

# **DAYA SAING DAERAH TUJUAN WISATA**

**(Studi Kasus Rendahnya Daya Saing  
Taman Wisata Alam Kawah Ijen Banyuwangi)**

## **DISERTASI**

**Untuk Memenuhi Pereyaranan  
Memperoleh Gelar Doktor**



Oleh

**SLAMET RIYADI**

**0930202033**

**PROGRAM DOKTOR ILMU MANAJEMEN  
PASCASARJANA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
MALANG  
2012**

# **DAYA SAING DAERAH TUJUAN WISATA**

**(Studi Kasus Rendahnya Daya Saing  
Taman Wisata Alam Kawah Ijen Banyuwangi)**

## **DISERTASI**

**Untuk Memenuhi Persyaratan  
Memperoleh Gelar Doktor**



Oleh

**SLAMET RIYADI**  
**0930202033**

**PROGRAM DOKTOR ILMU MANAJEMEN  
PASCASARJANA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
MALANG  
2012**

# DISERTASI

## DAYA SAING DAERAH TUJUAN WISATA (Studi Kasus Rendahnya Daya Saing Taman Wisata Alam Kawah Ijen Banyuwangi)

Oleh :

**SLAMET RIYADI**

0930202033

Dipertahankan di depan penguji  
Pada tanggal: **10 Juli 2012**  
Dan dinyatakan memenuhi syarat

**Komisi Promotor,**

  
Prof. Dr. Djumilah Hadiwidjojo, SE  
**Promotor**

  
Dr. Djumahir, SE., MM  
**Ko - Promotor 1**

  
Luchman Hakim, Ssi, Magr.Sc.Ph.D  
**Ko - Promotor 2**

Mengetahui,

a.n. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Brawijaya  
Ketua Program Doktor Ilmu Manajemen



  
Prof. Armanu, SE., M.Sc., Ph.D  
Nip. 19540818 198303 1 004

## LEMBAR IDENTITAS PROMOTOR DAN PENGUJI

**Judul** : DAYA SAING DAERAH TUJUAN WISATA (Studi Kasus Rendahnya Daya Saing Taman Wisata Alam Kawah Ijen Banyuwangi)  
**Nama Mahasiswa** : SLAMET RIYADI  
**Program Studi** : DOKTOR ILMU MANAJEMEN

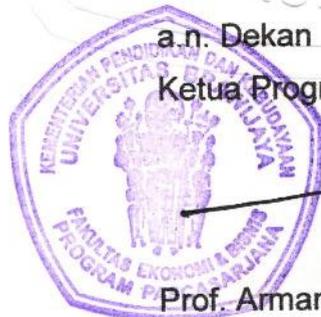
### KOMISI PROMOTOR

**Promotor** : Prof. Dr. Djumilah Hadiwidjojo, SE  
**Ko-Promotor 1** : Dr. Djumahir, SE., MM  
**Ko-Promotor 2** : Luchman Hakim, Ssi, Magr.Sc.Ph.D

### TIM PENGUJI

**Dosen Penguji 1** : Prof. Dr. Ubud Salim, SE., MA  
**Dosen Penguji 2** : Prof. Dr. Umar Nimran, MA  
**Dosen Penguji 3** : Prof. Dr. Achmad Fatchan, M.Pd  
**Dosen Penguji Luar** : Prof. Dr. I Gusti Bagus Wiksuana, SE.,MS

**Tanggal Ujian** : 10 Juli 2012



a.n. Dekan

Ketua Program Studi Doktor ILMU MANAJEMEN

Prof. Armanu, SE.,M.Sc.,Ph.D

NIP. 19641029 198903 1 001

# DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN IDENTITAS TIM PENGUJI DISERTASI .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS DISERTASI .....	iv
RIWAYAT HIDUP .....	v
UCAPAN TERIMA KASIH .....	viii
ABSTRAK .....	ix
ABSTRAC .....	x
KATA PENGANTAR .....	xi
DAFTAR ISI .....	xiv
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Fokus Penelitian .....	19
1.3. Perumusan Masalah .....	21
1.4. Tujuan Penelitian .....	22
1.5. Manfaat Penelitian .....	22
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Kajian Teoritis .....	23
2.1.1. Konsep Pariwisata .....	23
2.1.2. Industri Pariwisata .....	28
2.1.3. Produk Industri Pariwisata .....	30
2.1.4. Pengembangan Pariwisata .....	32
2.1.5. Konsep Teori Berbasis Sumberdaya .....	33
2.1.6. Pengelompokan Sumberdaya Perusahaan .....	34
2.1.7. Jenis-jenis Sumberdaya .....	35
2.1.8. Kapabilitas .....	37
2.1.9. Kopetensi Inti .....	37
2.1.10. Model Daya Saing Pariwisata.....	38

2.2. Kajian Empiris.....	49
2.3. Alur Pikir Penelitian .....	62
 <b>BAB III. METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Paradigma Penelitian Kualitatif .....	65
3.2. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	66
3.3. Desain Penelitian .....	68
3.4. Setting Penelitian.....	69
3.5 Unit Analisis .....	69
3.6. Cara menentukan Informan .....	69
3.7. Instrumen Penelitian .....	72
3.8. Data dan Metode Pengumpulan data .....	73
3.9. Keabsahan Data .....	79
3.10. Teknik Analisis .....	81
 <b>BAB IV. HASIL PENELITIAN</b>	
4.1. Diskripsi Tentang Informan .....	86
4.2. Setting Penelitian Kawasan TWA Kawah Ijen.....	110
4.3. Prosedur Analisis data dan Rumusan dan Akumulasi Tema	116
4.3.1. Prosedur Analisis Data .....	116
4.3.2. Rumusan Pernyataan dan Akumulasi Tema .....	132
 <b>BAB V. PEMBAHASAN</b>	
5.1. Keindahan dan Keunikan TWA Kawah Ijen, Pengunjung Sedikit Dan Daya Saing Rendah .....	178
5.1.1. Obyek Daya Tarik Wisata .....	178
5.1.2. Karakteristik dan Daya Saing TWA Kawah Ijen.....	187
5.2. Aspek Manajerial .....	217
5.2.1. Komunikasi .....	226
5.2.2. Komitmen .....	229
5.3. Pendekatan RBV dan Konsep Pengelolaan Berdasarkan Destination Management Organization .....	231

5.4. Strategi Peningkatan daya Saing.....	240
5.4.1. Strategi Fokus .....	240
5.4.2. Strategi Marketing Mix .....	246

## **BAB VI. PENUTUP**

6.1. Kesimpulan .....	254
6.2. Implikasi Penelitian .....	255
6.2.1. Implikasi Teoritis .....	255
6.2.2. Implikasi Praktis .....	256
6.3. Keterbatasan Penelitian dan Penelitian Mendatang .....	257
6.4. Saran-saran .....	258

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **DAFTAR LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
1.1.	Indek Daya Saing Pariwisata Negara-negara Asean .....	4
2.1.	Dimensi Sumberdaya Berwujud .....	36
2.2	Dimensi Sumberdaya Tak Berwujud .....	36
2.3.	Kreteria Penentu Kapabilitas Strategis.....	38
2.4.	The Competitiveness Factor of Tourism Destination .....	44
4.1.	Deskripsi Informan .....	88
4.2.	Prestasi Segitiga Berlian .....	111
4.3.	Rekapitulasi Data Pengunjung Mancanegara dan Nusantara di TWA Kawah Ijen Tahun 2009 s/d 2011.....	115
4.4.	Pernyataan ODTW dan Tema.....	117
4.5.	Pernyataan Karakteristik dan Daya Saing, Tema .....	119
4.6.	Pernyataan Aspek Manajerial dan Tema .....	123
4.7.	Akumulasi Tema .....	125
4.8.	Kategorisasi .....	127
5.1.	Rekomendasi Pelaksanaan Penelitian .....	253

## DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
2.1.	Model Faktor Penentu Daya Saing.....	39
2.2.	Daya Saing Porters Berlian, Keunggulan Daya Saing Bangsa	42
2.3.	Struktur Daya Saing Monitor .....	45
2.4.	Kerangka Konsep Penelitian .....	64
3.1.	Analisis Data Model Interaktif .....	82
5.1.	Sumberdaya Kemampuan dan keunggulan Bersaing .....	234
5.2.	Penciptaan Daya Saing Melalui Hubungan Antar Konsep .....	251

## DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	hal
1.	Surat permohonan melakukan penelitian dari Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Pascasarjana Universitas Brawijaya.....	271
2.	Segitiga Berlian, Banyuwangi Tourism Map .....	272
3.	Undangan mengadakan diskusi kelompok dari Dinas kebudayaan dan Pariwisata .....	273
4.	Surat keterangan izin melaksanakan penelitian dari BBKSDA Wilayah III Banyuwangi .....	274
5.	Daftar pertanyaan/ Quistioner penelitian .....	277
6.	Foto-foto pelaksanaan wawancara dengan informan .....	280

**DAYA SAING DAERAH TUJUAN WISATA**  
**(Studi Kasus Rendahnya Daya Saing Taman Wisata Alam**  
**Kawah Ijen Banyuwangi)**  
slamet\_riyadi08@yahoo.com

Slamet Riyadi  
Fakultas Ekonomi Universitas Dr. Soetomo  
Djumilah Hadiwidjojo; Djumahir  
Program Pascasarjana Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Brawijaya  
Luchman Hakim  
Fakultas MIPA Universitas Brawijaya

**Abstract**

This study aims to uncover and understand: (1) the least amount of visits and low competitiveness Ijen Crater tourism Park destination Banyuwangi, (2) causes no change in condition (the number of visitors are few and low competitiveness) Ijen Crater tourism Park destination Banyuwangi. Research was done at Ijen crater Tourism Park Banyuwangi. This study uses postpositivist approach to the design of the interpretive case study of type "single case". Model of Miles and Huberman was used as descriptive analysis goal.

An important finding in this study are: (1) Ijen crater tourism Park destination that is so fascinating Banyuwangi has natural beauty and uniqueness, but the number of visitors are few and low competitiveness. The small number of visits caused Ijen Crater Tourism Park characterized as special interest tours that travelers are happy to be a special adventure, in which to reach the crater takes a very hard struggle. Due to low competitiveness and supporting a major factor in Ijen Crater Tourism Park unfavorable. (2). The cause of the unvarying characteristic of Ijen Crater Tourism Park Banyuwangi owned due managerial aspects of leadership (courage to take dicesions, communication and commitment efektifive is not formed) between the Natural Resource Conservation Center as a Crater Tourism Park manager of the crater with the Department of Culture and Tourism Banyuwangi. Both institutions are running on their own. (3). Niche Market and markeing Mix Strategy to improve competitiveness. (4) Resource - Based View (RBV) is used to determine the competitive ability of Ijen Crater Tourism Park by exploiting natural resources and enhance the uniqueness and capabilities. Core competency (and unique natural resources) should be maintained as an attraction for tourists to visit tourist destination. (5) Destination Management Organization (DMO) as the governance of a tourist destination has not been applied to the Ijen Crater Tourism Park Banyuwangi, but by presenting the concept of DMO in Banyuwangi Ijen Crater Tourism Park is expected to increase the number of visits and enhance competitiveness, successful implementation of these concepts requires the realization of team collaboration (not just a discourse) between all parties involved with the tourism industry

---

**Keywords:** *Competitiveness, Niche Market Strategies, Resource- Based View, Destination Management Organization*

## ABSTRAK

Slamet Riyadi: Program Doktor Ilmu Manajemen, Pascasarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, 2012. “ Daya Saing Daerah Tujuan Wisata (Studi Kasus Rendahnya Daya Saing Taman Wisata Alam Kawah Ijen Banyuwangi)”. Promotor: Djumilah Hadiwidjojo. Ko-Promotor I: Djumahir. Ko-Promotor II: Luchman Hakim

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap dan memahami : (1) sedikitnya jumlah kunjungan dan rendahnya daya saing TWA Kawah Ijen sebagai daerah tujuan wisata Banyuwangi, (2) Karakteristik TWA Kawah Ijen sebagai daerah tujuan wisata Banyuwangi tidak mengalami perubahan, (3) Menentukan Strategi yang tepat guna meningkatkan Daya Saing

Setting penelitian adalah TWA Kawah Ijen Banyuwangi. Penelitian ini menggunakan pendekatan postpositivist dengan desain penelitian studi kasus interpretatif tipe “single case”. Analisis yang digunakan Model Interaktif dari Milles dan Huberman.

Temuan penting dalam penelitian ini adalah : (1) Taman Wisata Alam (TWA) Kawah Ijen sebagai daerah tujuan wisata Banyuwangi sangat mempesona yaitu memiliki keindahan alam dan keunikan, akan tetapi jumlah pengunjung sedikit dan daya saingnya rendah. Sedikitnya jumlah kunjungan disebabkan TWA Kawah Ijen memiliki karakteristik sebagai wisata minat khusus yaitu khusus wisatawan yang senang akan petualangan, dimana untuk mencapai Kawah dibutuhkan perjuangan yang sangat berat. Rendahnya daya saing disebabkan karena faktor penentu daya saing di TWA Kawah Ijen kurang baik. (2). Penyebab tidak berubahnya karakteristik TWA Kawah Ijen Banyuwangi dikarenakan aspek manajerial yang dimiliki pimpinan (komunikasi tidak efektif dan komitmen tidak terbentuk) antara Balai Besar Konservasi Sumberdaya Alam (BBKSDA ) sebagai pengelola TWA Kawah Ijen dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banyuwangi. Kedua lembaga tersebut berjalan sendiri-sendiri. (3). Strategi Niche Market (Ceruk Pasar) dan Marketing Mix dapat meningkatkan daya saing, (4) Resource - Based View (RBV) digunakan untuk menentukan kemampuan bersaing TWA Kawah Ijen dengan memanfaatkan sumberdaya alam dan keunikan yang dimiliki serta meningkatkan kapabilitasnya. Kompetensi inti (sumberdaya alam dan keunikan) harus tetap terjaga sebagai daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjungi daerah tujuan wisata. (5) Destination Management Organization (DMO) sebagai tata kelola daerah tujuan wisata belum diterapkan pada TWA Kawah Ijen Banyuwangi, akan tetapi dengan menghadirkan konsep DMO pada TWA Kawah Ijen Banyuwangi diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan dan meningkatkan daya saing. Kesuksesan penerapan konsep tersebut mensyaratkan adanya realisasi kerjasama tim (bukan hanya wacana) antar seluruh pihak yang terkait dengan industri pariwisata.

**Kata Kunci:** Daya Saing, Daerah Tujuan Wisata, Wisata Minat Khusus, Resource - Based View, Strategi Ceruk Pasar, Destination Management Organization