masuk dalam kategori Bandar udara kelas III yang menyediakan penerbangan jarak tempuh pendek.

Tabel 1. Jumlah Wisatawan di Kab. Cilacap

Tahun	Wisatawan Nusantara	Wisatawan Mancanegara	Rata-rata lama tinggal
2015	469.645	0	-
2016	525.222	0	-
2017	665.884	18	-
2018	468.431	0	1,29
2019	89.070	8	1,36
2020	467.059	0	1,37
2021	845.009	0	3,03
2022	1.069.294	0	2,76

Sumber: *Dispora dan Badan Pusat Statistik (2020)*



Gambar 2. Peta aksesibilitas Kabupaten Cilacap

3.1.2 Aksesibilitas Pariwisata

Kabupaten Cilacap berbatasan langsung dengan Provinsi Jawa Barat di sebelah barat, Kabupaten Kebumen di sebelah Timur, dan Kabupaten Brebes di sebelah utara. Kab. Cilacap berjarak 251 km dari ibukota Provinsi Jawa Tengah, yakni Kota Semarang.

Selain moda transportasi, pengukuran aksesibilitas di suatu wilayah tidak lepas dari infrastruktur jalan, hal ini dikarenakan aksesibilitas sangat berperan penting dalam menggerekkan roda kehidupan pada suatu daerah, baik itu dalam aspek sosial, aspek ekonomi, maupun aspek politik. Adapun panjang jalan menurut permukaan jalan di Kabupaten Cilacap pada tahun 2022 dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Panjang jalan menurut jenis permukaan

Jenis Jalan	Panjang Jalan (km ²)
Tanah dan Lainnya	0,38
Telford, Kerikil	103,56
Perkerasan Rigid, Beton	192,41
Aspal, Penetrasi, Makadam	972,85

Sumber: *Badan Pusat Statistik, 2023.*

3.1.3 Jenis Usaha Pariwisata

Pengklasifikasian ODTW di Kabupaten Cilacap menurut Dispora dibagi menjadi 3 klasifikasi, yaitu ODTW alam, ODTW budaya, serta ODTW buatan. Untuk pengklasifikasian ODTW Kab. Cilacap dapat dilihat pada Tabel 3.

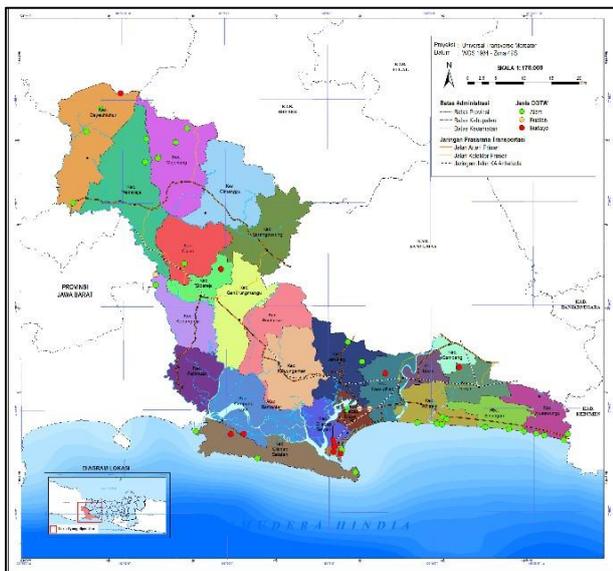
Tabel 3. Klasifikasi dan sebaran ODTW Kab. Cilacap

Jenis ODTW	Kecamatan	Jumlah
Alam	Kec. Adipala	6
	Kec. Binangun	2
	Kec. Cilacap Selatan	4
	Kec. Cilacap Utara	1
	Kec. Dayeuhluhur	4
	Kec. Jeruklegi	2
	Kec. Kedungreja	1
	Kec. Majenang	4
	Kec. Nusawungu	5
	Kec. Wanareja	2
Buatan	Kec. Kedungreja	1
	Kec. Kesugihan	2
	Kec. Cilacap Tengah	1
Budaya/Sejarah	Kec. Cilacap Selatan	3
	Kec. Cilacap Tengah	2
	Kec. Dayeuhluhur	1
	Kec. Kampung Laut	2
	Kec. Kesugihan	1
	Kec. Sampang	1
Kec. Sidareja	1	
Jumlah		47

Sumber: *Rencana Detail Tata Ruang Kab. Cilacap tahun 2011-2031*

Untuk melihat ODTW berdasarkan topografinya, dilakukan analisis spasial menggunakan analisis tumpang tindih atau yang biasa disebut *overlay* menggunakan fitur *identity* pada *arcgis*. Hal ini bertujuan untuk mengidentifikasi ketinggian dari setiap objek daya tarik wisata. Lalu dilakukan pengklasifikasian hasil ketinggian tersebut untuk mengetahui dominasi ODTW pada setiap ketinggian. Untuk klasifikasinya dapat dilihat pada Tabel 4.

Akomodasi merupakan salah satu penunjang kemajuan untuk sektor pariwisata. Dalam perkembangannya, di Kabupaten Cilacap sendiri jumlah fasilitas akomodasi semakin meningkat dari tahun ke tahun, tetapi akomodasi tersebut di tersebar di seluruh Kabupaten Cilacap, dapat dilihat pada Tabel 5.



Gambar 3. Peta Sebaran ODTW

Tabel 4. Klasifikasi ODTW berdasarkan ketinggian

Ketinggian (mdpl)	Klasifikasi ODTW	Jumlah	Total
0 – 50 m	Alam	20	31
	Buatan	3	
	Budaya	8	
51 – 75 m	Alam	1	3
	Buatan	1	
	Budaya	1	
76 – 200 m	Alam	8	9
	Buatan	-	
	Budaya	1	
201 – 500 m	Alam	1	1
	Buatan	-	
	Budaya	-	
501 – 1000 m	Alam	1	2
	Buatan	-	

Ketinggian (mdpl)	Klasifikasi ODTW	Jumlah	Total
1001 – 1500 m	Budaya	1	1
	Alam	-	
	Buatan	-	
Jumlah		1	47

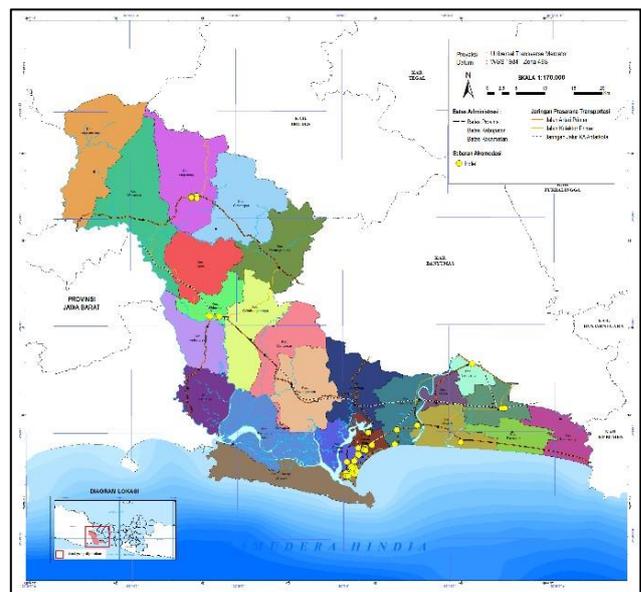
Sumber: RTRW Kab. Cilacap tahun 2011-2031 yang diolah penulis, 2024.

Di Kabupaten Cilacap sendiri, usaha yang bergerak dibidang akomodasi pada tahun 2022 ada sebanyak 54 hotel yang terbagi atas 14 hotel berbintang dan 40 hotel non bintang. Jika dilihat dari gambar 4.3 dan tabel 4.7 menunjukkan pertumbuhan akomodasi di Kabupaten Cilacap berpusat pada Kecamatan Cilacap Selatan yang merupakan ibukota kabupaten dengan total sebanyak 19 hotel.

Tabel 5. Fasilitas akomodasi Kab. Cilacap

Kecamatan	Kisaran Harga (Rupiah)	Jumlah
Kec. Adipala	200.000	1
Kec. Cilacap Selatan	280.000 – 425.000	18
Kec. Cilacap Tengah	211.000 – 316.000	9
Kec. Cilacap Utara	190.000 – 309.000	9
Kec. Kesugihan	89.000 – 110.000	3
Kec. Kroya	100.000 – 212.000	4
Kec. Majenang	100.000 – 115.000	6
Kec. Sampang	-	2
Kec. Sidareja	-	2
TOTAL		54

Sumber: Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kab. Cilacap, 2024



Gambar 4. Peta persebaran akomodasi

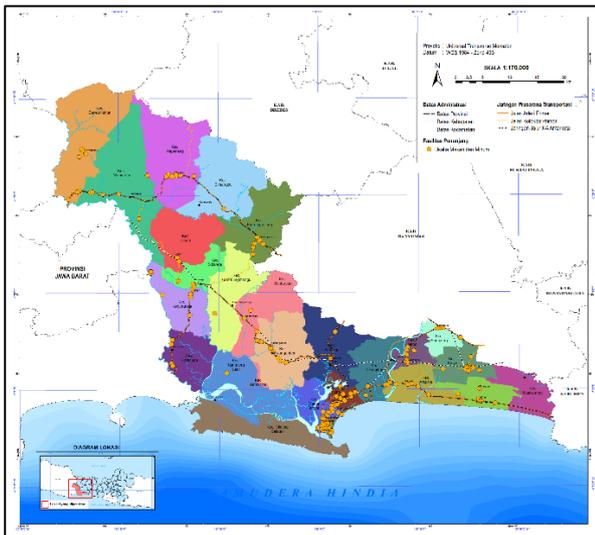
Selain usaha akomodasi, usaha makan dan minum juga merupakan salah satu fasilitas penunjang

untuk kemajuan sektor pariwisata. Pada Tahun 2022, berdasarkan data dari Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Cilacap tercatat ada sebanyak 205 usaha makanan dan minuman yang tersebar di beberapa kecamatan, dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Persebaran jumlah usaha makan dan minum

No.	Kecamatan	Jumlah Usaha
1	Kecamatan Adipala	5
2	Kecamatan Bantarsari	4
3	Kecamatan Binangun	11
4	Kecamatan Cilacap Selatan	31
5	Kecamatan Cilacap Tengah	23
6	Kecamatan Cilacap Utara	17
7	Kecamatan Cimanggu	1
8	Kecamatan Cipari	2
9	Kecamatan Dayeuhluhur	8
10	Kecamatan Gandrungmangu	1
11	Kecamatan Jeruklegi	3
12	Kecamatan Kampung Laut	1
13	Kecamatan Karangpucung	6
14	Kecamatan Kawunganten	14
15	Kecamatan Kedungreja	13
16	Kecamatan Kesugihan	7
17	Kecamatan Kroya	15
18	Kecamatan Majenang	13
19	Kecamatan Maos	10
20	Kecamatan Patimuan	4
21	Kecamatan Sampang	5
22	Kecamatan Sidareja	3
23	Kecamatan Wanareja	5
Total		205

Sumber: Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata, 2024.

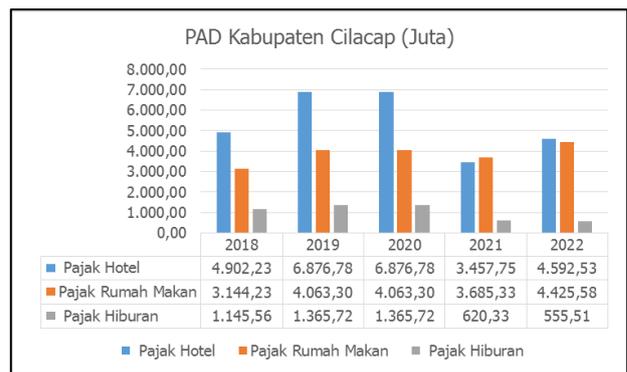


Gambar 5. Peta persebaran usaha makan dan minum

Berdasarkan data pada Tabel 6, jumlah usaha makan dan minum banyak tersebar di tiga kecamatan, yaitu Kec. Cilacap Tengah, Kec. Cilacap Utara, dan Kec. Cilacap Selatan. Hal tersebut dikarenakan tiga kecamatan tersebut merupakan pusat perekonomian dan perkotaan di Kab. Cilacap.

3.1.4 Perekonomian Wisata

Pendapatan ekonomi sektor pariwisata dalam pembahasan ini akan meninjau nilai pak dan retribusi sektor pariwisata yang tercatat sebagai Pendapatan Asli Daerah. Pada gambar 6 dapat dilihat bahwa realisasi PAD sektor pariwisata Kab. Cilacap dalam kurun waktu lima tahun terakhir.



Gambar 6. PAD Kabupaten Cilacap (juta)

Dari delapan objek pajak daerah Kabupaten Cilacap, hanya ada tiga jenis pajak yang dihitung sebagai pajak dari sektor pariwisata terdiri dari pajak hotel, pajak restoran dan rumah makan, serta pajak hiburan. Pajak hotel menjadi penyumbang PAD terbesar dan selalu konsisten dalam lima tahun terakhir. Di Tahun 2022, Sektor ini memiliki sumbangsih sebesar 47,97% dari total PAD sektor pariwisata di Kabupaten Cilacap. Selain pajak hotel, pajak rumah makan di Kabupaten Cilacap juga cukup besar, di tahun 2022 pendapatan pajak ini sebesar 46,22% dari total PAD Kabupaten Cilacap. Angka ini tidak berbeda jauh dengan nilai pendapatan hasil pajak dari sektor hotel.

3.2. Daya Saing Pariwisata Kabupaten Cilacap

Daya saing pariwisata merupakan suatu representasi dari indikator-indikator pembentuknya, yang di mana indikator-indikator tersebut berjumlah delapan, yaitu *Human Tourism Indicator* (HTI), *Price Competitiveness Indicator* (PCI), *Infrastructure Development Indicator* (IDI), *Environment Indikator* (EI), *Technology Advancement Indicator* (TAI), *Human Resources Indicator* (HRI), *Openess Indicator* (OI), dan *Social Development Indicator* (SDI), yang di mana semakin baik kinerja indikator-

indikator pembentuknya maka akan semakin tinggi pula daya saing pariwisata di suatu wilayah. Adapun perhitungan delapan indikator tersebut dapat dilihat pada Tabel 7.

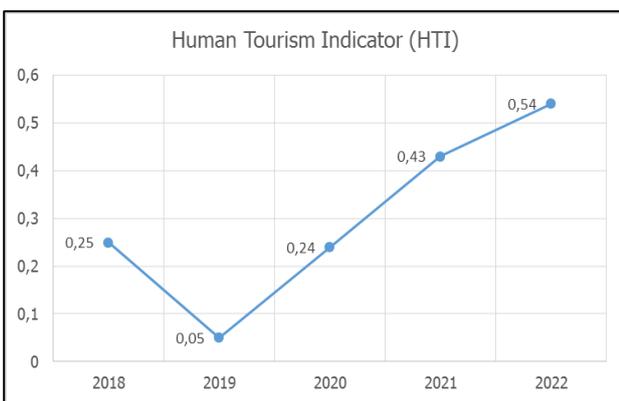
Tabel 7. Perhitungan delapan Indikator

Indikator	2018	2019	2020	2021	2022
HTI	0,25	0,05	0,24	0,43	0,54
PCI	0	2.219.520	0	0	0
IDI	59,37	72,33	83,49	85,46	88,76
EI	891,6	905,9	909,4	873,09	884,11
TAI	0,65	0,68	0,72	0,69	0,72
HRI	1,34	1,25	1,22	1,20	1,16
OI	0,00	0,02	0,00	0,00	0,00
SDI	1,29	1,36	1,37	3,03	2,76

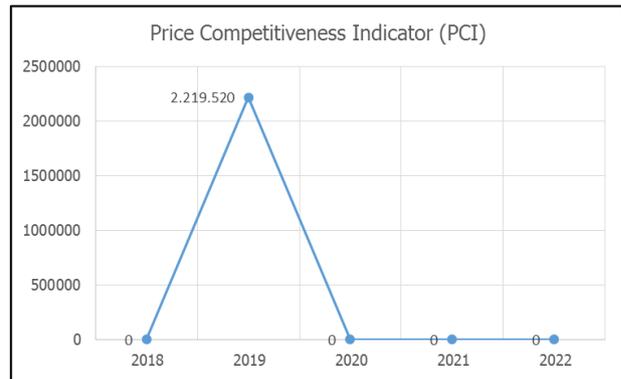
Sumber: Analisis penulis, 2024.

3.2.1 Human Tourism Indicator (HTI)

Human Tourism Indicator (HTI) pada Gambar 7, menjelaskan terkait perkembangan ekonomi akibat jumlah wisatawan yang datang di Kab. Cilacap. Indikator yang digunakan pada Human Tourism Indicator (HTI) yaitu rasio antara jumlah keseluruhan wisatawan baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara dengan jumlah penduduk Kab. Cilacap dari tahun 2018 hingga tahun 2022. Hasil dari HTI Kab. Cilacap mengalami fluktuatif, yang di mana pada tahun 2019 penurunannya sangat drastis yaitu sebesar 0,20 dari tahun sebelumnya dikarenakan adanya wabah Covid-19, lalu pada tahun-tahun berikutnya mengalami kenaikan secara terus menerus hingga menyentuh angka 0,54 di tahun 2022.



Gambar 7. Grafik indikator HTI dalam 5 tahun



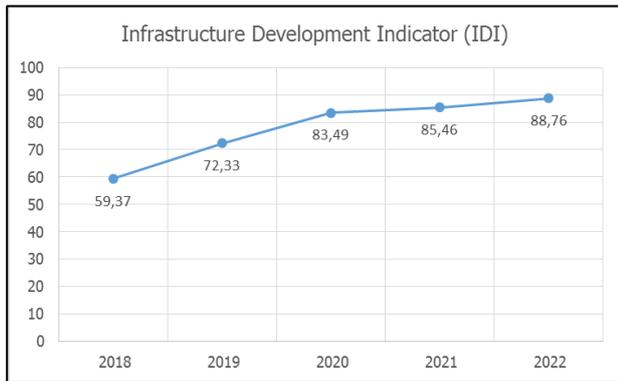
Gambar 8. Grafik indikator PCI dalam 5 tahun

3.2.2 Price Competitiveness Indicator (PCI)

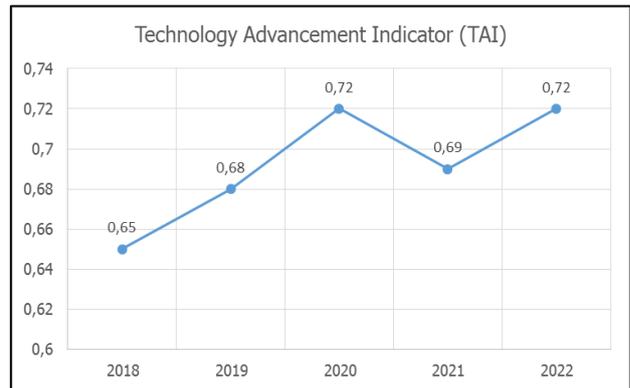
Indikator yang digunakan pada Price Competitiveness Indicator (PCI) yaitu kemampuan daya beli dalam hal ini yang dimaksud adalah rata-rata harga hotel di Kab. Cilacap dengan jumlah wisatawan mancanegara serta rata-rata masa tinggal wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Cilacap dari tahun 2018 hingga tahun 2022. Dari Gambar 8, dapat dilihat bahwa indikator PCI pada tahun 2019 adalah sebesar Rp. 2.219.520, sedangkan tahun yang lain tidak bisa dihitung dikarenakan tidak terdapat wisatawan mancanegara yang berkunjung di Kabupaten Cilacap.

3.2.3 Infrastructure Development Indikator (IDI)

Pada perhitungan IDI di Kab. Cilacap menggunakan persentase dari jumlah kualitas jalan baik (km) dengan jumlah jalan beraspal (km). Diketahui bahwa IDI Kab. Cilacap di setiap tahunnya terus mengalami kenaikan, yang di mana ini berarti pemerintah Kab. Cilacap rutin melakukan perbaikan jalan setiap tahun. Seperti yang dilihat pada Gambar 9, pada tahun 2018 kualitas jalan baik di Kab. Cilacap sepanjang 745,07 km dan di tahun 2022 menjadi 863,47 km, ini menandakan dalam kurun waktu lima tahun jalan di Kab. Cilacap bertambah 118,40 km jalan dengan kondisi baik. Tetapi untuk jalan beraspal mengalami sedikit penurunan kualitas di setiap tahunnya, hal ini dikarenakan pemerintah setempat masih fokus untuk pada perbaikan jalan di wilayah pedesaan.



Gambar 9. Grafik indikator IDI dalam 5 tahun



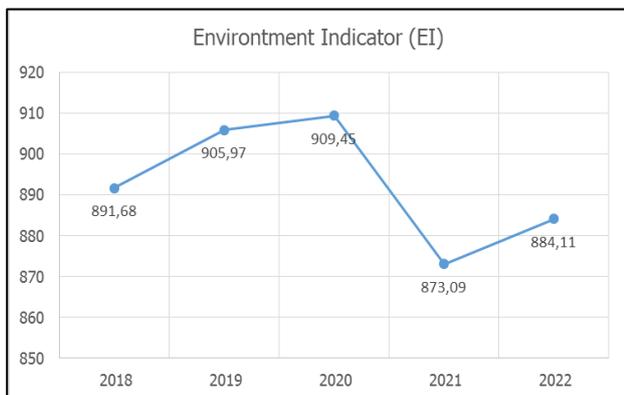
Gambar 11. Grafik indikator TAI dalam 5 tahun

3.2.4 Environment Indicator (EI)

Indikator yang digunakan dalam indikator ini ialah rasio antara jumlah penduduk dan luas daerah Kab. Cilacap dari tahun 2018 hingga tahun 2022. Gambar 10 menunjukkan Nilai dari EI Kabupaten Cilacap mengalami fluktuatif, dimana pada tahun 2018 hingga tahun 2020 terjadi kenaikan setiap tahunnya, namun pada tahun 2021 menurun dan angkanya naik lagi di tahun 2022 menjadi 884,11.

3.2.5 Technology Advancement Indikator (TAI)

Diketahui bahwa rasio penggunaan telepon seluler dalam lima tahun terakhir sudah lebih dari 60% yang artinya lebih dari setengah penduduk di Kab. Cilacap sudah memakai telepon seluler. Di tahun 2018 hingga tahun 2020 rasionya meningkat setiap tahunnya, tetapi di tahun 2021 menurun sebanyak 0,03 dan mengalami kenaikan lagi di tahun 2022 menjadi 0,72. Berdasarkan hal tersebut, kenaikan pengguna telepon seluler dapat membawa keuntungan yaitu dapat meningkatkan penyebaran potensi wisata yang ada di Kab. Cilacap jika dimanfaatkan dengan baik. Lihat grafik pada Gambar 11.



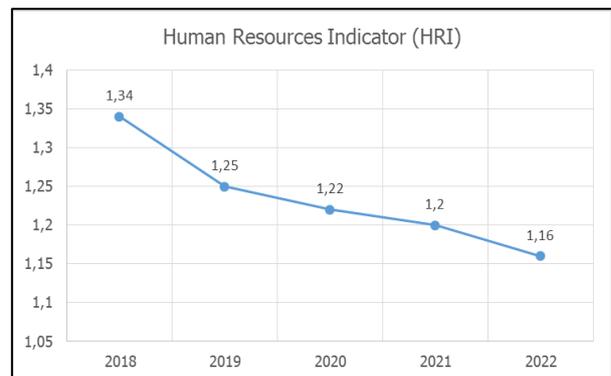
Gambar 10. Grafik indikator EI dalam 5 tahun

3.2.6 Human Resources Indicator (HRI)

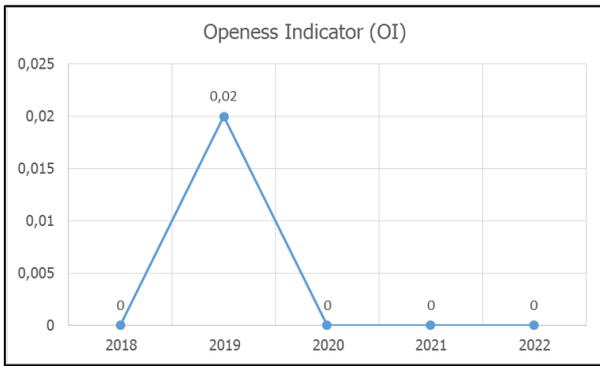
Pada indikator HRI di Kab. Cilacap terlihat bahwa dalam kurun waktu lima tahun terakhir terjadi penurunan nilai HRI setiap tahunnya walaupun jumlah penduduk bebas buta huruf dan jumlah penduduk berpendidikan terus meningkat di setiap tahunnya, Gambar 12. Hal ini dikarenakan tingkat pertumbuhan penduduk yang berpendidikan dengan jumlah tingkat pertumbuhan penduduk bebas buta huruf berbeda jauh. Tingkat pertumbuhan penduduk berpendidikan meningkat ±80.000 jiwa per tahun sedangkan tingkat pertumbuhan penduduk bebas buta huruf hanya ±20.000 jiwa per tahun.

3.2.7 Openess Indikator (OI)

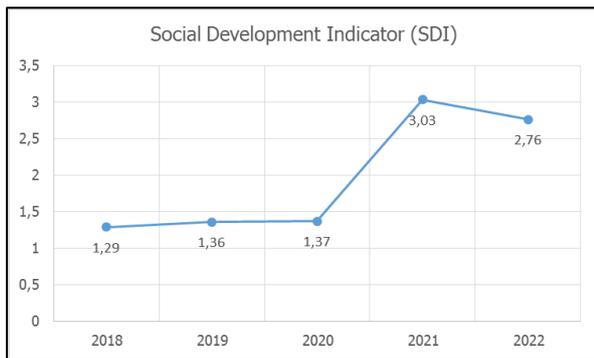
Pada Openess Indikator (OI) Kabupaten Cilacap ini tidak bisa dihitung untung setiap tahunnya dikarenakan tidak adanya pengunjung mancanegara yang berkunjung dengan tujuan wisata di tahun tertentu. Dalam lima tahun terakhir, tercatat hanya ada 8 wisatawan mancanegara di tahun 2019, selain itu di tahun yang lain tidak ada wisatawan mancanegara yang berkunjung, Gambar 13.



Gambar 12. Grafik indikator HRI dalam 5 tahun



Gambar 13. Grafik indikator OI dalam 5 tahun



Gambar 14. Grafik indikator SDI dalam 5 tahun

3.2.8 **Social Development Indicator (SDI)**

Pada indikator ini, diasumsikan semakin nyaman dan aman wisatawan berwisata di suatu daerah maka wisatawan akan memilih untuk menginap di destinasi wisata tersebut. Pada Gambar 14, menunjukkan bahwa rata-rata lama tinggal wisatawan dalam lima tahun terakhir paling tinggi pada tahun 2021 dengan rata-rata 3,03 hari.

Setelah melakukan perhitungan delapan indikator, dilakukan perhitungan kembali untuk menghasilkan indeks pariwisata dan indeks komposit untuk menghasilkan nilai akhir indeks daya saing pariwisata. Adapun hasil perhitungan indeks daya saing pariwisata Kab. Cilacap dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Perhitungan indeks daya saing pariwisata

Indikator	Indeks Daya Saing
Human Tourism Indicator (HTI), Rasio	1,79
Price Competitiveness Indicator (PCI), Rp	0,70
Infrastructure Development Indicator (IDI), %	2,20
Environment Indicator (EI), Rasio	1,90
Technology Advancement Indicator (TAI), %	2,09
Human Resources Indicator (HRI), %	1,43
Openess Indicator (OI), %	0,70

Social Development Indicator (SDI), Hari 1,35
 Sumber: Hasil analisis, 2024.

Berdasarkan data pada tabel 8, *Price Competitiveness Indicator* (PCI) dan *Openess Indicator* (OI) merupakan indikator dengan nilai indeks terendah di antara indikator lainnya yaitu di bawah 1,00 dan dua indikator dengan nilai indeks daya saing tertinggi yang menyentuh angka 2,00 yaitu *Infrastructue Development Indicator* (IDI) dan *Technology Advancement Indicator* (TAI).

Kab. Cilacap memiliki potensi pariwisata yang besar namun perlu meningkatkan daya saing terutama dalam aspek harga dan keterbukaan untuk wisatawan internasional. Pengembangan infrastruktur dan teknologi menjadi kunci utama dalam meningkatkan daya saing dan menarik lebih banyak wisatawan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, Kabupaten Cilacap memiliki sejumlah keunggulan dan tantangan dalam sektor pariwisata. Tingkat melek huruf di Kabupaten Cilacap mencapai 97,41%, dan 74,64% penduduknya merupakan pengguna telepon seluler. Pada tahun 2022, jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung mencapai 1.069.294 jiwa. Kabupaten ini memiliki akses transportasi yang baik melalui jalur darat, laut, dan udara, termasuk stasiun kereta api, terminal penumpang tipe A, Pelabuhan Tanjung Intan, dan Bandar Udara Tunggul Wulung yang merupakan bandara kelas III dengan penerbangan jarak pendek. Terdapat 47 objek daya tarik wisata (ODTW) yang terdiri dari 31 ODTW alam, 4 ODTW buatan, dan 11 ODTW budaya/sejarah. Usaha akomodasi berjumlah 54, sebagian besar berada di Kecamatan Cilacap Selatan, yang juga menjadi pusat aktivitas ekonomi dengan 205 usaha makanan dan minuman tersebar di seluruh wilayah.

Dari delapan indikator daya saing pariwisata yang dianalisis, indikator *Price Competitiveness Indicator* (PCI) dan *Openness Indicator* (OI) memiliki nilai indeks terendah, di bawah 1,00, sehingga masuk dalam tahap belum berkembang. Sebaliknya, *Infrastructure Development Indicator* (IDI) dan *Technology Advancement Indicator* (TAI) mencatat indeks tertinggi, mencapai angka 2,00, yang mencerminkan tahap penyempurnaan. Dengan kemajuan infrastruktur dan teknologi ini, Cilacap menunjukkan potensi besar untuk berkembang lebih lanjut. Namun, untuk meningkatkan daya saing secara keseluruhan, diperlukan upaya untuk

meningkatkan daya tarik wisata melalui harga yang lebih kompetitif dan keterbukaan yang lebih baik terhadap wisatawan internasional.

Rekomendasi: Untuk mengatasi kelemahan pada indikator PCI dan OI, pemerintah Kabupaten Cilacap perlu mengembangkan strategi harga akomodasi yang kompetitif dan meningkatkan promosi wisata internasional. Selain itu, investasi pada infrastruktur dan teknologi perlu dilanjutkan untuk

mempertahankan keunggulan yang sudah ada, termasuk pengembangan teknologi digital guna mempermudah akses informasi dan layanan reservasi. Diversifikasi daya tarik wisata juga penting, seperti pengembangan lebih banyak ODTW buatan dan budaya/sejarah, untuk menarik wisatawan dari berbagai segmen dan meningkatkan variasi pengalaman wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. Primadi, M. Simanjuntak, and I. Muflikhati, "Faktor penentu kepuasan dan minat kunjung ulang ekowisata," *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JABM)*, vol. 7, no. 1, pp. 110-110, 2021.
- [2] A. Jamira and A. Yandi, "Peran Customer Value dalam Memediasi Green Marketing terhadap Keputusan Pembelian Mobil Low Cost Green Car (LCGC) di Kota Jambi," *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, vol. 4, no. 2, pp. 392-402, 2019.
- [3] A. Rachman and M. A. Setyawan, "Potensi Pariwisata Religi di Kabupaten Banyuwangi," *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, vol. 9, no. 2, pp. 203-214, 2019.
- [4] H. Aliansyah and W. Hermawan, "The Role of the Tourism Sector in Growth Regency/City Economy in West Java," *Journal of Economic Development*, vol. 23, no. 1, pp. 39-55, 2019.
- [5] A. F. Bahari and M. Ashoer, "Pengaruh budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan pembelian konsumen ekowisata," *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi*, vol. 5, no. 1, pp. 68-78, 2018.
- [6] S. Hermawati and Y. Milawaty, "Potensi Industri Pariwisata Kabupaten Banyumas," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, vol. 21, no. 3, 2017.
- [7] Y. Mulyati and M. Afrinata, "Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Destinasi Wisata Pantai Carocok Painan Kabupaten Pesisir Selatan (Studi Kasus Pada Wisatawan Domestik)," *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, vol. 6, no. 2, pp. 191-200, 2018.
- [8] D. Kusumawardhani, D. Rostyaningsih, and A. Rengga, "Implementasi Kebijakan Promosi Potensi Wisata (Pantai Widuri) Kabupaten Pematang," *Journal of Public Policy and Management Review*, vol. 5, no. 2, pp. 491-501, 2016.
- [9] J. Barata, M. F. Fadli, and S. Steven, "PENGARUH PERCEIEVED VALUE, CITRA DESTINASI, DAN MOTIVASI PENGUNJUNG TERHADAP REVISIT INTENTION PENGUNJUNG WISATA PULAU LEMUKUTAN DI KABUPATEN BENGKAYANG," *Jurnal Ekonomi Integra*, vol. 12, no. 2, pp. 239-244, 2022.
- [10] R. Basiya and H. A. Rozak, "Kualitas dayatarik wisata, kepuasan dan niat kunjungan kembali wisatawan mancanegara di jawa tengah," *Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisataaan*, vol. 11, no. 2, 2012.
- [11] D. Setiawan and Z. Irawati, "Pengaruh Strategi Pemasaran Digital, Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan," *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, pp. 657-663, 2023.
- [12] R. E. Putra, A. Busari, and A. Kustiawan, "Strategi Pengembangan Sektor Pariwisata di Kabupaten Kutai Kartanegara," *Jurnal Ilmu Ekonomi Mulawarman (JIEM)*, vol. 4, no. 2, 2019.
- [13] Z. Wardah, T. Topowijono, and M. G. W. E. NP, "Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei Pada Pengunjung Taman Safari II Prigen Pasuruan)," Brawijaya University, 2016.
- [14] D. Agusra, E. O. Lussianda, and Y. Afriyeni, "Strategi promosi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan pada agrowisata tenayan raya pekanbaru provinsi riau," *AKUNTABEL: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, vol. 16, no. 1, pp. 54-61, 2019.
- [15] M. Almansur, "PENGARUH TOURIST ATTRACTION DAN SERVICE QUALITY TERHADAP REVISIT INTENTION DENGAN TOURIST SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Objek Wisata Pantai Mliwis Ambal)," Universitas Putra Bangsa, 2024.



© 2024 the Author(s), licensee Jurnal LINEARS. This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>)