



Daya Saing Tujuan Wisata: Kajian Pustaka Sistematis

Indonesian Journal of Tourism and Leisure, 2020
Vol. 01 (2), 103-117

© The Journal, 2020

DOI: 10.36256/ijtl.v1i2.105

<https://journal.lasigo.org/index.php/IJTL>

Lasigo Journal

Article History

Received : October 13th, 2020

Revised : December 27th, 2020

Accepted : December 29th, 2020

Khaeril Khaeril

STIEM Rutu Nusa, Ambon, Maluku, Indonesia & Universitas Hasanuddin, Makassar, Indonesia

Email: pettalla14@gmail.com

Mahlia Muis

Universitas Hasanuddin, Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia

Email: mahliamusi@feb.unhas.ac.id

Jusni

Universitas Hasanuddin, Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia

Email: jusni_mju@yahoo.co.id

Madris

Universitas Hasanuddin, Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia

Email: madriskandar@gmail.com

ABSTRACT

This article aims to discuss the current research trends on the tourism destination competitiveness. This research is systemic literature review by using Publish or Perish software for data mining and VOSviewer for data analysis and visualization. The results indicate 4 research cluster themes on tourism destination competitiveness and 5 research clusters related to tourism destination competitiveness. The main cited articles on tourism destination competitiveness for period of 2005-2020 are Larry Dwyer, Chulwo Kim, Tanja Mihalic, Tanja Amenski, Vanja Dragineva, and Ugljesa Stankov. Based on the research findings, we state that the research gaps in the tourism destination competitiveness are still wide open, particularly in Indonesia.

Keywords: Tourism; Tourism Destination Competitiveness; Literature Review, Bibliometric

ABSTRAK

Artikel ini bertujuan untuk membahas trend terkini penelitian tentang daya saing destinasi wisata. Penelitian ini merupakan literature review dengan menggunakan software Publish or Perish untuk penggalan data dan VOSviewer untuk analisis dan visualisasi data. Temuan penelitian menunjukkan 4 tema kluster penelitian tentang daya saing destinasi wisata dan 5 kluster penelitian yang berkaitan dengan daya saing destinasi wisata. Artikel yang menjadi rujukan utama dalam penelitian daya saing destinasi wisata dalam kurun waktu 2005-2020 adalah Larry Dwyer, Chulwo Kim, Tanja Mihalic, Tanja Amenski, Vanja Dragineva, dan Ugljesa Stankov. Berdasarkan temuan penelitian, kami menyimpulkan bahwa celah penelitian daya saing destinasi wisata masih terbuka lebar, terutama di Indonesia.

Keywords: Pariwisata; Daya Saing destinasi Wisata; Literature Review; Bibliometrik

Corresponding Author

Name : Khaeril Khaeril

Email : pettalla14@gmail.com

1. Pendahuluan

Daya saing merupakan sebuah tema yang mengukur kemampuan atau keunggulan suatu perusahaan, daerah, bahkan produk dalam pasar tertentu. Daya saing dirumuskan dan diperjuangkan, dikembangkan secara berkelanjutan oleh suatu perusahaan atau perusahaan daerah agar dapat memenangkan persaingan dalam pasar. Di sektor wisata, daya saing tidak bisa dilepaskan dari beberapa konsep dasar yang harus diperhatikan di dalamnya. Aspek tersebut antara lain: *access* (akses), *accommodation* (akomodasi), *attraction* (atraksi), *activity* (aktivitas), *amenity* (amenitas), dan *ancillary services* (layanan fasilitas) yang biasa dikenal dengan 6 A dalam Wisata (Evans et al., 2019). Selain itu, juga terdapat empat elemen penting dalam pariwisata, yaitu *people* (orang, atau wisatawan), *money* (pengeluaran/belanja, penerimaan), *time* (waktu tinggal dan durasi perjalanan wisatawan), dan *space* (jarak dan seberapa jauh wisatawan melakukan perjalanan).

Daya saing destinasi wisata (Tourism Destination Competitiveness/TDC) telah dipelajari lebih dari 20 tahun. Dalam mengevaluasi daya saing destinasi wisata ada dua hal yang penting untuk diselesaikan atau dipecahkan oleh para peneliti yaitu, menyediakan model evaluasi dan memilih metode untuk mengevaluasi. Selain itu, terdapat tiga aspek yang umum dalam menyusun/mengembangkan model daya saing destinasi wisata. Pertama berfokus pada *destination image* atau tingkat daya tarik atraksi (Zatori & Beardsley, 2017). Kedua, menggunakan kerangka kerja dari “*Diamond Of National Competitiveness*” yang dipopulerkan oleh Porter, sebagaimana dikutip oleh Estevão & Ferreira (2009). Cristina Estevao pada dasarnya mengajukan model dengan empat determinan yang menentukan daya saing sebuah bangsa yaitu: *factor condition*, *demand condition*, *related and supported industries*, dan *firm strategy, structure and rivalry*. Ketiga, menggabungkan keduanya seperti yang dilakukan oleh Blain, Levy & Ritchie (2005). Model mereka yang banyak digunakan dan menginspirasi peneliti yang lain untuk semakin mengeksplorasi tentang tema daya saing destinasi wisata.

Penelitian tentang daya saing destinasi wisata telah menjadi sesuatu yang menarik sekaligus rumit karena dalam tema ini banyak melibatkan stakeholder dan banyak sekali variabel yang terkait di dalamnya. Setidaknya, terdapat tiga masalah yang menjadi penting dan sebab yang saling terkoneksi dalam daya saing destinasi wisata. Pertama, konsepnya sangat kompleks, banyak perspektif yang digunakan untuk mengkaji topik ini misalnya pendekatan atraksi, pendekatan harga, *holistic Multi-layered*, pendekatan *branding* dan *image, marketing* dan *management*. Kedua, lingkungan yang beragam dan melibatkan banyak stakeholder, akhirnya menyebabkan tidak adanya konsensus definisi daya saing. Ketiga, karena tidak adanya definisi daya saing yang di terima secara luas dan jelas (Novais, Ruhanen, & Arcodia, 2018).

Destinasi wisata sangat penting untuk diteliti, dibangun, atau menjaga reputasi yang kuat serta berusaha dengan langkah-langkah strategis untuk membangun reputasi, dengan mempertimbangkan beberapa hal sebagai berikut: *open up potencial controversial question of destination authenticity* (membuka pertanyaan kontroversial tentang keautentikan destinasi), *Brand Narratives* (narasi branding), *Leadership and authorship performatively* (kepemimpinan dan kinerja kepemilikan), *story telling* (kekuatan cerita pengunjung) dan *aesthetics* (estetika) (Morgan, Pritchard, & Pride, 2011). Dengan demikian, destinasi wisata harus membangun kompetensi, yaitu kemampuan untuk menyediakan produk-produk dan jasa secara keseluruhan yang diharapkan sebagai jalan untuk semua elemen terlibat dan pariwisata.

Daya saing destinasi wisata merepresentasikan kemampuan satu negara untuk menciptakan lebih banyak nilai, meningkatkan pendapatan nasional melalui aset, proses dan kedekatan manajemen dalam sebuah model kehidupan sosial dan ekonomi, dan hal ini diperlukan persiapan yang matang dan futuristik untuk generasi yang mendatang. Croes dan Kubickova membangun indikator kinerja sebuah negara dalam mengelola destinasi antara lain: *tingkat kunjungan wisatawan, permintaan wisatawan, ukuran industri dan ekonomi pariwisata, tambahan*

nilai pariwisata pada GDP daerah/negara dan standar kualitas hidup yang berlaku dalam sebuah negara (Croes, 2011). Pemerintah sebagai fasilitator, regulator dalam ekonomi pasar dan sebuah negara dengan kemampuannya dalam mengeksekusi anggaran dan kebijakan harus mengarahkan belanja negara yang kuat untuk mendukung terciptanya daya saing sebuah destinasi (Firdaus & Tutri, 2017) karena dengan membangun daya saing pariwisata pada dasarnya akan berdampak pada beberapa hal yaitu: penciptaan lapangan kerja yang besar, pariwisata akan berkontribusi pada pendapatan negara, meningkatkan kualitas hidup penduduk lokal, tingkat kualitas infrastruktur dasar dan strategi sebuah daerah wisata, agar bisa bersaing dengan destinasi lain yang ada berbagai dunia.

Membangun daya saing destinasi wisata harus dilakukan secara terus menerus dengan menunjukkan kinerja yang baik dengan pesaing lainnya (Croes, 2011). Daya saing tujuan wisata harus terus dievaluasi berdasarkan pada kinerja dan efisiensi, sehingga kebutuhan akan pengukuran kinerja pariwisata menuntut agar tersedia payung hukum atau kebijakan pariwisata yang diperuntukan demi pencapaian indikator pencapaian strategis di masa depan (Assaf & Josiassen, 2012). Daya saing destinasi wisata fokus pada faktor-faktor utama yang menyebabkan sebuah destinasi wisata bisa berdaya saing dan faktor-faktor yang mendukung pariwisata dan manajemen destinasi. Mazanec et al. (2007) berpendapat bahwa untuk mengukur kinerja pariwisata sebagai konstruk yang laten, dimana di dalamnya direpresentasikan dengan 3 variabel yaitu: *market share* yang di dasarkan pada kedatangan internasional (*market share base on Internasional Arrivals*), pertumbuhan pariwisata dan (Ivanova et al., 2018) *distance-weighted market share*. Artikel ini bertujuan untuk menemukan: pertama, gap dan tema-tema baru dalam konteks daya saing destinasi wisata. Kedua, menemukan model-model dominan yang telah diciptakan oleh para peneliti sebelumnya dalam tema daya saing destinasi wisata. Ketiga, menemukan penulis mana yang dominant berkontribusi dalam penelitian daya saing destinasi wisata..

2. Telaah Literatur

Daya saing destinasi wisata atau destination competitiveness didefinisikan sebagai *the total tourism contribution to GDP per Tourism employee* (Cvelbar, Dwyer, Koman, & Mihalic, 2016). Ritchie & Crouch mengungkapkan *international competitiveness of a tourism destination could be define as Its ability to attract nonresident tourists* (de la Peña, Núñez-Serrano, Turrión, & Velázquez, 2019). Selain itu Ritchie & Ritchie (1998) mendefinisikan destination competitiveness sebagai *the ability to increase tourism expenditure, to increasingly attract visitors while providing them with satisfying, memorable experiences, and to do so in a profitable way, while enhancing the well-being of destination residents and preserving the antural capital of destination for future generation*. Menurut Ritchie dan Crouch yang dikutip oleh de la Peña et al. (2019) aspek determinant daya saing destinasi wisata adalah 1). Faktor pendukung dan sumber daya, 2). Sumber daya dan daya tarik utama, 3). Tata kelola destinasi, 4). Kebijakan, perencanaan dan pengembangan destinasi, dan 5). Determinasi kualifikasi dan penguatan. De la Peña et al. (2017) juga menawarkan dua indikator utama dalam mengukur kompetisi wisata internasional, yaitu international tourist arrivals (ITAS) dan International tourism receipts (ITRS).

Dupeyras & Maccallum, (2013) mendefinisikan daya saing destinasi wisata sebagai *the ability of the place to optimize its attractiveness for residents and non-residents, to delivery quality, innovative and attractiveness (e.g.providing good value for money) tourism services to consumer and to gain market shares on demestic and global market places, while ensuring that the available resources supporting tourism are used efficiently and in sustainable way*. Croes, (2011) mengukur daya saing tujuan wisata untuk pulau kecil menggunakan WTTCC indeks di Caribbbean dengan menggunakan delapan indikator antara lain: *price, human tourism, infrastructure enviroment, technology, human resources, openness, and social aspects*. Du Plessis et al., (2017) menemukan bahwa faktor utama yang mempengaruhi destinasi wisata global di Afrika selatan antara lain: *safety and security, quality of service, value of money, geographical features and attitude toward tourism*.

Ada beberapa peneliti yang melakukan penelitian yang sifatnya Makro seperti Cossio-Silva, Revilla-Camacho, & Vega-Vázquez (2018) yang meneliti daya saing destinasi wisata di Portugal. Ia menemukan bahwa dengan karakteristik negara yang berbeda dalam hal sumber daya alam, kekayaan budaya adalah faktor yang membantu sebuah wilayah menjadi lebih baik dan menarik bagi wisatawan. Selanjutnya Silva dan Pinto juga menemukan bahwa ada artikulasi dan perbedaan agen-agen ekonomi dan formasi kluster yang dapat meningkatkan keuntungan dari sektor pariwisata dalam sebuah region. Cracolici & Nijkamp (2009) menemukan bahwa di Italia, efisiensi teknis sangat bervariasi dan sangat besar antar region. Berdasarkan kedua alat analisis *frontier* dan *coefisien efficiency*, penelitiannya mengindikasikan bahwa artistik dan destinasi budaya menunjukkan kinerja yang lebih baik daripada destinasi antara *coastal* (pantai) dan pegunungan. Untuk itu, mereka merekomendasikan bahwa destinasi wisata di Italia perlu memberikan perhatian pada keseimbangan antara Input dan output. Paunović et al. (2020) yang melakukan penelitian di Switzerland menemukan bahwa ada keunggulan pada dimensi sumber daya alam (natural) dan sumber daya budaya, memerlukan banyak investasi, manajemen perencanaan/marketing strategi yang jitu, tepat sasaran untuk menjadikan destinasi lebih menarik bagi pengunjung internasional guna memperbaiki daya saing wilayah tersebut. Günlü & Küçükaltan (2017) yang mengaitkan antara daya saing destinasi wisata dan kualitas hidup penduduk lokal di Turki menemukan bahwa ada hubungan antara daya saing wisata dan kualitas hidup. Untuk itu, pemerintah lokal diharapkan untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas hidup penduduk lokal dengan memperhatikan keuntungan sosial, konservasi lingkungan, budaya dan *heritage*, pembangunan infrastruktur, kesehatan dan keamanan di daerah destinasi.

Selanjutnya, terdapat penelitian dengan kategori lebih mikro seperti Lee & King (2006) di Taiwan dengan menggunakan teori RBV dan teori orientasi industri dengan indikator penelitian *tourism destination resources* dan *attractor*, *tourism destination enviromental*, *tourism destination strategy*, dan daya saing destinasi wisata. Mereka menemukan bahwa sumber daya destinasi, strategi destinasi dan lingkungan destinasi berpengaruh pada daya saing destinasi *spring tourism*. Croes (2011b) yang menerapkan teori daya saing pada tujuan wisata pulau kecil menemukan bahwa dengan menyediakan sebuah produk yang berkualitas tinggi akan membuat sebuah destinasi menjadi diingat dan menjadi lebih mempunyai daya saing. Mario et al. (2017) dengan menerapkan analisa faktor terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi, maka didapatkan lima hal yang dominan, yaitu *destination marketing* dan *attractor*, *destination manegement and security*, *cultural heritage*, adopsi IC dan transportasi. Boes, Buhalis & Inversini, (2016) yang meneliti tentang penerapan konsep *smartness* atau *smart city* dalam hubungannya dengan wisata, menggunakan teori *service dominant logic* menemukan bahwa kecerdasan ICT, kepemimpinan, Inovasi sosial capital yang mendukung human capital sebagai komponen inti dari *smartness*. Meskipun ICT memungkinkan untuk pariwisata pintar, namun tidak cocok untuk memperkenalkan *smartness*.

3. Metode

Metode penelitian yang diterapkan dalam paper ini adalah metode literatur review secara sistematis. Metode ini adalah salah satu metode dalam menelaah kajian pustaka. Untuk menganalisa literatur, kami menggunakan aplikasi Publish or Perish dan Vos Viwer. Keduanya merupakan aplikasi yang sering digunakan untuk melakukan penelitian bibliografi. Publish or Perish didesain untuk menolong individu secara akademik untuk melakukan analisis pada dampak penelitian. Publish or Perish dapat menggambarkan metrik sitasi dengan berbagai bentuk. Sedangkan VOSviewer digunakan untuk memvisualkan bibliographi, atau *data set* yang berisi *field* bibliographi (judul, pengarang, penulis, nama jurnal, dan sebagainya). Dalam dunia penelitian, VOSviewer digunakan untuk analisis bibliometrik, mencari topik yang masih ada peluang untuk diteliti, mencari referensi yang paling banyak digunakan pada bidang tertentu dan sebagainya.

Artikel-artikel yang kami review berasal dari jurnal online dari beberapa kelompok penerbit yang mencakup Sage, Emerald dan Scindirect yang bisa kami download. Adapun tahapan dalam proses pengumpulan data yang kemudian dianalisis di VOSviewer dilakukan dalam beberapa tahap yang terdiri dari:

Tahap pertama. Pada tahap ini penulis melakukan beberapa proses, yaitu 1). Mendownload artikel jurnal dengan menggunakan Publish or Perish yang bersumber dari Google Scholar dengan total 200 jurnal. 2). Data disimpan dalam format RIS. 3). Data RIS dianalisis menggunakan aplikasi VOSviewer untuk mendapatkan visual. 4). Hasil analisis dengan VOSviewer dituliskan di paper. Tahap kedua. Pada tahap ini penulis melakukan beberapa proses, yaitu 1). Mendownload artikel jurnal dengan menggunakan Publish or Perish yang bersumber dari crossreff, 2). Data disimpan dalam format RIS, 3). Mengubah data di program reference mendeley penulis dengan folder *competitiveness destination* menjadi format RIS. 4). Data dalam format RIS yang didapatkan dari Publish or Perish baik dri Google Scholars, Crossreff, dan Mendeley penulis selanjutnya di analisa dengan VOSviewer untuk mendapatkan data visual. 5). Hasil analisa disajikan pada paper. Tahap ketiga. Pada tahap ini, penulis merunning untuk ketiga kalinya untuk mendapatkan hasil tentang jejaring author yang telah berkontribusi dalam penelitian daya saing destinasi wisata dalam kurun waktu 2005-2020.

Hasil analisa data yang didapatkan dalam bentuk gambar yang menunjukkan tentang peta dan tema-tema yang muncul berdasarkan kategorisasi dalam output program VOSviewer yang berisi tentang visualisasi data seperti 1) besar kecilnya garis yang menghubungkan, serta lingkaran. Hal ini berkaitan dengan besar kecilnya angka hasil analisis VOSViewer, 2). beberapa angka ini menjadi terbagi menjadi link (jejaring yang dimiliki) dengan menghitung kekuatan link (dihitung berdasarkan full atau fractional counting) dan banyaknya kemunculan. Selain itu, beberapa jenis analisa yang dilakukan dalam paper ini mencakup: a). Sitasi akan divisualisasikan dokumen yang diamati. Dokumen yang diuji/diamati akan dihubungkan dengan dokumen lain, jika mereka menyitir artikel lain yang sama-sama diamati. Analisis ini berguna untuk memperlihatkan sitasi antar dokumen, b). Bibliographi coupling artikel diuji dengan divisualisasi dan dibuatkan networknya jika memiliki referensi yang sama. Analisis ini menunjukkan kedekatan kajian antar dokumen. c). Co-authorship, menganalisis kolaborasi penulis dengan penulis lain. Analisis ini akan divisualisasikan hasil berdasarkan nama penulis, organisasi penulis, atau negara asal penulis. Adapun hasil output VOSViewer memiliki tiga tampilan visualisasi, yaitu network, overlay, dan density visualization.

4. Hasil Penelitian

4.1. Analisa Tahap Pertama

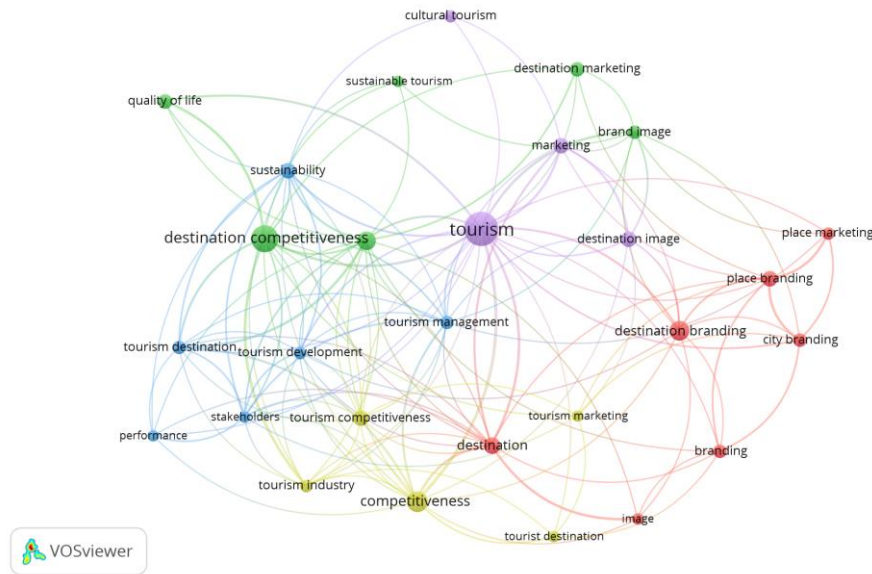
Hasil analisis VOSviewer 200 artikel jurnal dengan sumber data dari Google Scholar yang diambil dengan program Publish or Perish terlihat pada tabel 1. Kemudian, visualisasi data terlihat pada gambar 1.

Tabel 1. Output Data dari Google Scholar

Indikator	Hasil
Tahun Publish	2005- 2020
Tahun Sitasi	15 (2005- 2020)
Artikel	100
Sitasi	880
Kota/tahun	58,67
Kota/Artikel	8.80
h- indeks	13
g- indeks	29
Hi-annual	0.67

Sumber: Data Penelitian (2020)

Gambar 1. Visualisasi dengan VOSviewer



Dari data Visualisasi jaringan pada gambar 1. didapatkan empat cluster penelitian yang terdiri dari data sebagai berikut :

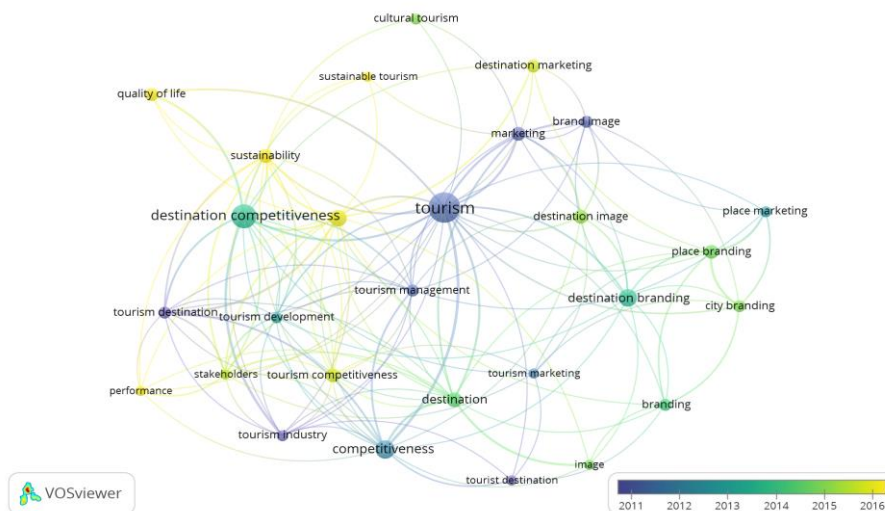
Tabel 2. Hasil Kluster Tema-teman Daya Saing

kluster	Item (indikator) yang Muncul
1	Analysis, country, determinant, factors, impact, model, tourism destination, tourism destination competitiveness.
2	Destination , destination competitiveness, development, role, tourism
3	Relationship, study, tourism competitiveness, tourist
4	Competitiveness, research, Tourism destination

Sumber: Data Penelitian (2020)

Data hasil penelitian juga didapatkan Overlay Visualisasi sebagai berikut:

Gambar 2. VOSview Overlay



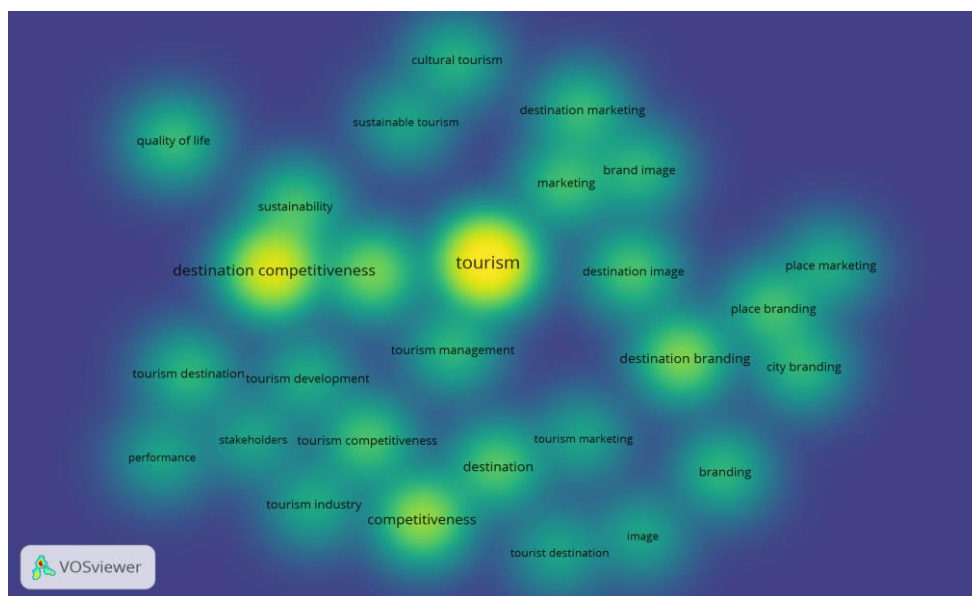
Dari Gambar 2. didapatkan penjelasan periode penelitian yang menggambarkan artikel yang banyak muncul dengan kelompok kluster masing- masing. Jaringan berwarna kuning adalah

paper dengan tema *quality of life*, *sustainability*, *sustainable tourism*, *performances*, *stakeholder* yang dipublikasi pada periode 2015- 2016. Sedangkan jaringan berwarna hijau adalah paper dengan tema *destination competitiveness*, *tourism development*, *destination branding*, *place branding* yang dipublikasi dalam kurun waktu 2012-2014. Sedangkan yang berada pada kurun waktu 2011- 2013 adalah artikel dengan tema *tourism*, *marketing* dan *brand image*.

Tema-tema yang berkaitan dengan *Destination Image*, *Destination Branding*, *Place branding*, *City branding*, *Manajemen Pariwisata*, *Pemasaran wisata* adalah tema-tema yang masih terbuka untuk diexplore, menjadi perhatian dan kajian bagi para peneliti di masa depan. *Pariwisata berbasis lingkungan*, *pariwisata berbasis budaya*, *peningkatan kualitas hidup penduduk lokal* menjadi kata kunci yang tersoroti dalam jaringan kosakata yang menjadi *focus point* para ahli pariwisata.

Sedangkan untuk Hasil output VOSviewer lainnya, yaitu visualisasi density didapatkan gambar sebagai berikut :

Gambar 3. Density Visualisasi



Dari Gambar 3. dapat dijelaskan bahwa kata kunci yang kuning dengan bulatan besar adalah item yang banyak diteliti oleh para ilmuwan, cendekiawan, sedangkan yang masih berwarna hijau dengan bulatan cenderung kecil adalah tema-tema yang sedikit, dan belum banyak kurang diteliti. Dari gambar ini dapat dilihat *research gap* atau penelitian yang masih masih langka, yaitu: *quality of life*, *sustainability*, *destination marketing*, *branding*, *city branding*, *place branding*, *image*, *stakeholders*, *performances*, *destination image* dan *brand Image*. Tema-tema yang masih terbuka untuk didalami dan dikembangkan oleh peneliti selanjutnya adalah penelitian yang mengaitkan kualitas penduduk lokal di daerah obyek wisata, aspek wisata keberlanjutan wisata hubungan dengan daya saing dan pencemaran lingkungan, branding untuk meningkatkan kepedulian wisatawan, meningkatkan kunjungan pelancong nasional dan internasional, keterlibatan semua stakeholder dalam meningkatkan kinerja destinasi, bagaimana meningkatkan image positif destinasi untuk daya saing.

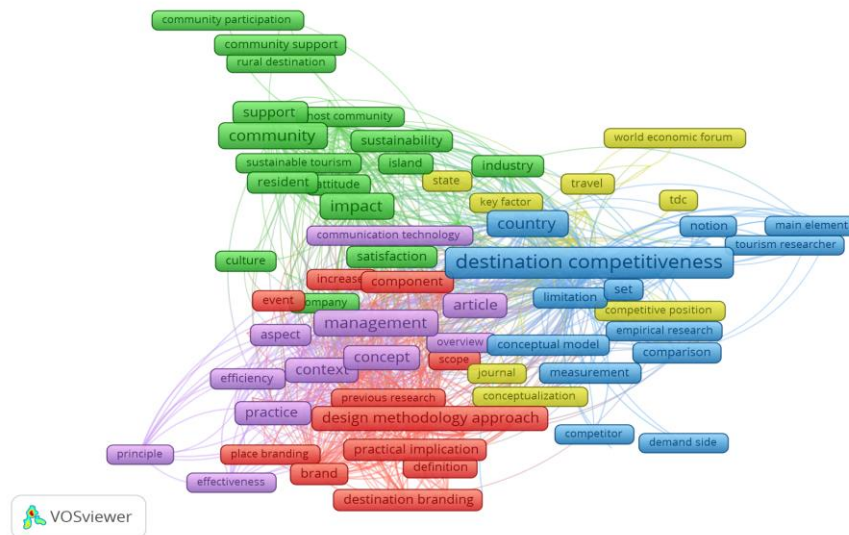
4.2. Analisa Tahap Kedua

Data ini adalah hasil analisa terhadap jaringan tema-tema jaringan berdasarkan keyword (dimana hal ini adalah penggambaran tentang variabel-variabel penelitian para ahli yang dituangkan dalam artikel ilmiah mereka) yang muncul dan masih terbuka ruang untuk menjadi fokus garapan penelitian, agar para pencari kebenaran ilmiah lainnya dapat menemukan kebaruan (*novelty*) dalam riset mereka. Analisa tahap kedua ini dilakukan dengan dua cara yaitu

dengan melihat jaringan penulis yang saling berkaitan dan sering menjadi rujukan dari berbagai paper dalam bidang destinasi wisata serta kumpulan keyword yang muncul sebagai jaringan pengetahuan yang membangun pohon pengetahuan daya saing destinasi wisata selama periode 2005-2020.

Dengan menggunakan Publish or Perish dan VOSviewer, maka didapatkan hasil sebagai tergambar pada gambar 4.

Gambar 4. Network Batang Vos View



Gambar 4 menunjukkan keterhubungan antara konsep-konsep, indikator dalam lingkup daya saing destinasi wisata. Dalam hasil analisis penelitian, terdapat lima kluster dengan pembagian sebagai berikut :

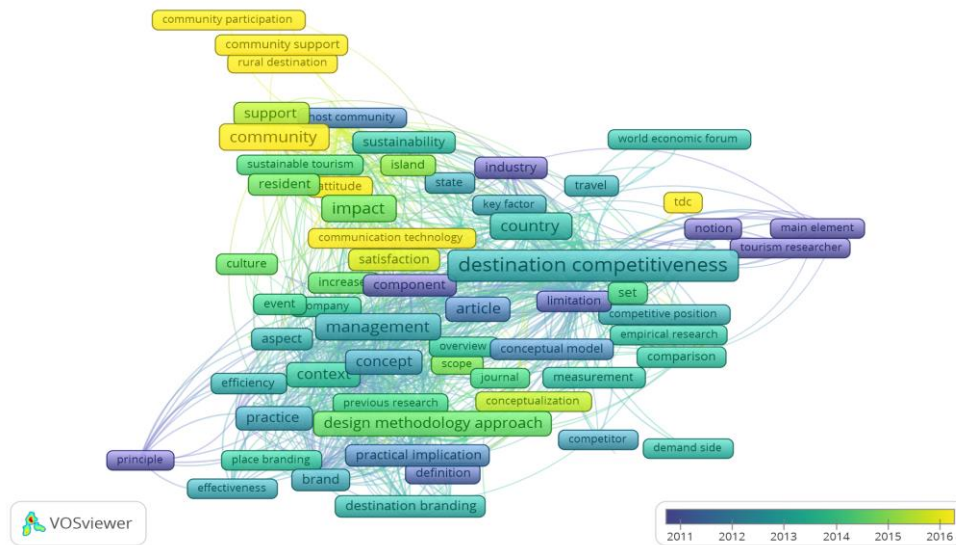
Tabel 3. Kluster Tema-tema yang Berkaitan dengan Daya Saing Destinasi Wisata

Kluster	Item yang terkandung di dalamnya
1	Brand, brand equity, Brand Image, branding, city branding, complexity, componen, composition, conten, consumer, defenition, design metodology, destination brand, destination branding, destination image, destination marketing, dimention, DMO, event, Field, future research, image, implementation, Increase, insight, Knowledge, Majority, marketing, network, original value, places, place branding, practical Implication, practisioner, recommendation, scope, tourism literature, trend.
2	Attitude, benefit, community support, company, culture, economic development, employmet, growth, host- community, impact, important role, industry, island, life, light, local resident, rural tourism, rural tourism destination, satisfaction, support, sustainability, sustainable development, sustainability tourism development, tourism development, tourism industry, tourism product.
3	Assessment, comparison, competitor, competitive, conceptual model, country, costumer satisfaction, demand side, destination competitive, determinant, empirical research, general literature, government, identification, indicatorm Integrated approach, Integrated Approach, Limitation, main element, measurement, Notion , Ritchie, SET, Supply side, Tourism Research, Tourism destination competitiveness.
4	Competitive Position, Conceptualization, empirical study, form, hospitality, Important performances analisis, impact factors, international tourist, IPA, Journal, key factor, main Purpose, measuring destianation competitiveness, social medium, state, SEM, Structural equation Models, TDC, Tourism competitiveness, Tourism competitiveness Indeks, Travel, world economic forum.
5	Article, aspect, attempt, communication technology, concept, effectiveness, efficiency, effectivenessm Information, Management, Market, Overview, Practice, relation, system.

Sumber: Data Penelitian (2020)

Hasil Output aplikasi juga diperoleh gambaran overlay tentang daya saing destinasi wisata sebagai berikut:

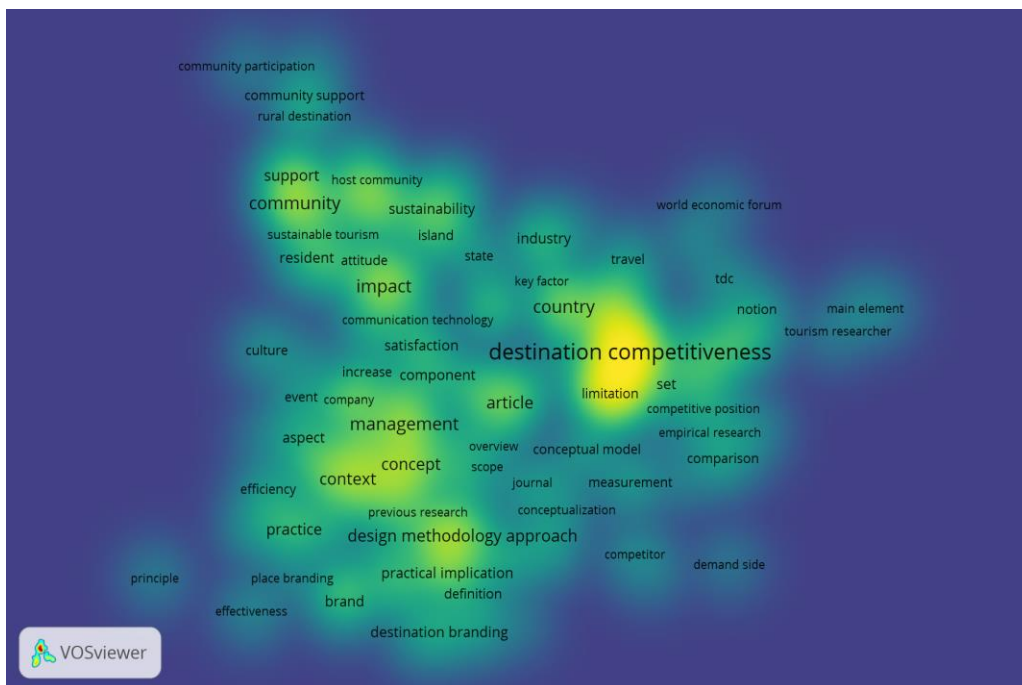
Gambar 5. Overlay VOSview



Gambar 5. mendeskripsikan tentang relasi antar konsep (Variabel/indikator) yang penulis ambil dari kurun waktu 2000-2020 dengan Jumlah paper sebanyak 400 artikel. Dapat kita perhatian yang berwarna kuning adalah konsep yang banyak muncul dari paper antara tahun 2014 ke atas. Adapun yang berwarna hijau adalah item indikator yang muncul pada kurun waktu 2013- 2015, sedangkan warna ungu dan kebiru-biruan adalah kata kunci yang muncul dari artikel-artikel jurnal yang terbit pada periode 2011-2013.

Selanjutnya juga visualisasi densitas jaringan dapat dilihat sebagai berikut:

Gambar 6. Density Visualisasi



Dari Gambar 6, secara grafis konsep- konsep yang berwarna kuning kemerah-merahan adalah tema-tema yang sudah sering muncul dan banyak diteliti oleh para penulis, sedangkan konsep- konsep yang agak jauh dari warna kuning seperti *community participation*, *community support*, *rural destination*, *destination branding*, *host community*, *sustainable tourism* dan *resident attitude*,

adalah variabel (indikator) yang masih belum banyak diteliti dan hal ini bisa menjadi ruang penelitian untuk dilanjutkan di masa depan.

4.3. Analisa Tahap Ketiga

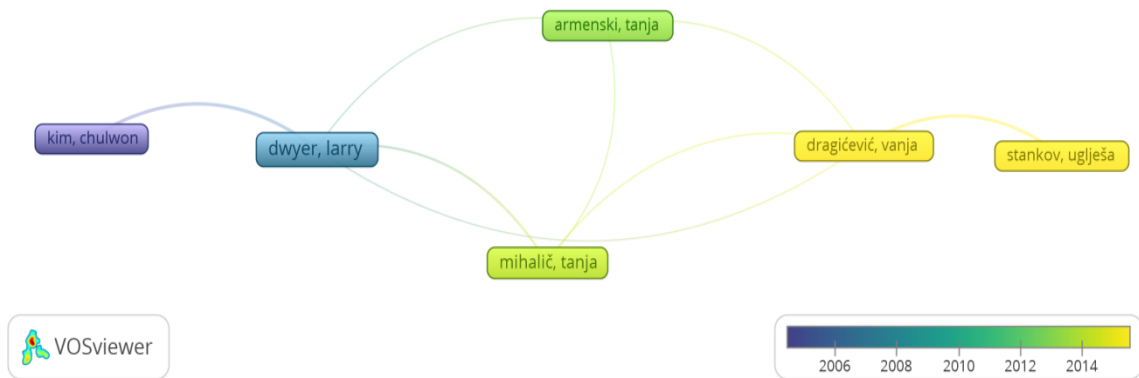
Untuk lebih mendalami tentang penulis yang banyak dan sering menulis tentang daya saing destinasi wisata maka penulis berusaha merunning ulang dengan pilihan pada co-citation dan di dapatkan hasil sebagai berikut

Gambar 7. Jaringan Penulis Daya Saing Destinasi Wisata



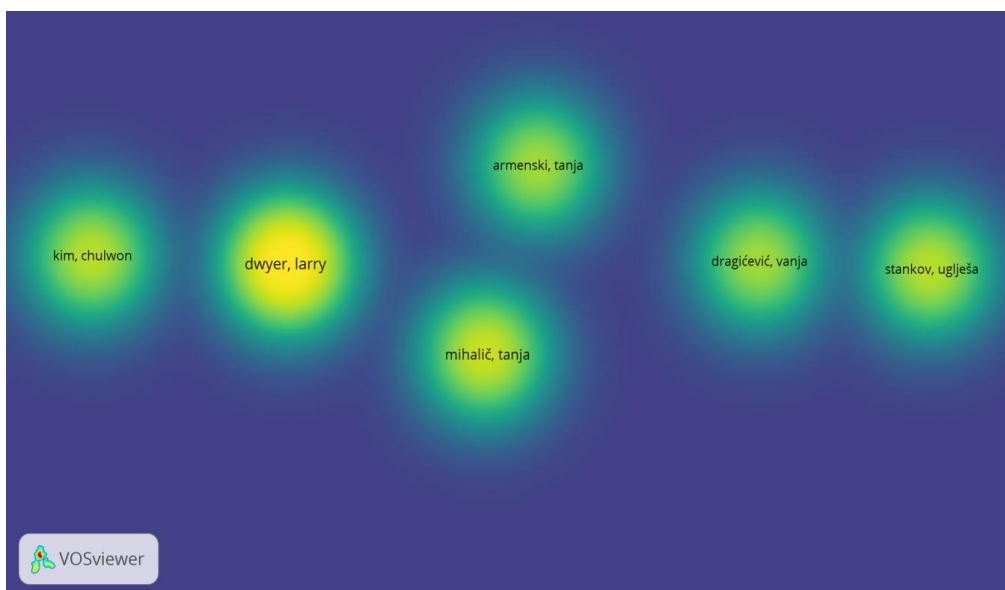
Adapun hasil Overlay visualisasi keterhubungan antar penulis dapat digambarkan dalam Gambar di Bawah ini :

Gambar 8. Overlay Penulis



Sedangkan untuk visualisasi densitas penulis Sebagai berikut :

Gambar 9. Densitas Penulis Daya Saing Destinasi Wisata



Hasil lain yang di dapatkan dari analisis tentang penulis dan penulis kedua dan selanjutnya didapatkan hasil dengan jumlah hubungan 8 dan jumlah kekuatan hubungan sebanyak 19 Kali. Adapun hasil analisis Item terdiri dari tiga kluster (kelompok) antara lain sebagai berikut :

Tabel 4. Kluster Penulis TDC

Kluster	Item
1	Dragicevic, Vanja stankov, ugljesa
2	Dwyer, Larry, Kim, Chulwon
3	Armanenski, Tanja, Mihalic, Tanja

Sumber: Data Penelitian (2020)

Dari Hasil Overlay tentang yang sering muncul dan saling terkait dalam tentang daya saing destinasi wisata didapatkan nama-nama seperti yang tercantum dalam kluster 1,2,3 di atas. Dengan catatan bahwa periodisasi artikel terbitan yang penulis kumpulkan adalah sejak 2005-2020. Sedangkan artikel yang dipublikasi sebelum tahun tersebut tidak diambil, sehingga ada beberapa penulis rujukan dan sering dikutip dalam paper lain tidak masuk dalam hasil analisa ini.

5. Diskusi

Berdasarkan hasil penelusuran literatur secara sistematis secara offline/manual didapatkan hasil sebagai berikut :

5.1.1. Metode evaluasi yang digunakan dalam mengevaluasi Daya Saing Destinasi Wisata Ada beberapa teknik yang telah dilakukan untuk mengevaluasi Daya Saing Destinasi Wisata, antara Lain :

1. Metode Delphi yang digunakan untuk menemukan opini yang konvergen dari para ahli dengan area topik tertentu seperti dalam tema pariwisata.
2. Analytical Hierarchical Proses (AHP) untuk mengevaluasi kualitas layanan dalam pariwisata
3. Metode Principal Component Analysis (PCA) digunakan untuk teknik multivariat statistik dan juga untuk penelitian TDC.
4. Metode Importance-Performance to TDC, metode ini menganalisis atribut yang penting yang diasosiasikan dengan jasa dan produk yang mengindikasikan tingkat/derajat kinerja dalam setiap waktu.
5. Metode Information entropy Weight (IEW) untuk mengukur berat (Weight) secara obyektif dan mengaplikasikan TOPSIS (Technique for order preference by Similarity to Ideal Solution) adalah metode yang secara penuh dan obyektif mengevaluasi TDC. (di Aplikasikan oleh Zhang et.al (2011).
6. Penggunaan Metode Kualitatif juga dilakukan Oleh Enright & Newton (2004).
7. Integrated quality Management (Go & Govers, 2000)
8. Membangun Indikator Komposit juga sudah dikerjakan Oleh Mendola & Volo (2017)

Adapun daya saing destinasi wisata determinan yang banyak ditemukan oleh para peneliti antara lain *destination attractor, support resources* (Owiyo, Mulwa, & Kemboi, 2019), infrastruktur pariwisata (Cvelbar et al., 2016; Islam, Hossain, & Noor, 2017; Zehrer, Smeral, & Hallmann, 2017; Zhang, Gu, Gu, & Zhang, 2011), *destination management, general infrastructure, macro-environment, business environment* (Cvelbar et al., 2016), *accessibility, hospitallity, mix activity* (Zehrer et al., 2017), *nature, history, cultural attractors*, fasilitas komunikasi dan jasa yang ditawarkan (Islam et al., 2017), kualitas kawasan, daya tarik wisata, kerjasama usaha dan citra kawasan wisata, infrastruktur dan suprastruktur yang baik (Ramukumba, 2013), *environmental conservation, carrying capacity, quality of environment* (Lo, Chin, & Law, 2017), *supporting factor, core resources and attractor, destination management, destination policy, planning and development, qualifying dan amplyifying determinant, overall competitiveness* (Zehrer et al., 2017), *destination support service, people related*

service (Vengesayi, Mavondo, & Reisinger, 2009), *capability to attract visitor, local population quality of life, economic tourist sustainability, social tourist sustainability, enviromental tourist sustainability* (Blanco-Cerradelo, Gueimonde-Canto, Fraiz-Brea, & Diéguez-Castrillón, 2018).

Peneliti yang lebih awal seperti Goorochun dan Sugiharto (2005) menemukan bahwa daya saing destinasi wisata determinan indikator infrastruktur pembangunan, daya saing harga, lingkungan, *technology advancement, human resources, openness, social development, dan human tourism indikator*. Zhang et al. (2011) mengembangkan variabel daya saing destinasi wisata menjadi *destination management, nature-based resosurces, heritage resources, quality services, efficient public services, tourism shopping, goverment commitment, location dan akses, e- business, night life, visa requirement, amusement/theme parks*. Adapapun variabel yang dibangun oleh Dwyer dan Kim (2003) adalah *endowed resources natural, supporting factor, destination management, situational condition, market performances indikator*. Adapun Junio, Kim, & Lee (2016) menemukan hubungan daya saing destinasi wisata dengan Bisnis rumah sakit dengan variabel *medical tretament and services, tourism specific factors, destination attribute*.

6. Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang ditemukan dalam penelusuran literatur review ini, ditemukan bahwa masih terbuka kesempatan untuk para peneliti untuk terus mengembangkan model daya saing destinasi wisata, memperkaya, memperluas penerapan teori ini sampai ke tingkat mikro bisnis, pariwisata desa. Mengacu pada hasil penelitian dengan menggunakan dua software aplikasi bibliometrik menunjukkan bahwa di masa depan, untuk memperdalam penulisan terhadap teori daya saing pariwisata dapat dilakukan dengan memperbanyak, mengembangkan, (Dwyer & Kim, 2003; Kovacevic, Kovacevic, Stankov, Dragicevic, & Miletic, 2018) menginisiasi penelitian dengan variabel kualitas hidup, partisipasi komunitas, perilaku penduduk lokal, pariwisata berkelanjutan, pariwisata berbasis lingkungan dan akowisata.

Berdasarkan pada hasil penelitian khususnya tentang jaringan penulis yang sering muncul dalam artikel daya saing pariwisata menunjukkan adanya perkembangan ahli dan rujukan baru dalam studi daya saing destinasi. Hal yang menarik lainnya adalah para ahli yang muncul banyak yang berasal dari negara-negara Skandinavia yang menandakan bahwa dinamika intelektual dan perhatian yang besar mereka juga sangat mendalam terhadap industri wisata.

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan Publish or Perish dan VOSviewer dapat disimpulkan bahwa terdapat celah penelitian yang lebar lebar untuk diteliti dan didalami berkaitan dengan relasi kualitas hidup penduduk lokal, komunitas lokal, partisipasi penduduk lokal untuk memberikan darah segar dalam bidang keilmuwan manajemen kepariwisataan, bahkan tidak menutup kemungkinan berkontribusi pada pengetahuan khusus tentang daya saing destinasi wisata.

Penelitian ini memiliki keterbatasan setidaknya pada penggalan data menggunakan Publish or Perish hanya dengan perodesasi 2005-2020, tidak dengan waktu yang lebih lama sehingga jumlah papernya masih sedikit yang dapat dikaji dengan VOSviewer. Olehnya karena itu penulis menyarankan agar peneliti di masa depan dapat melanjutkan tema-tema ini ke data yang lebih besar dengan menggunakan software bibliometerik lain seperti Nvivo 12 dan lainnya.

7. Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kami sampaikan kepada para pihak yang telah memberikan saran dan masukan terhadap paper ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada rekan-rekan yang telah menemani diskusi untuk memperkaya paper ini.

8. Konflik Kepentingan

Penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan dalam penulisan artikel ini.

Daftar Pustaka

- Assaf, A. G., & Josiassen, A. (2012). Identifying and Ranking the Determinants of Tourism Performance: A Global Investigation. *Journal of Travel Research*, 51(4), 388–399. <https://doi.org/10.1177/0047287511426337>
- Blain, C., Levy, S. E., & Ritchie, J. R. B. (2005). Destination branding: Insights and practices from destination management organizations. *Journal of Travel Research*, 43(4), 328–338. <https://doi.org/10.1177/0047287505274646>
- Blanco-Cerradelo, L., Gueimonde-Canto, A., Fraiz-Brea, J. A., & Diéguez-Castrillón, M. I. (2018). Dimensions of destination competitiveness: Analyses of protected areas in Spain. *Journal of Cleaner Production*, 177, 782–794. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.12.242>
- Boes, K., Buhalis, D., & Inversini, A. (2016). Smart tourism destinations: ecosystems for tourism destination competitiveness From Smart Cities to Smart Tourism Destinations: Ecosystems for tourism destination competitiveness. *International Journal of Tourism Cities*, 2(2), 108–124. <https://doi.org/10.1108/IJTC>
- Cossio-Silva, F.-J., Revilla-Camacho, M.-Á., & Vega-Vázquez, M. (2018). The tourist loyalty index: A new indicator for measuring tourist destination loyalty? *Journal of Innovation & Knowledge*, 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2017.10.003>
- Cracolici, M. F., & Nijkamp, P. (2009). The attractiveness and competitiveness of tourist destinations: A study of Southern Italian regions. *Tourism Management*, 30(3), 336–344. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.07.006>
- Croes, R. (2011). Measuring and explaining competitiveness in the context of small island destinations. *Journal of Travel Research*, 50(4), 431–442. <https://doi.org/10.1177/0047287510368139>
- Cvelbar, L. K., Dwyer, L., Koman, M., & Mihalic, T. (2016). Drivers of Destination Competitiveness in Tourism: A Global Investigation. *Journal of Travel Research*, 55(8). <https://doi.org/10.1177/0047287515617299>
- de la Peña, M. R., Núñez-Serrano, J. A., Turrión, J., & Velázquez, F. J. (2019). A New Tool for the Analysis of the International Competitiveness of Tourist Destinations Based on Performance. *Journal of Travel Research*, 58(2), 207–223. <https://doi.org/10.1177/0047287517746012>
- Du Plessis, E., Saayman, M., & Van der Merwe, A. (2017). Explore changes in the aspects fundamental to the competitiveness of South Africa as a preferred tourist destination. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 20(1), 1–11. <https://doi.org/10.4102/sajems.v20i1.1519>
- Dupeyras, A., & Maccallum, N. (2013). Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism. A guidance document. *OECD Tourism Papers*, 2, 1–62. <https://doi.org/10.1787/5k47t9q2t923-en>
- Dwyer, L., & Kim, C. (2003). Destination competitiveness: Determinants and indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369–414. <https://doi.org/10.1080/13683500308667962>
- Enright, M. J., & Newton, J. (2004). Tourism destination competitiveness: A quantitative approach. *Tourism Management*, 25(6), 777–788. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.06.008>
- Estevão, C., & Ferreira, J. (2009). *Regional Competitiveness Of A Tourism Cluster: A Conceptual Model Proposal* (No. 4853).
- Evans, B. L., Munekata, N., Ono, T., Lee, C.-Y., Tsao, C.-H., Chang, W.-C., ... Maccallum, N. (2019). Assessing Istanbul competitiveness: A multidimensional approach. *Tourism Review*, 22(2), 2109–2139. <https://doi.org/10.1108/IJTC-07-2017-0035>
- Firdaus, F., & Tutri, R. (2017). Potensi Pengembangan Ekowisata Di Nagari Kotobaru, Kecamatan X Koto, Kabupaten Tanah Datar, Sumatera Barat. *Jurnal Kawistara*, 7(2), 115–206. <https://doi.org/10.22146/kawistara.13570>
- Go, F. M., & Govers, R. (2000). Integrated quality management for tourist destinations: A European perspective on achieving competitiveness. *Tourism Management*, 21(1), 79–88. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00098-9](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00098-9)
- Günlü, E., & Küçükaltan, E. G. (2017). *Munich Personal RePEc Archive Competitiveness factors of a tourism destination and impact on residents ' quality of life : The case of Competitiveness factors of a*

- tourism destination and impact on residents' quality of life: The case of Cittaslow- Sefe.* (77464).
- Islam, S., Hossain, M. K., & Noor, M. E. (2017). Determining Drivers of Destination Attractiveness: The Case of Nature-Based Tourism of Bangladesh. *International Journal of Marketing Studies*, 9(3), 10. <https://doi.org/10.5539/ijms.v9n3p10>
- Ivanova, M., Kuckertz, A., Lees-marshment, J., Kreutzer, R. T., Bernhard, F., Hiepler, M., ... Röcken, M. (2018). Tourism marketing for developing countries: battling stereotypes and crises in Asia, Africa and the Middle East. In *Journal of Tourism and Cultural Change* (Vol. 16). <https://doi.org/10.1080/14766825.2018.1530878>
- Junio, M. M. V., Kim, J. H., & Lee, T. J. (2016). Competitiveness attributes of a medical tourism destination: The case of South Korea with importance-performance analysis. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34(4), 444–460. <https://doi.org/10.1080/10548408.2016.1182454>
- Kovacevic, N. D., Kovacevic, L., Stankov, U., Dragicevic, V., & Miletic, A. (2018). Applying destination competitiveness model to strategic tourism development of small destinations: The case of South Banat district. *Journal of Destination Marketing and Management*, 8, 114–124. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.01.002>
- Lee, C. F., & King, B. (2006). Assessing destination competitiveness: An application to the hot springs tourism sector. *Tourism and Hospitality, Planning and Development*, 3(3), 179–197. <https://doi.org/10.1080/14790530601132328>
- Lo, M.-C., Chin, C.-H., & Law, F.-Y. (2017). Tourists' perspectives on hard and soft services toward rural tourism destination competitiveness: Community support as a moderator. *Tourism and Hospitality Research*, Vol. 19, pp. 139–157. SAGE Publications. <https://doi.org/10.1177/1467358417715677>
- Mario, C., Colima, A. U. De, Pricila, A., Universidad, S., & Colima, I. O. U. De. (2017). *The perception of destination competitiveness by tourists.* 1–20. [https://doi.org/10.1016/0021-9517\(82\)90270-6](https://doi.org/10.1016/0021-9517(82)90270-6)
- Mazanec, J. A., Wöber, K., & Zins, A. H. (2007). Tourism destination competitiveness: From definition to explanation? *Journal of Travel Research*, 46(1), 86–95. <https://doi.org/10.1177/0047287507302389>
- Mendola, D., & Volo, S. (2017). Building composite indicators in tourism studies: Measurements and applications in tourism destination competitiveness. *Tourism Management*, 59, 541–553. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.08.011>
- Morgan, N., Pritchard, A., & Pride, R. (2011). Tourism places, brands, and reputation management. *Destination Brands*, 3–19. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-096930-5.10001-1>
- Novais, M. A., Ruhanen, L., & Arcodia, C. (2018). Destination competitiveness: A phenomenographic study. *Tourism Management*, 64, 324–334. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.08.014>
- Owiyo, V., Mulwa, J. M., & Kemboi, A. (2019). Strategic Determinants of Destination Competitiveness: A Case of Western Tourist Circuit, Kenya. *Eastern Africa Journal of Contemporary Research (EAJCR)*, 1(1), 11–21.
- Paunović, I., Dressler, M., Nikolić, T. M., & Pantić, S. P. (2020). Developing a competitive and sustainable destination of the future: Clusters and predictors of successful national-level destination governance across destination life-cycle. *Sustainability (Switzerland)*, 12(10). <https://doi.org/10.3390/SU12104066>
- Ramukumba, T. (2013). Community Tourism Awareness Campaign: Eden District Municipality, South Africa's Example. *Tourism Review International*, Vol. 17, pp. 103–113. Cognizant, LLC. <https://doi.org/10.3727/154427213x13728688260910>
- Ritchie, J. R. B., & Ritchie, R. J. B. (1998). Setting the Stage and Management of Branding in Destination Management. *Annual Congress of the International Association of Scientific Experts in Tourism*, 98(September), 1–31. <https://doi.org/abs/10.1177/0047287505274646>
- Vengesai, S., Mavondo, F. T., & Reisinger, Y. (2009). Tourism destination attractiveness: Attractions, facilities, and people as predictors. *Tourism Analysis*, 14(5), 621–636. <https://doi.org/10.3727/108354209X12597959359211>
- Zatori, A., & Beardsley, M. (2017). On-Site and Memorable Tourist Experiences: Trending

- Toward Value and Quality-of-Life Outcomes. In *Advances in Hospitality and Leisure, Vol. 13* (pp. 17–45). [https://doi.org/10.1108/s1745-3542\(2013\)0000009019](https://doi.org/10.1108/s1745-3542(2013)0000009019)
- Zehrer, A., Smeral, E., & Hallmann, K. (2017). Destination Competitiveness—A Comparison of Subjective and Objective Indicators for Winter Sports Areas. *Journal of Travel Research, 56*(1), 55–66. <https://doi.org/10.1177/0047287515625129>
- Zhang, H., Gu, C. lin, Gu, L. wen, & Zhang, Y. (2011). The evaluation of tourism destination competitiveness by TOPSIS & information entropy - A case in the Yangtze River Delta of China. *Tourism Management, 32*(2), 443–451. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.02.007>