

PENGUKURAN DAYA SAING KAMPUNG WISATA DI KOTA BANDUNG

THE COMPETITIVENESS OF TOURIST VILLAGES MEASUREMENT IN BANDUNG CITY

Taufiq Hidayat^{1*}

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata YAPARI Bandung
taufiqhi7912@gmail.com

Arisman Muhtar²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata YAPARI Bandung
arisman.m168@gmail.com

ABSTRACT

The success of a tourist destination in the world market cannot be separated from the influence of its competitiveness. The competitiveness of tourist destinations is an area that attracts the attention of tourism researchers. Tourism competitiveness has tremendous consequences for the tourism industry and is therefore of great interest to practitioners and policy makers. The approach to the competitiveness of tourist destinations has so far focused on the image or attractiveness of tourist destinations concentrating on attributes that are considered to attract visitors, such as climate, scenery and accommodation. There are various indicators used to measure the competitiveness index of tourist destinations, including those from the World Travel and Tourism Council (WTTC), which include the Human Tourism Indicator, Price Competitiveness Indicator, Infrastructure Development Indicator, Environment Indicator, Technology Advancement Indicator, Human Resources Indicator, Openness Indicator, Social Development Indicators. In general, these indicators are relatively general and not local specific in exploring the conditions and circumstances of a tourist attraction, even though this aspect is directly related to the conditions of a destination/tourist attraction. The aim of this research is to assess destination performance using indicators in the aspects of attractions/tourism objects, infrastructure, access, and services/management. In this study, data came from 50 tourists (n=50). The analysis used is the Importance-Performance Analysis (IPA) Model to create a ranking of various attributes of Tourism Villages which concerns 4 aspects, namely tourist attractions, facilities (amenities), access/affordability (access), and services. additional (ancillary), by analyzing which attributes have a level of correspondence between the level of importance and the level of performance. Based on the results of the analysis, the main indicators that must be improved are additional services, and attractions are still felt to not meet respondents' expectations. The management of Braga Tourism Village needs to improve the quality of its services, especially related to information services and cleaning staff, while the quality of services which are considered to be good needs to be maintained in order to provide comfort for visitors. The results obtained from Importance Performance Analysis (IPA) will be used to determine the right strategy to improve the company's performance.

Keywords: *Competitiveness, Tourist Villages, Importance-Performance Analysis (IPA)*

ABSTRAK

Suksesnya destinasi wisata di pasar dunia tidak terlepas dari pengaruh daya saingnya. Daya saing destinasi wisata menjadi bidang yang menarik perhatian para peneliti pariwisata. Daya saing wisata memberi konsekuensi yang luar biasa bagi industri pariwisata dan oleh karena itu sangat menarik bagi para praktisi dan pembuat kebijakan. Pendekatan terhadap daya saing destinasi wisata selama ini berfokus pada citra atau daya tarik destinasi wisata berkonsentrasi pada atribut-atribut yang dianggap menarik pengunjung, seperti iklim, pemandangan, dan akomodasi. Ada berbagai indikator yang digunakan untuk mengukur indeks daya saing destinasi wisata antaralain dari *World Travel and Tourism Council (WWTC)* yang meliputi *Human Tourism Indicator, Price Competitiveness Indicator, Infrastructure Development Indicator, Environment Indicator, Technology Advancement Indicator, Human Resources Indicator, Openess Indicator, Social Development Indicator*. Secara garis besar indikator-indikator tersebut relatif umum tidak spesifik lokal dalam mengeksplor kondisi dan keadaan suatu daya tarik wisata, padahal aspek ini berhubungan langsung dengan kondisi suatu destinasi/obyek wisata. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menilai kinerja destinasi menggunakan indikator pada aspek atraksi/obyek wisata, infrastruktur, akses, dan layanan/manajemen. Dalam penelitian ini data bersumber dari wisatawan sebanyak 50 orang (n=50). Analisis yang digunakan adalah Model *Importance-Performance Analysis (IPA)* untuk membuat peringkat (*rangking*) bermacam-macam atribut Kampung Wisata yang menyangkut 4 aspek, yaitu obyek wisata (*attraction*), fasilitas (*amenity*), akses/keterjangkauan (*access*), dan layanan tambahan (*anchillary*), dengan menganalisis atribut mana saja yang memiliki tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja. Berdasarkan hasil analisis, indikator utama yang harus diperbaiki adalah layanan tambahan, dan atraksi masih dirasa kurang memenuhi harapan responden. Pihak pengelola Kampung Wisata Braga perlu memperbaiki kualitas pelayanannya terutama terkait dengan layanan informasi dan petugas kebersihan, sedangkan kualitas pelayanan yang dinilai sudah baik perlu dipertahankan agar memberikan kenyamanan bagi pengunjung. Hasil yang didapat dari *Importance Performance Analysis (IPA)* akan digunakan untuk menentukan strategi yang tepat guna memperbaiki kinerja dari perusahaan.

Kata kunci: *Daya Saing, Kampung Wisata, Importance-Performance Analysis (IPA)*

PENDAHULUAN

Suksesnya destinasi wisata di pasar dunia tidak terlepas dari pengaruh daya saingnya. Daya saing destinasi wisata menjadi bidang yang menarik perhatian para peneliti pariwisata (Ritchie & Crouch, 2000). Daya saing wisata memberi konsekuensi yang luar biasa bagi industri pariwisata dan oleh karena itu sangat menarik bagi para praktisi dan pembuat kebijakan untuk memahami lebih dalam.

Pendekatan Crouch dan Ritchie terhadap daya saing destinasi wisata memperluas penelitian sebelumnya yang berfokus pada citra atau daya tarik destinasi wisata (Chon, Weaver, & Kim, 1991; Hu & Ritchie, 1993). Studi semacam itu merupakan bagian dari tradisi panjang penelitian citra destinasi wisata. (Gallarza, Saura, & Garcí'a, 2002) dan, sesuai dengan tradisi tersebut, penelitian yang telah dilakukan berkonsentrasi pada atribut-atribut yang dianggap menarik pengunjung, seperti iklim, pemandangan, dan akomodasi. Sementara itu jasa pariwisata secara umum diakui sebagai elemen penting dari citra destinasi wisata (Murphy, Pritchard, & Smith, 2000). Dalam penelitian citra destinasi wisata secara eksplisit memberikan

perhatian pada pada perusahaan yang memasok layanan dan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi daya saing perusahaan-perusahaan tersebut.

Penelitian tentang daya saing destinasi wisata yang dilakukan oleh Wibowo dan Nova Maulidian Hidayat (2017), meneliti beberapa aspek dari daya saing destinasi pariwisata Kota Bandung dalam menghadapi *ASEAN Economic Community*. Pendekatan yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Annisa dan Ganda Hutasoit (2018) dengan pendekatan analisa regresi meneliti pengaruh daya saing destinasi wisata terhadap implementasi *re-visiting commitmen* wisatawan ke objek-objek wisata di kota Palembang. Trisnawati, dkk mengukur daya saing industry pariwisata di Surakarta dan membandingkannya dengan Yogyakarta. Kajian yang sama, dilakukan pula oleh Damanik, dan Elidawaty Purba (2020) guna menentukan daya saing sektor pariwisata Kabupaten Simalungun dan membandingkannya dengan Kabupaten Samosir.

Ada berbagai indikator yang digunakan untuk mengukur indeks daya saing destinasi wisata antaralain dari *World Travel and Tourism Council* (WWTC). Berdasarkan WWTC ada 8 indikator pembentuk daya saing, yaitu (a) *Human Tourism Indicator*, HTI; (b) *Price Competitiveness Indicator*, PCI; (c) *Infrastructure Development Indicator*, IDI; (d) *Environment Indicator*, EI; (e) *Technology Advancement Indicator*, TAI; (f) *Human Resources Indicator*, (g) *Openess Indicator*, OI; dan (h) *Social Development Indicator*, SDI (Trisnawati,op.cit).

Indikator HTI, pengukurannya dengan *Tourism Impact Index* (TII), -- yaitu rasio antara penerimaan pariwisata dengan GDP; atau dengan *Tourism Paricipation Index* (TPI), -- yaitu rasio antara jumlah aktivitas turis (datang dan pergi) dengan jumlah penduduk daerah destinasi. Indikator lain yang tidak sesuai dengan kondisi lokal adalah PCI adalah rata-rata tarif minimum hotel yang merupakan hotel *worldwide*. IDI diproksi dengan income perkapita penduduk, sedangkan EI diukur dengan kepadatan penduduk dan emisi CO2. Selanjutnya TAI diukur dengan *telephone index* (rasio penggunaan *line telephone* dengan jumlah penduduk) dan *index export* (rasio ekspor produk-produk berteknologi tinggi: komputer, produk farmasi, mesinmesin industri dan elektronik dengan jumlah ekpor keseluruhan). Indikator lainnya, OI dengan menghitung rasio jumlah penerimaan dari turis internasional dengan total PAD dan ukuran SDI adalah lama rata-rata masa tinggal wisatawan di destinasiwisata . Secara garis besar indikator-indikator tersebut relatif umum tidak spesifik lokal dalam mengeksplor kondisi dan keadaan suatu daya tarik wisata.

Indikator penilaian yang spesifik lokal adalah dengan menggunakan indikator pada aspek atraksi atau daya tarik wisata, infrastruktur, akses, dan layanan atau manajemen (dalam konsep dikenal dengan *attraction, amentiy, access, dan anchillary, 4A*). Padahal aspek ini berhubungan langsung dengan kondisi suatu destinasi atau daya tarik wisata. Kaitannya dengan penilaian daya saing suatu destinasi, analisisnya perlu mengeksplor kondisi lokal yang ada (*existing*) dari suatu daya tarik wisata. Pendekatan yang sesuai dengan Analisa daya saing (suatu produk dalam industri) adalah mengadopsi model diamond dari Porter (Valiollahpour, et.al, 2014). Model ini mengalisa persyaratan yang diperlukan agar suatu produk memiliki daya saing tinggi dalam industry dan bagaimana upaya pengembangannya.

Berdasarkan uraian di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menilai kinerja destinasi menggunakan indikator pada aspek atraksi atau daya tarik wisata, infrastruktur, akses, dan layanan atau manajemen. mengetahui atribut yang dianggap penting oleh wisatawan ketika akan berwisata, mengetahui atribut yang dianggap memiliki kinerja bagus, dan mengetahui atribut yang dianggap sesuai antara kepentingan dan kinerja oleh wisatawan ketika akan berwisata di Kampung Wisata Kota Bandung.

METODOLOGI

Penelitian ini dilakukan di Kampung Wisata Braga Kota Bandung dengan pertimbangan bahwa kampung wisata ini berpotensi dalam kegiatan industri pariwisata. Analisis daya saing kampung wisata untuk mengukur daya saing industri pariwisata yang dapat mendorong kemajuan ekonomi daerah dan pendapatan asli daerah (PAD) di Kota Bandung. Waktu penelitian dimulai pada bulan September sampai dengan Oktober 2023. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk menjelaskan secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat suatu objek atau populasi tertentu. Dalam penelitian ini data bersumber dari wisatawan sebanyak 50 orang (n=50). Analisis yang digunakan adalah model *Importance-Performance Analysis* (IPA) untuk membuat peringkat (*rangking*) bermacam-macam atribut Kampung Wisata dan mengidentifikasi tindakan apa yang perlu dilakukan oleh pemangku kepentingan.

Atribut-atribut jasa akan diranking berdasarkan tingkat kepentingan pelanggan dan kinerja pengelola. Pengukuran daya saing menyangkut 4 aspek, yaitu obyek wisata (*attraction*), fasilitas (*amenity*), akses/keterjangkauan (*access*), dan layanan tambahan (*anchillary*). Masing-masing aspek 4A memiliki sejumlah variabel seperti yang terlihat pada tabel 3.1 berikut.

Tabel 1. Indikator dan variabel dari 4A yang diamati

Aspek	Variabel
Atraksi	1. Input (6 variabel): Keindahan panorama, Hawa sejuk, Suasana tenang, lingkungan bersih, Tanaman/satwa langka, sumber daya manusia pengelola 2. Permintaan (3 variabel): Banyaknya wisatawan yang berkunjung, jumlah wisatawan yang datang terus bertambah, Daya tampung (kapasitas) 3. Dukungan (5 variabel): Dukungan pedagang, Dukungan Kelurahan, Dukungan PEMKOT, Dukungan masyarakat, Dukungan Lembaga keuangan 4. Strategi persaingan (3 variabel): Pemasaran, Tingkat/keadaan persaingan, pengorganisasian lokasi
Akses	Jasa transport, Jasa pemandu
Fasilitas	Penginapan, Tempat ibadah, Toilet/WC, Tempat parkir, Area publik, Tempat sampah, Kuliner, Penataan tempat usaha
Layanan Tambahan/ Pendukung	Kebersihan area kampung wisata, Petugas kebersihan, Sarana/alat kebersihan, Penanganan sampah, Rambu/Himbauan, Keamanan, keamanan, Cindera mata, Organisasi/ perkumpulan, Layanan informasi

Prosedur atau langkah-langkah yang dilakukan dalam *Importance- Performance Analysis* (IPA) yaitu:

- 1. Pembobotan Tingkat Kepentingan (*Importance*) dan Tingkat Kinerja (*Performance*)**
Importance-Performance Analysis menggunakan skala likert, dengan menggunakan 5 peringkat yang masing-masing diberikan skor atau bobot seperti tercantum pada tabel 2.

Tabel 2. Pembobotan Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja

	Kriteria Jawaban	Skor
Skor Tingkat Kepentingan (Importance)	▪ Sangat Tidak Penting	1
	▪ Tidak Penting	2
	▪ Netral	3
	▪ Penting	4
	▪ Sangat Penting	5
Skor Tingkat Kinerja (Performance)	▪ Sangat Tidak Puas	1
	▪ Tidak Puas	2
	▪ Netral	3
	▪ Puas	4
	▪ Sangat Puas	5

2. Menghitung Nilai Kesesuaian Antara Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja

Tingkat kesesuaian ini akan menentukan urutan prioritas yang harus mendapat perhatian utama dari kampung wisata. Rumus yang digunakan yaitu (Resfani, 2013):

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan:

TKi = tingkat kesesuaian responden

Xi = skor penilaian kinerja

Yi = skor penilaian tingkat kepentingan

3. Diagram Kartesius

Importance-Performance Analysis (IPA) dalam operasionalisasinya menggunakan sebuah matriks yaitu Diagram Kartesius. Untuk menjabarkannya pada Diagram Kartesius, tingkat kinerja (*performance*) dilambangkan pada sumbu mendatar (X), sedangkan tingkat kepentingan (*importance*) dilambangkan pada sumbu tegak (Y). Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut (Resfani, 2013):

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n}$$

Keterangan: $\bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$

\bar{X} = skor rata-rata tingkat kerja

\bar{Y} = skor rata-rata tingkat Kepentingan

$\sum Xi$ = jumlah total skor kinerja

$\sum Yi$ = jumlah total skor kepentingan

n = jumlah responden

Selanjutnya dihitung \bar{X} (rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja) dan \bar{Y} (rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan). Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut (Resfani, 2013):

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{X}_i}{k}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{Y}_i}{k}$$

Keterangan:

K = banyaknya atribut/pernyataan pelayanan dalam kuesioner yang diberikan kepada responden

Interpretasi dari *Importance-Performance Analysis* disajikan dalam bentuk grafik yang memiliki empat kuadran yang akan ditunjukkan pada Kuadran *Importance-Performance Analysis* sumbu Y (*Importance*) menunjukkan tingkat kepentingan yang dirasakan pengunjung dari atribut yang dipilih, dan sumbu X (*Performance*) menunjukkan kinerja produk atau jasa dalam kaitannya terhadap atribut produk.

Kuadran 1 “*Concentrate Here*”, atribut yang dirasakan menjadi sangat penting bagi responden, namun tingkat performa cukup rendah. Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus ditingkatkan dengan cara pengelola daya tarik wisata harus melakukan perbaikan secara terus menerus sehingga *performance* variabel yang ada dalam kuadran ini akan meningkat.

Kuadran 2 “*Keep Up the Good Work*”, atribut yang dirasakan menjadi sangat penting bagi responden, dan pada saat yang bersamaan, pengelola daya tarik wisata terlihat memiliki tingkat kinerja yang tinggi dalam aktivitas ini. Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus tetap dipertahankan karena semua variabel ini menjadikan produk tersebut unggul di mata pengunjung.

Kuadran 3 “*Low Priority*”, atribut berada pada tingkat kepentingan yang rendah dan tingkat performa yang rendah. Walaupun tingkat performa rendah, manajer tidak harus terlalu terkonsentrasi karena atribut pada kuadran ini dirasa tidak terlalu penting.

Kuadran 4 “*Possible Overkill*”, pada sel ini terdapat atribut yang rendah tingkat kepentingannya, tapi performanya terlalu tinggi. Responden merasa puas dengan performa pengelola daya tarik wisata tersebut, tetapi manajer harus mempertimbangkan usaha yang dilakukan agar dapat dikurangi guna menghemat biaya pengelolaan.

Kuadran *Importance-Performance Analysis*

I M P O R T A N C E	Quadrant I Concentrate Here High Importance Low Performance	Quadrant II Keep Up the Good Work High Importance High Performance
	Quadrant III Low Priority Low Importance Low Performance	Quadrant IV Possible Overkill Low Importance High Performance
	P E R F O R M A N C E	
	P E R F O R M A N C E	

Gambar 1. Diagram Kartesius

Sumber : Martilla and James (1977) dalam Samantha Murdy et. al. (2012)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tingkat Kesesuaian

Dari 4 atribut yang ditampilkan, 2 di antaranya mendapatkan skor kinerja yang lebih baik dibandingkan dengan skor kepentingan. Hal ini menunjukkan bahwa atribut tersebut sudah dirasa tepat atau bahkan melebihi apa yang responden harapkan. Atribut tersebut yaitu fasilitas yang tersedia di Kampung Wisata Braga, dan aksestabilitas menuju Kampung Wisata Braga. Sedangkan 2 atribut lainnya yaitu layanan tambahan, dan atraksi masih dirasa kurang memenuhi harapan responden. Kampung Wisata Braga memiliki akses yang mudah untuk dijangkau dan memiliki berbagai fasilitas yang cukup memadai untuk dijadikan sebagai lokasi berwisata. Tabel 3 di bawah ini merupakan hasil uji tingkat kesesuaian dengan membandingkan antara tingkat kinerja dan tingkat kepentingan.

Tabel. 3 Perbandingan Tingkat Kesesuaian Kinerja Dan Kepentingan

No	Atribut	Skor Total		Tingkat Kesesuaian % (Tki)	Urutan Prioritas
		Xi	Yi		
1	Atraksi	3,59	3,69	0,97	2
2	Akses	3,65	3,71	0,99	4
3	Fasilitas	3,57	3,67	0,98	3
4	Layanan Tambahan	3,41	3,58	0,95	1

Sumber : data primer diolah, 2023

Hasil dari tingkat kesesuaian dapat digunakan untuk melihat peringkat atau *ranking* dari atribut kampung wisata yang diteliti dari yang terendah sampai yang tertinggi, sehingga terlihat urutan prioritas upaya peningkatan atau perbaikan kualitas pelayanan jasa oleh pihak pengelola Kampung Wisata Braga. Dalam tabel 3 tersebut terdapat tingkat kesesuaian yang memiliki nilai hampir 100% serta nilai kurang dari 100% pula. Untuk atribut yang memiliki tingkat kesesuaian kurang dari 100% menunjukkan bahwa pihak pengelola Kampung Wisata Braga perlu memperbaiki kualitas pelayanannya. Untuk tingkat kesesuaian yang telah mendekati 100% menunjukkan bahwa atribut tersebut sudah baik dan harus dipertahankan dan ditingkatkan lagi.

Pada kolom urutan prioritas, prioritas atribut yang sangat perlu untuk mendapat perhatian adalah layanan tambahan dengan perolehan tingkat kesesuaian sebesar 95%. Pihak pengelola Kampung Wisata Braga perlu memperbaiki atau meningkatkan kembali tingkat layanan tambahan. Sedangkan atribut dengan tingkat kesesuaian yang paling tinggi atau tidak membutuhkan perhatian lebih yaitu akses dengan perolehan tingkat kesesuaian sebesar 99%.

Importance-Performance Analysis (IPA)

Setelah menganalisis atribut penentu kualitas dari Kampung Wisata Braga, maka langkah selanjutnya adalah mengetahui nilai rata-rata tingkat kepentingan dan rata-rata tingkat kinerja yang telah diberikan oleh responden. Secara lengkap skor rata-rata masing-masing indikator pertanyaan disajikan dalam tabel berikut.

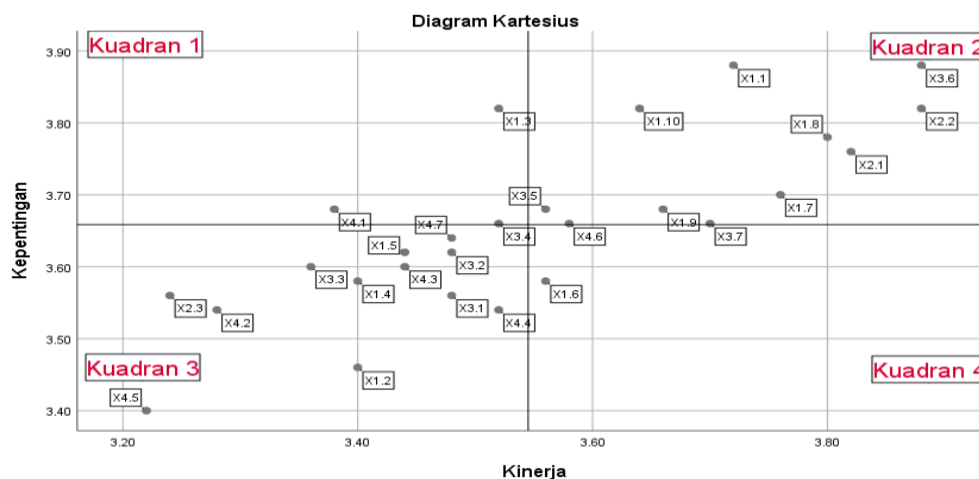
Tabel 4 Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja

Indikator Pertanyaan Dari Atribut Kampung Wisata	Kode Atribut	Rata-rata Tingkat Kepentingan (\bar{Y})	Rata-rata Tingkat Kinerja (\bar{X})
Panorama	X1.1	3,88	3,72
Suasana	X1.2	3,46	3,40
Lingkungan	X1.3	3,82	3,52
Udara	X1.4	3,58	3,40
SDM Pengelola	X1.5	3,62	3,44
Kapasitas / daya tampung	X1.6	3,58	3,56
Dukungan Pedagang	X1.7	3,70	3,76
Dukungan Pemerintah	X1.8	3,78	3,80
Dukungan Masyarakat	X1.9	3,68	3,66
Aktivitas Pemasaran	X1.10	3,82	3,64
Jasa Transportasi Menuju Lokasi	X2.1	3,76	3,82
Jasa Pemandu di Lokasi	X2.2	3,82	3,88
Layanan Informasi	X2.3	3,56	3,24
Kondisi Penginapan	X3.1	3,56	3,48

Indikator Pertanyaan Dari Atribut Kampung Wisata	Kode Atribut	Rata-rata Tingkat Kepentingan (\bar{Y})	Rata-rata Tingkat Kinerja (\bar{X})
Tersedianya Tempat Ibadah	X3.2	3,62	3,48
Kondisi Toilet / WC	X3.3	3,60	3,36
Tersedianya Tempat Parkir	X3.4	3,66	3,52
Kondisi Tempat Sampah	X3.5	3,68	3,56
Tersedianya Area Kuliner	X3.6	3,88	3,88
Penataan Tempat Usaha	X3.7	3,66	3,70
Penanganan Sampah	X4.1	3,68	3,38
Petugas Kebersihan Yang Sigap	X4.2	3,54	3,28
Sarana/Alat Kebersihan di Area Kampung Wisata	X4.3	3,60	3,44
Rambu/Petunjuk Arah Yang Memadai	X4.4	3,54	3,52
Keamanan di Lokasi	X4.5	3,40	3,22
Keberadaan Tempat Cendra Mata	X4.6	3,66	3,58
Organisasi/Perkumpulan Dalam Melayani	X4.7	3,64	3,48
Σ		98,78	95,72
Rata-rata		3,65	3,54

Sumber : Data primer diolah, 2023

Tabel di atas menunjukkan skor rata-rata tingkat kinerja dan tingkat kepentingan masing-masing indikator pertanyaan yang akan diplotkan pada diagram kartesius. Diagram kartesius terbagi menjadi 4 kuadran. Masing-masing kuadran tersebut dibatasi oleh perpotongan dua garis tegak lurus pada titik \bar{X} dan \bar{Y} . \bar{X} merupakan nilai tengah dari skor rata-rata tingkat kinerja pelayanan jasa, sedangkan \bar{Y} merupakan nilai tengah dari skor rata-rata tingkat kepentingan bagi pengguna jasa. Nilai tengah dari skor rata-rata tingkat kinerja pelayanan jasa berpotongan tegak lurus terhadap sumbu horizontal, sedangkan nilai tengah dari skor rata-rata tingkat kepentingan bagi pengguna jasa berpotongan tegak lurus terhadap sumbu vertikal.



Gambar 2. Diagram Kartesius Skor Rata-Rata Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan

Kuadran I “Concentrate Here”

Kuadran I (*Concentrate Here*) merupakan suatu daerah yang memuat indikator-indikator yang dianggap penting, namun kenyataannya belum sesuai harapan pengunjung. Tingkat kepuasan yang diperoleh pada kuadran I menunjukkan kualitas masih sangat rendah sehingga indikator-indikator yang masuk dalam kuadran I merupakan prioritas untuk ditingkatkan agar minat pengunjung bertambah. Indikator pertanyaan berdasarkan atribut dari Kampung Wisata Braga yang masuk pada kuadran I yaitu lingkungan, tersedianya tempat parkir, penanganan sampah. Pengunjung berharap agar pengelola Kampung Wisata Braga dapat menata Kembali lingkungan agar lebih asri dan memperhatikan terkait pengelolaan sampah dan perparkiran sehingga lingkungan sekitar tidak semerawut dan terkesan kumuh.

Kuadran II “Keep Up The Good Work”

Kuadran II (*Keep Up The Good Work*) merupakan suatu daerah yang memuat indikator-indikator yang dianggap penting dan sudah sesuai harapan pengunjung. Tingkat kepuasan yang diperoleh relatif tinggi sehingga indikator-indikator yang masuk dalam kuadran II harus dipertahankan karena semua indikator tersebut menjadikan pelayanan jasa unggul di mata pengunjung. Indikator pertanyaan berdasarkan atribut dari Kampung Wisata Braga yang masuk pada kuadran II yaitu panorama, dukungan pedagang, pemerintah, dan masyarakat, aktivitas pemasaran, jasa transportasi menuju ke lokasi, jasa pemandu di lokasi, tersedianya area kuliner, penataan tempat usaha, dan keberadaan tempat cendra mata.

Panorama adalah sebuah pemandangan yang luas dari sebuah wilayah yang biasanya meliputi pemandangan alam yang indah atau kota yang ramai. Dalam industri pariwisata panorama sering digunakan untuk mempromosikan lokasi wisata, Kampung Wisata Braga tidak bisa dilepaskan dari sejarah kawasan Braga itu sendiri yang sudah sangat terkenal semenjak era kolonial Belanda. Terdapat Gedung-gedung indah bergaya arsitektur era kolonial Belanda membuat pengalaman visual yang indah bagi para pengunjung sehingga membantu calon pengunjung dalam membuat keputusan perjalanan. Adanya dukungan pedagang, pemerintah, dan Masyarakat perlu dipertahankan untuk mendukung pembangunan pariwisata yang berkelanjutan, karena tanpa adanya dukungan dari pemerintah pengusaha, dan Masyarakat pengembangan kampung wisata sulit untuk terealisasi.

Jasa transportasi menuju ke lokasi, dan jasa pemandu di lokasi perlu dipertahankan, dinilai sudah cukup memadai karena keberadaannya memberi rasa nyaman dan memudahkan untuk menjangkau lokasi kampung wisata oleh pengunjung. Tersedianya area kuliner, penataan tempat usaha, dan keberadaan tempat cendra mata, telah dinilai penting oleh responden. Pengunjung akan lebih tertarik untuk melakukan kunjungan ketika terdapat tempat kuliner dan keberadaan tempat cendra mata untuk membeli oleh-oleh. Tempat usaha yang tertata akan menjadi prioritas utama seseorang ketika ingin berkunjung.

Kuadran III “Low Priority”

Merupakan suatu daerah yang memuat indikator-indikator yang dianggap kurang penting dan pada kenyataannya tingkat kinerja pihak pengelola Kampung Wisata Braga dinilai kurang baik serta tidak terlalu memuaskan pengunjung. Peningkatan indikator-indikator yang masuk dalam kuadran III perlu dipertimbangkan kembali karena tidak terlalu berpengaruh dan juga manfaat yang dirasakan oleh pengguna jasa sangat kecil. Indikator pertanyaan berdasarkan indikator kualitas pelayanan Kampung Wisata Braga yang masuk pada kuadran III diantaranya suasana, udara, SDM pengelola, layanan informasi, kondisi penginapan, tersedianya tempat ibadah, kondisi toilet/WC, petugas kebersihan yang sigap, sarana kebersihan di area, petunjuk arah yang memadai, keamanan di lokasi, dan organisasi atau perkumpulan dalam melayani.

Suasana dan udara serta kondisi SDM pengelola Kampung Wisata Braga dinilai tidak terlalu bermasalah karena tidak mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung. Layanan

informasi, kondisi toilet/WC, petugas kebersihan yang sigap serta keamanan di lokasi tidak terlalu menjadi masalah bagi pengunjung karena masih dalam batas wajar. Pengunjung memaklumi karena keterbatasan kapasitas SDM pengelola. Kedepannya diharapkan kapasitas SDM pengelola lebih ditingkatkan melalui pelatihan keterampilan SDM pariwisata oleh pemerintah daerah bekerjasama dengan pihak kampus pariwisata. Ketersediaan tempat ibadah, kondisi penginapan juga dinilai sudah cukup baik sehingga pengunjung tidak merasa khawatir. Sarana kebersihan, petunjuk arah, dan organisasi perkumpulan dalam melayani pengunjung tidak terlalu menjadi masalah bagi pengunjung meskipun hanya terdapat di beberapa titik area saja. Sarana kebersihan yang ada di area Kampung Wisata Braga saat ini sudah cukup baik sehingga memberikan kenyamanan bagi pengunjung.

Kuadran IV “Possible Overkill”

Merupakan suatu daerah yang memuat indikator-indikator yang dianggap kurang penting, namun pelayanan yang diberikan dirasa terlalu berlebihan oleh pengunjung. Indikator-indikator yang masuk dalam kuadran IV dapat dikurangi agar pengelola sebagai penyedia layanan jasa dapat menghemat biaya. Indikator pertanyaan berdasarkan indikator kualitas pelayanan Kampung Wisata Braga yang masuk pada kuadran IV adalah kapasitas atau daya tampung. Konsep daya tampung lingkungan pariwisata merujuk pada kapasitas lingkungan untuk menanggung dampak dari aktivitas pariwisata tanpa mengalami degradasi yang signifikan atau kehilangan nilai ekologis, sosial, atau budaya. Hal tersebut melibatkan pengukuran dan pemahaman terhadap berbagai faktor yang mempengaruhi keseimbangan antara kegiatan pariwisata dan kapasitas lingkungan.

Pihak pengelola Kampung Wisata Braga perlu melakukan evaluasi kapasitas lingkungan untuk menanggung pengunjung berdasarkan pada ketersediaan sumber daya alam seperti air, udara, dan lahan. Pihak pengelola harus menerapkan prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan dalam pengembangan pariwisata, termasuk pemanfaatan teknologi hijau, penggunaan energi terbarukan, dan desain infrastruktur yang ramah lingkungan. Dengan memahami dan menerapkan prinsip-prinsip ini, destinasi pariwisata dapat menjaga daya tariknya sambil melindungi warisan alam dan budayanya untuk generasi mendatang serta meminimalkan risiko biaya dari dampak negatif kegiatan pariwisata.

SIMPULAN

Penelitian ini memberikan sejumlah kontribusi terhadap literatur pariwisata dan literatur mengenai pengukuran daya saing pariwisata. Penelitian ini mengisi kesenjangan penting dalam literatur dengan mengembangkan metodologi yang telah mengoperasionalkan konsep destinasi wisata. Daya saing dengan cara yang berguna bagi para peneliti, pelaku industri, dan pembuat kebijakan. Secara khusus, hal ini telah menunjukkan pentingnya memasukkan faktor-faktor yang spesifik lokal dengan menggunakan indikator pada aspek atraksi atau daya tarik wisata, infrastruktur, akses, dan layanan atau manajemen (4A).

Dalam menerapkan metodologi ini, pentingnya memahami daya tarik pariwisata dan faktor-faktor terkait bisnis dalam menentukan daya saing destinasi pariwisata. Hal ini telah memperkuat nilai dari proses dua tahap yang menilai pentingnya faktor-faktor penentu daya saing serta daya saingnya relatif terhadap destinasi pesaing. Penggunaan IPA menawarkan metode analisis yang umum dalam penelitian destinasi pariwisata namun tidak dalam penelitian literatur daya saing umum dan dengan demikian memberikan kontribusi terhadap literatur daya saing umum. Penelitian yang dilakukan terhadap kinerja Kampung Wisata Braga menyimpulkan bahwa terdapat beberapa indikator pelayanan yang dirasa masih kurang baik oleh pengunjung. Penilaian terhadap kinerja Kampung Wisata Braga pada atribut jasa pemandu di lokasi dan tersedianya area kuliner memiliki prosentase tertinggi yaitu 3,88 dan perlu

ditingkatkan kinerjanya. Sedangkan atribut layanan informasi memiliki prosentase terendah tingkat kinerja yaitu 3,24 dan menjadi prioritas utama ditingkatkan kinerjanya.

Berdasarkan hasil analisis tingkat kepentingan dan tingkat kinerja pada atribut Kampung Wisata Braga dapat dideskripsikan sebagai berikut.

1. Atribut yang dianggap penting oleh pengunjung ketika akan melakukan kunjungan ke Kampung Wisata Braga yaitu lingkungan, tersedianya tempat parkir, penanganan sampah. Pengunjung berharap agar pengelola Kampung Wisata Braga dapat menata Kembali lingkungan agar lebih asri dan memperhatikan terkait pengelolaan sampah dan perparkiran sehingga lingkungan sekitar tidak semerawut dan terkesan kumuh.
2. Atribut yang dianggap memiliki kinerja bagus oleh pengunjung ketika akan melakukan kunjungan ke kampung Wisata Braga yaitu panorama, dukungan pedagang, pemerintah, dan masyarakat, aktivitas pemasaran, jasa transportasi menuju ke lokasi, jasa pemandu di lokasi, tersedianya area kuliner, penataan tempat usaha, dan keberadaan tempat cendra mata.
3. Atribut yang dianggap sesuai antara kepentingan dan kinerja oleh pengunjung ketika akan melakukan kunjungan yaitu panorama, dukungan pedagang, pemerintah, dan masyarakat, jasa transportasi menuju ke lokasi, jasa pemandu di lokasi, tersedianya area kuliner, penataan tempat usaha, dan keberadaan tempat cendra mata.

Saran

1. Pada atribut SDM pengelola, layanan informasi, kondisi toilet/WC, petugas kebersihan yang sigap, sarana kebersiahan di area, petunjuk arah yang memadai, serta keamanan di lokasi, pihak pengelola Kampung Wisata Braga perlu mempertimbangkan peningkatan kapasitas SDM pengelola, memperhatikan kondisi toilet/WC dan petugas kebersihannya serta meningkatkan keamanan agar dapat bersaing dengan kampung wisata atau daya tarik wisata lain.
2. Pada atribut aktivitas pemasaran perlu lebih digencarkan lagi terutama promosi melalui media sosial, pihak pengelola perlu menggali kemampuan masyarakat setempat yang memiliki kreativitas untuk membuat konten dan menulis skrip sebagai bahan promosi di media sosial.
3. Agar dampak pengembangan pariwisata dapat di rasakan oleh masyarakat perlunya perbaikan serta peningkatan kualitas sarana dan prasarana, seperti papan informasi jalan, rambu-rambu, area parkir, serta keberadaan tempat usaha, dan tempat cendra mata harus lebih menonjolkan budaya Sunda. Meningkatkan kuantitas dan kualitas SDM yang memadai dalam hal melayani wisatawan dengan memberikan pelatihan mengenai kepariwisataan, peningkatan promosi Kampung Wisata Braga melalui media sosial dan elektronik.

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, Lusiana, M., dan Hutasoit, G. (2018). Pengaruh Daya Saing Destinasi Wisata Terhadap Implementasi Re-Visiting Commitmen Wisatawan Objek Wisata di Kota Palembang. *Jurnal Manajemen Dewantara, Volume 1 Nomor 2 Desember 2018*.
- Chon, K. S., Weaver, P. A., & Kim, C. Y. (1991). Marketing your community: Image analysis in Norfolk. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 31(4)*, 24–27.
- Damanik, Darwin, dan Elidawaty Purba. (2020). Analisis Daya Saing Sektor Pariwisata Di Kabupaten Simalungun. *EKUILNOMI: Jurnal Ekonomi Pembangunan, Vol. 2 No. 2 Nov 2020*.
- Gallarza, M. G., Saura, I. G., & Garcí'a, H.C.(2002).Destination image towards a conceptual framework. *Annals of Tourism Research, 29(1)*, 56–72.

- Hu, Y.Z., & Ritchie, J.R.B.(1993).Measuring destination attractiveness: A contextual approach. *Journal of Travel Research*, 32(2), 25–35.
- Murdy, S., & Pike, S. (2012). Perceptions of visitor relationship marketing opportunities by destination marketers: An importance-performance analysis. *Tourism Management*, 33(5), 1281-1285.
- Murphy, P., Pritchard, M. P., & Smith, B. (2000). The destination product and its impact on traveller perceptions. *Tourism Management*, 21(1), 43–52.
- Pratiwi, I. W., & Hendrawan, D. (2018). Implementasi importance-performance analysis (ipa): analisis preferensi konsumen muda mie setan malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 1-20.
- Ritchie, J.R.B., & Crouch, G.I.(2000).The competitive destination: A sustainability perspective. *Tourism Management*, 21(1), 1–7.
- Saputra, B., & Savitri, D. (2020). Penerapan Metode Importance Performance Analysis (IPA) Untuk Menganalisis Kinerja Suroboyo Bus Sebagai Moda Transportasi Umum Berdasarkan Tingkat Kepuasan Pengguna. *MATHunesa: Jurnal Ilmiah Matematika*, 8(3), 239-253.
- Trisnawati, Rina, Wiyadi, dan Edy Priyono. 2018. Analisa Daya Saing Industri Pariwisata Untuk Meningkatkan Ekonomi Daerah: (Kajian Perbandingan Daya Saing Pariwisata antara Surakarta dengan Yogyakarta). *Jurnal Ekonomi Pembangunan*. 13(2). <https://doi.org/10.20885/ejem.v13i2.224>
- Valiollahpour, Morteza, Sahar Valiollahpour, Farshid Hasannejad, Seyedeh Maryam Hosseini, Saman Akhavan Niaki. 2014. New Approach to Strategy at the Diamond Model Based on Competitiveness. *International Journal of Scientific Management and Development*, Vol. 2 (6),213 -220 June (2014).
- Wibowo, Sukarno dan Hidayat, N, M. 2017. Daya Saing Destinasi Pariwisata Kota Bandung Di Era Asean Economic Community (Aec). *Barista, Volume 4, Nomor 2, Desember 2017*.