

DAFTAR ISI

JUDUL	I
PERSETUJUAN	III
PRAKATA	V
DAFTAR ISI	VII
DAFTAR GAMBAR	X
DAFTAR TABEL	XIII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.1.1. Daya Saing dan Pariwisata Internasional	1
1.1.2. Daya Saing dan Pariwisata Indonesia	3
1.1.3. Daya Saing dan Pariwisata Sumatera Utara	8
1.1.4. Daya Saing dan Perencanaan	11
1.1.5. Permasalahan Daya Saing Destinasi dengan Tipologi Wisatawan	14
1.2. Pembatasan Masalah dan Asumsi-Asumsi	18
1.3. Pertanyaan Penelitian	19
1.4. Tujuan Penelitian	19
1.5. Manfaat Penelitian	20
1.6. Signifikansi Penelitian	20
1.7. Rasionalitas Penelitian	20
1.8. Keaslian Penelitian	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	27
2.1. Daya Saing	27
2.1.1. Konsep Daya Saing Global	27
2.1.2. Daya Banding dan Daya Saing	29
2.1.3. Daya Saing Destinasi	30
2.1.5. Model- Model Daya Saing Destinasi	34
2.1.5.1. Model Ritchie dan Crouch (2003)	34
2.1.5.2. Model Dwyer (2004)	38
2.1.5.3. Model WTTC (2004)	38
2.1.5.4. Model WEF (2007)	40
2.1.6. Faktor-Faktor Daya Saing Destinasi versi WEF	42
2.2. Destinasi Pariwisata	48
2.2.1. Pengertian	48
2.2.2. Destinasi Sebagai Sistem	53
2.2.3. Destinasi Sebagai Produk	57
2.2.4. Tipologi Destinasi	59
2.2.5. Aspek Spasial dalam Perencanaan Destinasi	60
2.2.6. Interdependensi antara <i>Supply</i> dan <i>Demand</i>	64
2.3. Tipologi Wisatawan	65
2.3.1. <i>Psychocentric</i>	70
2.3.2. <i>Allocentric</i>	72

BAB III METODE PENELITIAN	79
3.1. Metode Penelitian	79
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian	80
3.3. Jenis Data	80
3.3.1. Data Primer	80
3.3.2. Data Sekunder	81
3.4. Teknik Pengumpulan Data	81
3.5. Teknik Pengambilan Sampel	82
3.5.1. Populasi	82
3.5.2. Penentuan sampel penelitian	82
3.6. Strategi Penelitian	85
3.6.1. Metode Delphi	86
3.6.2. Metode Survei	88
3.7. Teknik Analisis Data	89
3.7.1. Statistik Deskriptif	89
3.7.2. Korelasi Rank Spearman's Rho	89
3.7.3. Penentuan Tipe <i>Psychographic</i> Wisatawan	90
3.8. Definisi Operasional dan Alur Pikir Penelitian	91
3.9. Profil Responden	96
3.9.1. Negara asal	96
3.9.2. Jenis kelamin	96
3.9.3. Umur	96
3.9.4. Pendidikan	97
3.9.5. Pengaturan perjalanan	97
3.9.6. Tipologi <i>Psychographic</i>	98
BAB IV DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN	99
4. 1. Profil Provinsi Sumatera Utara	99
4.1.1. Letak Geografis	99
4.1.2. Topografi	100
4.1.3. Iklim	101
4.1.4. Administratif	102
4.1.5. Kependudukan	104
4.1.6. Potensi Sumatera Utara	105
4.2. Pariwisata Sumatera Utara	106
4.2.1. Kawasan Pariwisata	106
4.2.1.1. Medan	106
4.2.1.2. Bukit Lawang	108
4.2.1.3. Tangkahan	110
4.2.1.4. Berastagi	111
4.2.1.5. Toba - Samosir	113
4.2.1.6. Nias	116
4.2.2. Aksesibilitas	118
4.2.3. Fasilitas akomodasi	119
4.2.4. Profil Pasar Wisata Mancanegara Sumatera Utara	120
4.2.5. Cakupan Wilayah Penelitian	123
BAB V ANALISIS HASIL PENELITIAN	125
5.1. Faktor-Faktor Daya Saing Destinasi Pariwisata Regional Berbasis <i>Demand</i>	125

5.2. Perbedaan Urutan Prioritas Faktor-Faktor Daya Saing Destinasi Regional Dipandang dari Tiap-Tiap Tipe Wisatawan	134
5.2.1. Prioritas Tipe <i>Psychocentric</i>	142
5.2.2. Prioritas Tipe <i>Allocentric</i>	145
5.3. Hubungan Tipologi Wisatawan dengan Faktor-Faktor Daya Saing Destinasi Pariwisata Regional	149
5.3.1. Hubungan Tipe Wisatawan dengan Nilai Penting Image Destinasi	149
5.3.2. Hubungan Tipe Wisatawan dengan Nilai Penting Alam	152
5.3.3. Hubungan Tipe Wisatawan dengan Nilai Penting Budaya	154
5.3.4. Hubungan Tipe Wisatawan dengan Nilai Penting Keamanan Destinasi	156
5.3.5. Hubungan Tipe Wisatawan dengan Nilai Penting Keramahan Penduduk	161
5.3.6. Hubungan Tipe Wisatawan dengan Nilai Penting Akses ke Destinasi	162
5.3.7. Hubungan Tipe Wisatawan dengan Nilai Penting Harga	164
5.3.8. Hubungan Tipe Wisatawan dengan Nilai Penting Pelayanan	165
5.3.9. Hubungan Tipe Wisatawan dengan Nilai Penting Keragaman Aktivitas	168
5.3.10. Hubungan Tipe Wisatawan dengan Nilai Penting Sustainability Lingkungan	169
BAB VI PEMBAHASAN	176
6.1. Perspektif Daya Saing Destinasi	177
6.2. Perspektif Tipologi Wisatawan	180
6.3. Perspektif Perencanaan Destinasi Pariwisata	185
BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN	192
7.1. Kesimpulan	192
7.2. Implikasi	192
7.2.1. Implikasi Teoritis	192
7.2.2. Implikasi Praktis (Kebijakan)	193
7.2.3. Implikasi Spasial (Keruangan)	197
7.3. Keterbatasan Penelitian	199
7.4. Saran Penelitian Lanjutan	200
DAFTAR PUSTAKA	201
LAMPIRAN	214
LAMPIRAN-1 : PANDUAN MODIFIKASI FAKTOR DAYA SAING VERSI WEF	214
LAMPIRAN-2 : PENGERTIAN REGIONAL	221
LAMPIRAN-3 : QUESTIONNAIRE	223

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	<i>Trend</i> Kunjungan Wisatawan ke Indonesia	5
Gambar 2.	<i>Trend</i> Pengeluaran Wisatawan Mancanegara di Indonesia	6
Gambar 3.	Trend Perolehan Devisa Sektor Pariwisata Periode 2001 – 2012	6
Gambar 4.	Posisi Sumatera Utara dalam Peta Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) dan Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN)	8
Gambar 5.	Peta Destinasi Pariwisata di Sumatera Utara	9
Gambar 6.	<i>Trend</i> Kunjungan Wisman ke Indonesia dan Sumatera Utara	10
Gambar 7.	Model Daya Saing Destinasi Ritchie & Crouch	37
Gambar 8.	Model Daya Saing Destinasi Dwyer	38
Gambar 9.	Model Daya Saing WTTC	39
Gambar 10.	Model Daya Saing <i>World Economic Forum</i> (WEF)	41
Gambar 11.	Korelasi Tingkat Daya Saing dengan Jumlah Kunjungan Wisatawan	41
Gambar 12.	Korelasi Tingkat Daya Saing dengan Pengeluaran Wisatawan	42
Gambar 13.	Elemen Destinasi Pariwisata versi WTO	54
Gambar 14.	<i>Model Planning Hierarchy</i>	60
Gambar 15.	<i>The Tourism Functioning System</i>	64
Gambar 16.	Ragam Tipologi Wisatawan Menurut Sejumlah Peneliti	66
Gambar 17.	<i>Population Curve of Psychographic Group</i>	69
Gambar 18.	Model <i>Psychographic Plog</i>	70
Gambar 19.	Posisi <i>Psychographic</i> Destinasi-Destinasi pada Tahun 1972 Berdasarkan Tipologi Plog	77
Gambar 20.	Posisi <i>Psychographic</i> Destinasi-Destinasi pada Tahun 2001 Berdasarkan Tipologi Plog	77
Gambar 21.	Diagram Alur Pikir Penelitian	92
Gambar 22.	Letak Geografis Sumatera Utara	99
Gambar 23.	Peta Administratif Sumatera Utara	100
Gambar 24.	Peta Administratif Batas Wilayah Kecamatan Sumatera Utara	103
Gambar 25.	Beberapa Sudut Pemandangan Bangunan Tua di Kota Medan	106
Gambar 26.	Peta Posisi Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara	107
Gambar 27.	Beberapa Daya Tarik Wisata yang Terdapat di Kota Medan	107
Gambar 28.	Peta Lokasi Bukit Lawang	108
Gambar 29.	Ilustrasi Penampakan Orang Utan dan Satwa Liar di Bukit Lawang	109

Gambar 30. Beberapa Spot Pemandangan dan Aktivitas di Bukit Lawang.	109
Gambar 31. Peta Posisi Geografis Tangkahan	110
Gambar 32. Beberapa Spot Pemandangan dan Aktivitas di Tangkahan	111
Gambar 33. Peta Posisi Kawasan Berastagi	112
Gambar 34. Beberapa Spot Daya Tarik Wisata di Berastagi dan Sekitarnya	112
Gambar 35. Beberapa Daya Tarik Wisata pada Jalur Wisata Berastagi-Toba	113
Gambar 36. Peta Posisi Geografis Toba-Samosir	114
Gambar 37. Beberapa Spot Pemandangan di Kawasan Danau Toba	115
Gambar 38. Pemandangan Danau Toba dari Simalem <i>Resort</i> dan Sipiso-piso	115
Gambar 39. Peta Posisi Geografis Pulau Nias	116
Gambar 40. Pergelaran Tari Perang dan Budaya Lompat Batu di Nias	117
Gambar 41. Sebaran Kawasan Pariwisata di Sumatera Utara	118
Gambar 42. Perkembangan Penumpang (Domestik dan internasional) Angkutan Udara Sumatera Utara, Januari – Desember 2013	119
Gambar 43. Ilustrasi 10 Besar Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Sumatera Utara tahun 2010	121
Gambar 44. Grafik Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisman dari 3 Pintu Masuk Januari – Desember 2013	122
Gambar 45. Cakupan Wilayah Penelitian	123
Gambar 46. Ilustrasi Daya Tarik Wisata di sekitar Kawasan Penelitian (Medan, Brastagi, Toba)	124
Gambar 47. Ilustrasi metode penentuan bobot faktor daya saing destinasi pariwisata regional berbasis <i>demand</i>	129
Gambar 48. Nilai respon kelompok wisatawan terhadap pentingnya citra baik destinasi (<i>image</i>)	150
Gambar 49. Nilai respon kelompok wisatawan terhadap pentingnya daya tarik alam (<i>nature</i>)	152
Gambar 50. Nilai respon kelompok wisatawan terhadap pentingnya daya tarik budaya	155
Gambar 51. Ilustrasi Aktivitas Wisatawan di Lokasi Medan Pertempuran	158
Gambar 52. Nilai respon kelompok wisatawan terhadap isu keamanan	159
Gambar 53. Nilai respon kelompok wisatawan terhadap pentingnya keramahan penduduk	161

Gambar 54. Nilai respon kelompok wisatawan terhadap pentingnya akses ke destinasi	163
Gambar 55. Nilai respon kelompok wisatawan terhadap pentingnya harga	164
Gambar 56. Nilai respon kelompok wisatawan terhadap pentingnya pelayanan	165
Gambar 57. Nilai respon kelompok wisatawan terhadap pentingnya keragaman aktivitas	168
Gambar 58. Nilai respon kelompok wisatawan terhadap pentingnya sustainabilitas lingkungan	170
Gambar 59. Faktor-faktor dengan pola cenderung menurun	172
Gambar 60. Faktor-faktor dengan pola cenderung mendaki (naik)	172
Gambar 61. Faktor-faktor dengan pola cenderung mendatar	173
Gambar 62. Faktor dengan pola cenderung melengkung	173
Gambar 63. Gabungan pola-pola hubungan antar tipe wisatawan dengan faktor-faktor daya saing destinasi	174
Gambar 64. Pola hubungan antar tipe wisatawan dengan faktor-faktor daya saing di dalam grafik garis	175
Gambar 65. Komparasi Model <i>Psychographic</i> Plog dengan Sumatera Utara	181
Gambar 66. Tingkat kepuasan wisatawan berdasarkan tipe <i>psychographic</i>	183
Gambar 67. Komparasi Model <i>Psychographic</i> Plog dengan Jogja	184
Gambar 68. Peta sebaran wisatawan tipe <i>psychocentric</i> dan <i>psychocentric</i>	187
Gambar 69. Peta Sebaran Wisatawan Tipe <i>Mid-Psycho</i> dan <i>Mid-Allo</i>	187
Gambar 70. Peta sebaran wisatawan tipe <i>mid-psycho</i> dan <i>mid-allo</i>	188
Gambar 71. Peta sebaran semua tipe wisatawan	188
Gambar 72. Ilustrasi Perbedaan Kawasan Yang Dikunjungi Wisatawan Berdasarkan Tipologi <i>Psychographic</i>	189
Gambar 73. Implikasi Keruangan dan Fokus Pengembangan Kawasan Wisata di Sumatera Utara	198

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Sepuluh Negara Penerima Wisatawan Tertinggi Tahun 2008 dan 2010	2
Tabel 2.	Sepuluh Negara Penerima Devisa Tertinggi Tahun 2008 dan 2010	3
Tabel 3.	Komparasi Daya Saing Indonesia Dibandingkan Negara Pesaing di ASEAN	4
Tabel 4.	Statistik Kunjungan Wisatawan di Indonesia 2001 – 2012	4
Tabel 5.	Kinerja Ekonomi Pariwisata Indonesia Berdasarkan Indikator Ekonomi Tahun 2001-2008	7
Tabel 6.	Perbandingan Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia dan Sumatera Utara dalam Tiga Dasawarsa (1981 – 2010)	10
Tabel 7.	Rata-Rata Kontribusi Sumatera Utara Terhadap Total Kunjungan Wisatawan ke Indonesia (dalam %)	11
Tabel 8.	Data Kunjungan Wisatawan Belanda, Australia, Amerika dan Malaysia ke Sumatera Utara Periode 2007 - 2011	22
Tabel 9.	Penelitian-Penelitian Terkait Daya Saing Destinasi	25
Tabel 10.	Beberapa Definisi Daya Saing	31
Tabel 11.	Karakteristik Kunci Definisi Daya Saing menurut Beberapa Pengarang	32
Tabel 12.	Tahapan, Tempat dan Waktu Penelitian	80
Tabel 13.	Sebaran Responden Delphi	84
Tabel 14.	Rincian Jumlah Sampel Penelitian	85
Tabel 15.	Plog's <i>Psychographic Scoring System</i>	91
Tabel 16.	Konsep Operasional Variabel Penelitian	93
Tabel 17.	Distibusi Responden Berdasarkan Negara Asal	96
Tabel 18.	Distibusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	96
Tabel 19.	Distibusi Responden Berdasarkan Kelompok Umur	97
Tabel 20.	Distibusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	97
Tabel 21.	Distibusi Responden Menurut Pengaturan Perjalanan	98
Tabel 22.	Distibusi Reresponden Berdasarkan Tipologi <i>Psychographic</i> Plog	98
Tabel 23.	Luas Daerah menurut Kabupaten/Kota Tahun 2012	102
Tabel 24.	Luas Wilayah, Jumlah Penduduk, dan Kepadatan Penduduk menurut Kabupaten/Kota Tahun 2012	104

Tabel 25.	Beberapa Perusahaan Penerbangan yang Beroperasi ke Bandara Kualanamu	119
Tabel 26.	Statistik Akomodasi di Sumatera Utara periode 2008 – 2012	120
Tabel 27.	Jumlah Wisman yang Datang ke Sumatera Utara menurut Pintu Masuk periode 2008 – 2012	121
Tabel 28.	Usulan Awal Faktor Daya Saing Destinasi Pariwisata Regional Berdasarkan <i>Demand</i>	126
Tabel 29.	Rumusan Delphi Tahap ke 2 Faktor Daya Saing Destinasi Pariwisata Regional Berdasarkan <i>Demand</i>	127
Tabel 30.	Hasil Rumusan Delphi Tahap ke 3 Faktor Daya Saing Destinasi Pariwisata Regional Berdasarkan <i>Demand</i>	128
Tabel 31.	Faktor-Faktor Daya Saing Destinasi Pariwisata Regional Berdasarkan <i>Demand</i> (Ringkasan Hasil Akhir Delphi)	130
Tabel 32.	Komparasi Faktor Daya Saing versi Crouch dengan Temuan Riset ini	131
Tabel 33.	Pengelompokan Rumusan Faktor Hasil Delphi ke Dalam Faktor Gabungan	133
Tabel 34.	Sebaran Tipe <i>Psychographic</i> Responden yang Berkunjung ke Sumatera	134
Tabel 35.	Pengelompokan Faktor Daya Saing Berdasarkan Kategori Prioritas	136
Tabel 36.	Perbedaan Urutan Prioritas antar Tipe Wisatawan	137
Tabel 37.	Perbandingan Urutan Prioritas antara Tipe <i>Psychocentric</i> dan <i>Near Psycho</i>	138
Tabel 38.	Hasil Korelasi Rank Spearman Urutan Prioritas antara Tipe <i>Psychocentric</i> dan <i>Near-Psycho</i>	139
Tabel 39.	Perbandingan Urutan Prioritas antara Tipe <i>Mid Psycho</i> dan <i>Mid Allo</i>	140
Tabel 40.	Hasil Korelasi Rank Spearman Urutan Prioritas antara Tipe <i>Mid- Psycho</i> dan <i>Mid-Allo</i>	140
Tabel 41.	Perbandingan Urutan Prioritas antara Tipe <i>Near-Allo</i> dan <i>Allocentric</i>	141
Tabel 42.	Hasil Korelasi Rank Spearman Urutan Prioritas antara Tipe <i>Near Allo</i> dan <i>Allocentric</i>	142
Tabel 43.	Rumusan Prioritas Wisatawan Tipe <i>Psychocentric</i>	145
Tabel 44.	Rumusan Prioritas Wisatawan Tipe <i>Allocentric</i>	149
Tabel 45.	Korelasi Tipe Wisatawan dengan Nilai Penting Image Destinasi	149

Tabel 46.	Korelasi Tipe Wisatawan dengan Nilai Penting Alam	152
Tabel 47.	Korelasi Tipe Wisatawan dengan Nilai Penting Budaya	154
Tabel 48.	Korelasi Tipe Wisatawan dengan Isu Keamanan Destinasi	156
Tabel 49.	Korelasi Tipe Wisatawan dengan Pentingnya Keramahan Penduduk	161
Tabel 50.	Korelasi Tipe Wisatawan dengan Pentingnya Akses ke Destinasi	163
Tabel 51.	Korelasi Tipe Wisatawan dengan Pentingnya Harga	164
Tabel 52.	Korelasi Tipe Wisatawan dengan Pentingnya Pelayanan	165
Tabel 53.	Distribusi Umur Responden Berdasarkan Tipe Wisatawan	166
Tabel 54.	Distribusi Negara Asal Responden Berdasarkan Tipe Wisatawan	167
Tabel 55.	Korelasi Tipe Wisatawan dengan Pentingnya Keragaman Aktivitas	168
Tabel 56.	Korelasi Tipe Wisatawan dengan Pentingnya Sustainability Lingkungan	169
Tabel 57.	Prioritas Peningkatan Faktor-Faktor Daya Saing Berbasis Tipe <i>Psychographic</i>	197