

Kode/Bidang Ilmu: 561/Ekonomi
Pembangunan

**LAPORAN AKHIR
PENELITIAN KERJASAMA
JOINT RESEARCH UNWAR DENGAN UniKL**



**MODEL DINAMIK PENGEMBANGAN EKOSISTEM
PARIWISATA
STUDI PERBANDINGAN BALI-INDONESIA DENGAN
PENANG-MALAYSIA**

TIM PENELITI UNWAR DAN UniKL

**Dr. Putu Ngurah Suyatna Yasa, S.E.,M.Si
NIDN. 0802096301**

**Dr. Ir. I Ketut Sudiarta, M.Si
NIDN. 0820046402**

**Dr. I Made Suniastha Amerta, S.S.,M.Par
NIDN. 0816127201**

**Dr. Mirsa Umiyati, S.S.,M.Hum
NIDN. 0803037802**

Assoc. Prof. Dr. Ilham Sentosa

**UNIVERSITAS WARMADewa
DENPASAR
NOVEMBER 2021**

**HALAMAN PENGESAHAN
PENELITIAN DASAR**

Judul penelitian	: Model Dinamik Pengembangan Ekosistem Pariwisata Studi Perbandingan Bali-Indonesia Dengan Penang - Malaysia.
Kode>Nama Rumpun Ilmu	: 561/Ekonomi Pembangunan
Ketua Peneliti	
Nama Lengkap	: Dr. Putu Ngurah Suyatna Yasa, S.E.,M.Si
1. NIDN	: 0802096301
2. Jabatan Fungsional	: Lektor Kepala
3. Program Studi	: Ekonomi Pembangunan
4. No. Hp.	: 08123641593
5. No. Surel	: putusuyatna2963@gmail.com
Anggota Peneliti (1)	
1. Nama Lengkap	: Dr. Ir. I Ketut Sudiarta, M.Si
2. NIDN	: 0820046402
3. Perguruan Tinggi	: Universitas Warmadewa
Anggota Peneliti (2)	
1. Nama Lengkap	: Dr. I Made Suniastha Amerta, S.Sos.,M.Par
2. NIDN	: 0816127201
3. Perguruan Tinggi	: Universitas Warmadewa
Anggota Peneliti (3)	
1. Nama Peneliti	: Dr. Mirsa Umiyati, S.S.,M.Hum
2. NIDN	: 0803037802
3. Perguruan Tinggi	: Universitas Warmadewa
Anggota Peneliti (4)	
1. Nama Peneliti	: Assoc. Prof. Dr. Ilham Sentosa
2. Perguruan Tinggi	: Universiti Kuala Lumpur
Lama Penelitian Keseluruhan	: 3 (satu) Tahun
Biaya Penelitian Keseluruhan	: Rp. 300.000.000,-
Penelitian Tahun Ke	: Pertama
Dana Unwar	: Rp. 75.000.000,-
Dana UniKL	: Rp. 25.000.000,-

Mengetahui
Program Pascasarjana Unwar
Direktur



Dr. Dra. A.A. Rai Sita Laksmi, M.Si.
NIDN. 0808085901

Denpasar, 20 November 2021
Yang Membuat Pernyataan



Dr. Putu Ngurah Suyasa, S.E.M.Si
NIDN. 0802096301

Menyetujui
Lembaga Penelitian Universitas Warmadewa
Kepala



Prof. Dr. I Made Suwitra, S.H.,M.H
NIP. 196012311985031024

RINGKASAN

Tujuan penelitian ini adalah merancang model dinamik pengembangan pariwisata Bali-Indonesia secara menyeluruh dan menganalisis perbedaannya dengan Penang Malaysia. Desain penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan jumlah sampel sebanyak 100 masing-masing dari sisi permintaan dan penawaran baik untuk Bali maupun Penang. Metode penentuan sampel adalah *purposive* yaitu terhadap wisatawan yang pernah mengunjungi destinasi wisata Bali dan Penang dari sisi permintaan dan terhadap stakeholder dari segi penawaran. Data yang dipergunakan adalah data primer yang diperoleh berdasarkan *survey* lapangan menggunakan kuesioner yang disebarakan secara *online* melalui *google form*, sedangkan analisis data menggunakan metode *partial least square* (PLS). Hasil penelitian dari sisi permintaan untuk Bali menunjukkan bahwa model dinamik Bali sangat dipengaruhi peranan *market demand* dalam meningkatkan *service loyalty* dan *trust* wisatawan. Selain *market demand* peranan *Trust* sangat penting dalam meningkatkan *destination loyalty* dan *service loyalty*. Sedangkan dari sisi penawaran menunjukkan pentingnya peranan *Governance* dalam meningkatkan *cultural nature coservation impact* dan *socioeconomic impact*. Selanjutnya *Socioeconomic impact* berpengaruh nyata dalam menjaga *cultural nature coservation impact*. Untuk model dinamik Penang-Malaysia dari sisi permintaan sangat dipengaruhi faktor *Extrinsic motivation* dalam meningkatkan *market demand*. Selain itu *Market demand* memiliki peranan nyata dalam meningkatkan *service loyalty* dan *trust* wisatawan yang berkunjung. Selain itu peranan *Service loyalty* juga sangat nyata dalam meningkatkan *destination loyalty*. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa *Trust* berpengaruh nyata terhadap *destination loyalty* dan *service loyalty*. Sedangkan model dinamik dari sisi penawaran menunjukkan bahwa peranan *Governance* sangat penting dalam menjaga *Cultural Nature Conservation* dan *socioeconomic impact*. Dilain pihak peranan *socioeconomic impact* juga sangat penting dalam menjaga *Cultural Nature Conservation*. Perbedaan yang mendasar antara model dinamik Bali dan Penang adalah pada sisi permintaan dimana peran *extrinsic motivation* sangat penting di Penang dalam meningkatkan *market demand*, namun tidak untuk Bali.

Kata Kunci: Model Dinamik, Pariwisata Berkelanjutan dan Pemberdayaan.

PRAKATA

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan yang Maha Esa atas berkatnya maka seluruh proses penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai rencana sebelumnya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan berupa model dinamik bagi pemangku kepentingan terkait dengan pengembangan kepariwisataan, khususnya di Bali-Indonesia, sehingga proses pengembangan kepariwisataan dapat dilaksanakan secara terpadu dan terintegrasi meliputi seluruh *stakeholders* pariwisata, sehingga ketimpangan yang sudah terjadi dalam kurun waktu yang panjang, kemiskinan yang juga masih ada di Bali dapat dikurangi semaksimal mungkin dengan terlibatnya sektor-sektor pendukung utama kepariwisataan di Bali.

Berhasilnya penelitian *joint* riset ini sudah tentu sangat didorong oleh motivasi dari berbagai pihak baik finansial maupun non finansial. Untuk itu melalui kesempatan ini, kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor Unwar yang telah memberikan bantuan pendanaan melalui Lembaga Penelitian Unwar.
2. Team peneliti UniKL yang telah berkomitmen bekerjasama untuk melaksanakan studi ini sampai selesai.
3. Team peneliti Unwar yang telah mencurahkan segala pikiran dan karya nyata untuk mendukung seluruh proses penelitian.
4. Seluruh responden baik yang berasal dari luar negeri maupun dalam negeri yang telah membantu pengisian kuesioner.

Kami berharap kerjasama ini dapat berlanjut untuk memberikan kontribusi nyata bagi seluruh pihak terkait dalam pengembangan pariwisata Bali ke depan. Peneliti juga mohon maaf atas segala kekurangan yang dijumpai dalam laporan penelitian ini.

Team Peneliti *Joint* Riset Unwar-UniKL

Ketua



Dr. Putu Ngurah Suyatna Yasa, S.E.,M.Si

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
RINGKASAN.....	iv
PRAKATA.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Urgensi/Keutamaan Penelitian.....	2
1.4 Rencana Capaian <i>Outcome</i> Tahunan	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Konsep Pembangunan Berkelanjutan.....	4
2.2 Indikator Pariwisata Berkelanjutan	5
2.3 Keamanan Ekologi Dan Lingkungan Pariwisata	7
2.4 Ekosistem Pariwisata.....	8
2.5 Peta Jalan Penelitian.....	8
BAB III TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	12
3.1 Tujuan Penelitian.....	12
3.2 Manfaat Penelitian.....	12
BAB IV METODE PENELITIAN	13
4.1 Lokasi dan Obyek Penelitian.....	13
4.2 Data Penelitian	13
4.3 Metode Analisis Data	13
4.4 Bagan Alir Penelitian	15
BAB V HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI	16
5.1 Hasil Analisis Untuk Bali-Indonesia.....	16

5.1.1	Profil Responden Untuk Bali-Indonesia	16
5.1.2	Analisis Deskriptif Sisi Permintaan dan Penawaran Bali-Indonesia	17
5.1.3	Analisis Inferensial <i>Demand Viewpoint</i> Bali-Indonesia	21
5.1.4	Analisis Inferensial <i>Supply Viewpoint</i> Bali-Indonesia.....	28
5.2	Hasil Analisis Untuk Penang-Malaysia.....	32
5.2.1	Profil Responden dari Sisi Permintaan dan Penawaran.....	32
5.2.2	Analisis Deskriptif Sisi Permintaan dan Penawaran.....	34
5.2.3	Uji Validitas dan Reliabilitas data Sisi Permintaan dan Penawaran Penang-Malaysia.....	37
5.2.4	Analisis Inferensial <i>Demand Viewpoint</i> Penang- Malaysia	37
5.2.5	Analisis Inferensial <i>Supply Viewpoint</i> Penang-Malaysia	44
5.3	Study Perbandingan Model Dinamik Ekosistem Pariwisata Bali-Indonesia dengan Penang-Malaysia.....	49
5.3.1	Analisis Deskriptif Sisi Permintaan dan Penawaran.....	50
5.3.2	Analisis Inferensial	52
5.4	Luaran Yang Dicapai	56
BAB VI RENCANA TAHAP BERIKUTNYA		57
BAB VII KESIMPULAN		58
7.1	Kesimpulan.....	58
7.2	Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA		61

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Rencana Capaian <i>Outcome</i>	3
Tabel 5.1	Profile Responden Dari Sisi Permintaan.....	16
Tabel 5.2	Profile Responden Bali-Indonesia Dari Sisi Penawaran.....	17
Tabel 5.3	Rata-Rata Konstruk dan Indikator Penelitian Bali- Indonesia Dari <i>Demand Viewpoint</i>	18
Tabel 5.4	Rata-Rata Skor Konstruk dan Indikator Penelitian Bali-Indonesia Dari <i>Suppy Viewpoint</i>	20
Tabel 5.5	Uji <i>Convergent Validity</i>	21
Tabel 5.6	Uji <i>Discriminant Validity</i>	22
Tabel 5.7	Uji <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach Alpha</i>	23
Tabel 5.8	<i>Nilai R-Square</i>	23
Tabel 5.9	<i>Path Coeficients</i>	24
Tabel 5.10	Uji <i>Convergent Validity</i>	28
Tabel 5.11	Uji <i>Discriminant Validity</i>	29
Tabel 5.12	Pengukuran <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach Alpha</i>	30
Tabel 5.13	Analisis R^2	30
Tabel 5.14	<i>Path Coeficient</i> dan Uji Statistik.....	31
Tabel 5.15	Profile Responden Dari Sisi Permintaan.....	33
Tabel 5.16	Profile Responden Dari Sisi Penawaran.....	33
Tabel 5.17	Rata-Rata Skor Konstruk dan Indikator Penelitian Penang-Malaysia Dari <i>Demand Viewpoint</i>	34
Tabel 5.18	Rata-Rata Skor Konstruk dan Indikator Penelitian Penang-Malaysia Dari <i>Supply Viewpoint</i>	36
Tabel 5.19	Uji <i>Convergent Validity</i> Sisi Permintaan Penang-Malaysia.....	38
Tabel 5.20	Uji <i>Discriminant Validity</i> Sisi Permintaan Penang- Malaysia.....	39

Tabel 5.21	Uji <i>Construct Reliability</i> dan <i>Cronbach Alpha</i> Sisi Permintaan Penang-Malaysia.....	40
Tabel 5.22	Koefisien R^2	41
Tabel 5.23	<i>Path Coeficient</i> dan Uji Statistik Sisi Permintaan Malaysia.....	41
Tabel 5.24	<i>Convergent Validity Index</i> Sisi Penawaran Untuk Penang-Malaysia.....	45
Tabel 5.25	<i>Discriminant Validity Index</i>	46
Tabel 5.26	<i>Index Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach Alpha</i>	47
Tabel 5.27	<i>Index R²</i>	47
Tabel 5.28	<i>Path Coeficient</i>	48
Tabel 5.29	Perbandingan Skor Konstruk Sisi Permintaan Antara Bali Dengan Penang.....	50
Tabel 5.30	Perbandingan Skor Konstruk Sisi Penawaran Antara Bali Dengan Penang.....	51
Tabel 5.31	Perbandingan Koefisien Hubungan dan Signifikansi Antar Konstruk Sisi Permintaan Antara Bali Dengan Penang.....	52
Tabel 5.32	Perbandingan Koefisien Hubungan dan Signifikansi Antar Konstruk Sisi Penawaran Antara Bali Dengan Penang.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kunjungan Wisman ke ASEAN Tahun 2018.....	3
Gambar 2.1	Peta Jalan Penelitian.....	11
Gambar 4.1	Model Dinamik Pariwisata Dari Sisi Permintaan.....	14
Gambar 4.2	Model Dinamik Pariwisata Dari Sisi Penawaran.....	14
Gambar 4.3	Bagan Alir Proses Penelitian.....	15
Gambar 5.1	<i>Path Coeficient</i> Sisi Permintaan Bali-Indonesia.....	25
Gambar 5.2	Uji Statistik Sisi Permintaan Bali-Indonesia.....	25
Gambar 5.3	<i>Path Coeficient</i> Sisi Penawaran Bali-Indonesia.....	32
Gambar 5.4	Uji Statistik Sisi Penawaran Bali-Indonesia.....	32
Gambar 5.5	<i>Path Coeficient</i> Sisi Permintaan Penang-Malaysia.....	43
Gambar 5.6	Uji Statistik Sisi Permintaan Penang-Malaysia.....	44
Gambar 5.7	Koefisien Hubungan Antar Konstruk.....	49
Gambar 5.8	Uji Statistik Hubungan Antar Konstruk.....	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Data Mahasiswa Peserta Riset dari Unwar.....	64
Lampiran 2	Bukti Luaran Book Chapter International Springer terindex Scopus dan Book Chapter National ber ISBN.....	64
Lampiran 3	Pembicara Seminar International Tahun 2021.....	66
Lampiran 4	Link Korespondensi Dengan Mitra UniKL.....	68

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Paradigma dalam penyusunan perencanaan dan pengelolaan pembangunan Pariwisata ke depan sudah seharusnya berubah dari orientasi strategi industri substitusi impor menjadi industri berdasarkan sumber daya dan kolaborasi, dengan semaksimal mungkin memanfaatkan sumber daya yang dimiliki suatu daerah untuk meningkatkan manfaat maksimal bagi masyarakat lokal, juga dalam menghadapi kemerosotan pertumbuhan ekonomi saat ini yang disebabkan oleh berkembangnya wabah covid-19.

Perkembangan pariwisata di Bali sejak tahun 1967 ternyata meninggalkan ketimpangan yang terus berlanjut sampai saat ini. Pembangunan pariwisata belum memiliki integrasi signifikan terhadap aspek destinasi sebagai pilar pertama ekosistem pariwisata. Data struktur dan fundamental ekonomi Bali 2021 (Koster, 2021:20) menunjukkan sebesar 56,68% bersumber dari sektor pariwisata dan pendukungnya, sektor pertanian hanya berkontribusi sebesar 9,24%, sektor kelautan dan perikanan sebesar 4,21%, dan sektor industri sebesar 14,63% serta sektor lainnya sebesar 15,14%. Kontribusi sektor diluar pariwisata juga cenderung menurun. Artinya pembangunan belum memiliki integrasi yang signifikan terhadap sektor-sektor pendukung utama khususnya pertanian dan UMKM. Ketimpangan pembangunan pariwisata di Bali juga berdampak pada aspek pemasaran yang belum mencapai titik optimal, kepariwisataan Bali belum menunjukkan adanya pertemuan antara ekspektasi dengan kepuasan wisatawan. Kondisi ini ditunjukkan oleh jumlah wisatawan yang datang ke Bali masih kalah dengan destinasi lain di ASEAN, seperti Malaysia yang memiliki jumlah kunjungan jauh lebih tinggi dari Bali.

Ketimpangan ini menunjukkan bahwa pariwisata Bali belum menunjukkan integrasi yang optimal pada aspek kelembagaan, yakni adanya oskestrasi yang optimal antara sektor bisnis, pemerintah, masyarakat lokal, akademisi dan media, sehingga ketimpangan ini belum bisa diatasi dari waktu ke waktu dan masih menyisakan kemiskinan di seluruh Kabupaten yang ada di Bali. Untuk menjamin fungsi sumber daya diperlukan konsep dan desain sistem pengelolaan dan perusahaan yang tepat, desain tersebut merupakan pengkajian rekayasa ekosistem berdasarkan pendekatan sistem dinamik. Pendekatan ini didasarkan pada sistem umpan balik antar subsistem penduduk, subsistem lingkungan,

serta subsistem pengusahaan kawasan ekonomi. Ada 4 aspek yang perlu dilakukan yaitu: 1) aspek destinasi: memastikan sumber daya pariwisata (sumber daya alam/lingkungan, warisan budaya, dan masyarakat tuan rumah) memperoleh manfaat; 2) aspek industri: struktur industri pariwisata yang kuat menghasilkan *linkage & value chain*; 3) aspek pemasaran: menciptakan pengalaman dengan mempertemukan ekspektasi dan kepuasan, dan 4) aspek kelembagaan: menciptakan orkestrasi melalui optimasi peran *business, government, community, academic, and media (BGCAM)*.

Target penelitian ini adalah pembangunan pariwisata mampu menurunkan kemiskinan terutama pada masyarakat lokal, membantu pemasaran produk UMKM, memberikan arah pengembangan pariwisata Bali berbasis adat, agama dan ekonomi kerakyatan, sehingga ada *mindset* baru dalam mengembangkan pariwisata Bali yang mampu meminimalisir kesenjangan dan tahan terhadap berbagai gangguan.

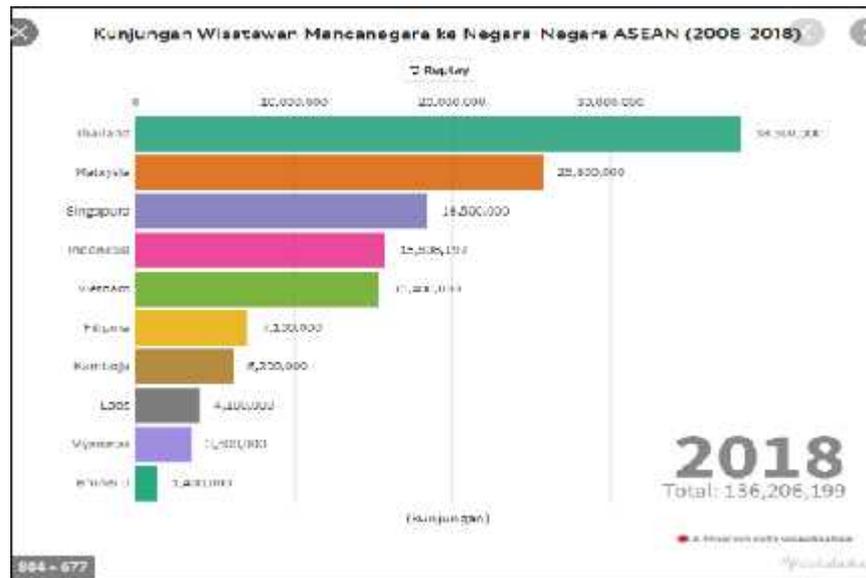
1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimanakah model dinamik pengembangan pariwisata di Bali dari sisi permintaan dan penawaran dan bagaimanakah perbedaannya dengan Penang Malaysia?

1.3 Urgensi/Keutamaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan menghasilkan model dinamik yang dapat digunakan sebagai acuan pengambilan keputusan bagi *stakeholder*, serta memberikan integrasi dan keterkaitan yang semestinya dibangun secara dinamik untuk pengembangan pariwisata secara berkelanjutan.

Penelitian ini merupakan studi perbandingan antara pengembangan pariwisata Bali dengan Malaysia, bahwa jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia masih jauh dibawah jumlah kunjungan wisatawan ke Malaysia (Gambar 1.1), maka melalui perbandingan model dinamik antar dua destinasi, diharapkan ada benang merah yang bisa dikembangkan untuk meningkatkan integrasi pariwisata dengan sektor lain.



Gambar 1.1 Kunjungan Wisman Ke ASEAN Tahun 2018

1.4 Rencana Capaian *Outcome* Tahunan

Rencana capaian *outcome* tahunan dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 1.1
Rencana Capaian Outcome**

No.	Jenis Luaran		Indikator Capaian
			TS 1
1.	Publikasi Ilmiah	International terindek	Draf
			TS 2
2.	Pemakalah Dalam Temu Ilmiah	International	Draf
			TS 3
3.	Book Chapter International (Springer Terindex Scopus)		Draf
			Book Chapter National (ISBN)

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Pembangunan Berkelanjutan

Pariwisata berkelanjutan merupakan bagian dari pembangunan berkelanjutan, saat ini perkembangan pariwisata yang sangat cepat telah membawa manfaat yang besar terhadap pembangunan daerah tujuan wisata, namun dibalik manfaat yang diberikan, juga meninggalkan berbagai permasalahan yang serius, seperti masalah kerusakan sumber daya alam, isu lingkungan dan lemahnya manajemen pengelolaan industri pariwisata. Umumnya daerah tujuan wisata hanya berkonsentrasi pada kegiatan perjalanan dalam sebuah jaringan yang efektif, yang memberikan dampak yang vital pada kegiatan pariwisata. Namun perhatian terhadap pembangunan berkelanjutan pada daerah tujuan wisata belum mendapat perhatian yang serius dan menyeluruh.

Berbagai riset telah dilakukan umumnya terkait dengan masalah konsep dari pariwisata berkelanjutan seperti Hunter (2002), melalui pendekatan keterkaitan antara daerah tujuan wisata dengan lingkungan pariwisata, Saarinen (2006) dan Aall (2014) bahwa pariwisata berkelanjutan harus dibangun antara dimensi lingkungan, ekonomi dan sosial. Secara prinsip ada perbedaan yang nyata antara konsep pariwisata berkelanjutan dengan pembangunan berkelanjutan. Prinsip dan tujuan dari pembangunan berkelanjutan tidak dapat dimasukkan dalam konteks spesifik tentang pariwisata (Sharpley, 2000). Hardy (2002) menyatakan bahwa pariwisata berkelanjutan secara tradisional memberikan fokus pada aspek yang terkait dengan lingkungan dan pembangunan ekonomi khususnya pemberdayaan masyarakat. Giana (2014) menyatakan perlu adanya pembedaan antara konsep pariwisata berkelanjutan dengan ide pariwisata sebagai salah satu alat untuk mendukung keberlanjutan pada semua level. Saarinen (2014) menyatakan bahwa antara perspektif tradisi berdasarkan sumber daya dengan tradisi berdasarkan masyarakat memiliki masing-masing keunggulan pada konteks penggunaan yang berbeda, namun dalam hal ide keberlanjutan dan tantangan kemanusiaan masing-masing memiliki keterbatasan yang fokus pada skala lokal.

Moyle dan McLennan (2014) menyatakan bahwa frekuensi terjadinya konsep keberlanjutan cenderung mengalami peningkatan yang tajam dalam strategi pada masa lalu, pada saat yang sama telah terjadi perubahan konsep dari *sustainability*, yang berawal

dari pola pikir berdasarkan kondisi alam, sosial dan tiga garis dasar konsep yang fokus pada perubahan cuaca, *responsibility*, adaptasi dan transformasi (Moyle, 2014).

2.2 Indikator Pariwisata Berkelanjutan

McElroy (1998) menggunakan model studi dengan konstruksi indek penetrasi komposit pariwisata, berdasarkan belanja per kapita pengunjung, jumlah pengunjung per 1000 penduduk dan kamar hotel per kilometer persegi. McCool and Moisey (2001) menyediakan perspektif industri pariwisata berupa item-item yang harus berlanjut dan indikator yang harus digunakan untuk memonitor kebijakan yang *sustainable*. Sementara Wang (2001) menganalisis prinsip dari indikator pariwisata berkelanjutan serta metode evaluasi yang menyeluruh.

Twining and Butler (2002) melakukan investigasi mengenai cara memonitor pengembangan pariwisata berkelanjutan di Samoa, juga dijelaskan mengenai pentingnya peran multi disiplin ilmu dan pentingnya desain yang efektif dan fleksibel dalam implementasi jaringan kerja dengan menggunakan indikator dalam manajemen aksi. Chris and Sirakaya (2006) menggunakan sebuah modifikasi teknik delphi untuk melakukan konstruksi indikator politik, sosial, ekologi, ekonomi, teknologi dan dimensi budaya untuk pengembangan pariwisata berbasis masyarakat. Schianetz and Kavanagh (2008) mengusulkan metodologi untuk seleksi dan evaluasi indikator *sustainability* untuk tujuan wisata yang dikenal dengan *the systemic indicator system* (SIS). Reddy (2008) menggunakan indikator pengembangan wilayah dan evaluasi *feasibility* dengan pendekatan *bottom-up* berdasarkan pengetahuan lokal untuk perhitungan cepat pada pengembangan pariwisata di Pulau Andaman dan Nicobar India. Blancas and Gonzalez (2011) memperkenalkan sistem indikator untuk melakukan evaluasi *sustainability* pada pembangunan tujuan wisata pantai, termasuk pengembangan indikator sintetik baru untuk menyederhanakan pengukuran sustainabilitas dan memfasilitasi analisis perbandingan dari ranking destinasi.

Buckley (2012) menyarankan bahwa indikator dari pariwisata berkelanjutan harus menyertakan indikator: penduduk, keamanan, kemakmuran, polusi dan perlindungan. Oyola and Blancas (2012) menampilkan sebuah sistem indikator untuk melaksanakan evaluasi pariwisata berkelanjutan pada daerah tujuan wisata budaya dan menyarankan sebuah metode yang berbasis tujuan program untuk mengkonstruksi indikator komposit,

selanjutnya mereka mengusulkan tiga prinsip praktis yang digunakan untuk indikator-indikator tersebut, yaitu rumusan perencanaan aksi yang bersifat umum pada level regional, definisi dari strategi destinasi jangka pendek dan membangun *bechmarking* praktis untuk tujuan wisata. Delgado and Saarinenc (2014) telah melakukan pengujian indikator-indikator berdasarkan *literature review* dalam perencanaan dan manajemen pariwisata.

Berdasarkan hasil-hasil studi terdahulu, maka penelitian ini menggunakan konstruk dan indikator berikut:

1. Indikator dari Variabel Motivasi Intrinsik: mendalami berbagai budaya, mencari kedamaian/ketenangan, mengenal tempat yang berbeda dan membangun hubungan/relasi.
2. Indikator dari Variabel Motivasi Ekstrinsik: alam Bali yang indah, budaya Bali yang unik, infrastruktur/aksesibilitas yang memadai, keramah tamahan krama Bali, dan kepopuleran Bali/branding pariwisata Bali.
3. Indikator dari Variabel Kepuasan Pasar/Permintaan: Bali sebagai destinasi pilihan utama, pengalaman berwisata penuh makna, lingkungan alam sesuai harapan, keunikan budaya sesuai harapan, masyarakat Bali yang “hangat” sesuai harapan, keseluruhan layanan sesuai harapan, keseluruhan kebutuhan selama berwisata terpenuhi dan keseluruhan “*happy*” berwisata di Bali.
4. Indikator dari Variabel Kepercayaan: kejujuran penyedia layanan dapat dipastikan, integritas penyedia layanan dapat dipastikan, tanggung jawab penyedia layanan dapat dipastikan, kompetensi penyedia layanan dapat dipastikan, keseluruhan aman dan nyaman, dan keseluruhan *value for money*.
5. Indikator dari Variabel Loyalitas Layanan: tidak membosankan dengan layanan provider wisata Bali, tidak ingin beralih ke layanan provider lain, dan sukarela menceritakan hal positif tentang layanan provider kepada teman (orang lain), akan merekomendasikan kepada orang lain yang ingin berwisata, dan akan selalu memberikan jawaban positif atas segala pertanyaan tentang destinasi ini.
6. Indikator dari Variabel loyalitas Destinasi: atraksi yang tidak membosankan, seluruh pelayanan lebih baik dari daerah lain, kebijakan pariwisata dapat menjaga lingkungan tenaga kerja dan pelanggan, jenis pelayanan berbeda dari

tempat lain dan memberikan kepuasan pengunjung, dan harga harga memberikan kepuasan sesuai harapan.

7. Indikator dari Variabel Tata Kelola: kebijakan kepariwisataan sesuai dengan pengembangan, regulasi kepariwisataan mendukung seluruh kegiatan pariwisata, akuntabilitas institusi kepariwisataan bekerja sesuai tanggung jawabnya, penerapan manajemen destinasi yang menarik wisatawan, dan pariwisata melibatkan masyarakat dan pemangku kepentingan.
8. Indikator dari Variabel Kesejahteraan Sosial-Ekonomi: pariwisata memberikan manfaat bagi tenaga kerja lokal dan pengurangan pengangguran, pariwisata mampu meningkatkan pendapatan masyarakat, pariwisata mampu meningkatkan perekonomian lokal/daerah, pariwisata mampu meningkatkan tingkat pendidikan, pariwisata mampu meningkatkan tingkat kesehatan masyarakat, pariwisata memberikan efek *foreward & backward linkage* (sektor terkait), pariwisata mampu meningkatkan kepercayaan diri masyarakat, pendapatan pariwisata sepenuhnya dipergunakan mendukung pembangunan daerah, dan pariwisata meningkatkan inflasi.
9. Indikator dari Variabel Kelestarian Alam dan Budaya: pariwisata mampu menjaga kelestarian ekosistem/keanekaragaman hayati, pariwisata mampu menjaga kelestarian lingkungan fisik (tanah, air, dan udara), pariwisata mampu menjaga kelestarian lanskap budaya (seperti subak, dan lahan pertanian), pariwisata mampu menjaga kelestarian warisan budaya *tangible* (cagar budaya), pariwisata memberikan manfaat terjaganya kelestarian warisan budaya *intangible* (kesenian tradisional, tradisi/ritual, pengetahuan tradisional, teknologi tradisional, dll), dan pariwisata memberikan manfaat terjaganya kelestarian norma sosial, adat dan istiadat.

2.3 Keamanan Ekologi Dan Lingkungan Pariwisata

Kapasitas keamanan ekologi dan lingkungan pariwisata merupakan *framework* dalam analisis dan memberikan informasi mengenai perubahan proses pariwisata berkelanjutan pada skala regional. Juga dapat dipergunakan untuk mengetahui perilaku masyarakat dalam pengembangan pariwisata, melalui jenis pelayanan wisatawan, kondisi lokal masyarakat dan persepsi jika terjadi perubahan akibat pengembangan pariwisata

(Ahn, 2002). Gossling (2002) menyediakan metodologi kerja untuk melakukan perhitungan jejak ekologi terkait dengan kegiatan rekreasi wisatawan. Hunter (2002) menghubungkan secara konseptual mengenai kenyataan dari pariwisata berkelanjutan dan jejak ekologi, termasuk membawa dimensi lain pada pemahaman permintaan aktual ekologi pariwisata.

2.4 Ekosistem Pariwisata

Ekosistem pariwisata adalah jenis ekosistem tertentu dimana terjadi interaksi yang kuat antara masyarakat tujuan wisata dengan touris luar serta lingkungan alam, ekonomi, sosial yang kompleks menjadi sebuah aktivitas pariwisata (Qinghui, 2005). Yang menjadi masalah utama adalah ekosistem pariwisata sering menimbulkan ketidakseimbangan antara lingkungan dengan masyarakat lokal dan wisatawan, yaitu: penurunan kualitas ekologi lingkungan termasuk didalamnya penurunan kualitas pengalaman perjalanan.

Pertanyaan mengenai kesehatan ekosistem pariwisata adalah satu dari isu utama pada setiap pembangunan ekonomi pariwisata (Zhang Jiaen, 2005). Namun kondisi riil yang terlihat saat ini adalah adanya indikasi ketidakseimbangan lingkungan yang serius, dimana kegiatan pariwisata dengan lingkungan dan ekologi menimbulkan kondisi yang kontradiktif.

Berbagai penelitian ekologi dan perjalanan menekankan pada upaya daya dukung kapasitas pariwisata (Wenjun, *et al*, 2006; Tiancheng & Lan, 2006; LiChaohui & WeiGuichen, 2005; Gossling, 2002). Studi mengenai ekosistem pariwisata telah dilakukan oleh Zhili (2002); JiaXiuhai, (2005); Yuquan, (2000) dan studi pembangunan berkelanjutan oleh Zhanxi, (2001); (Li Na, 2007), serta evaluasi keamanan pariwisata oleh Xiangxin, (2006), tetapi tidak banyak studi yang fokus pada analisis dan evaluasi mengenai ekosistem pariwisata.

2.5 Peta Jalan Penelitian

Penelitian mengenai Pariwisata telah dilakukan sebelumnya oleh tim peneliti, yang selanjutnya dijelaskan berikut ini.

1. Pengembangan dan penyusunan data base IKM di sektor pariwisata di Bali, tahun 2019, oleh Dr. Putu Ngurah Suyatna dan Putu Indah Hapsari, S.E.,M.M. Hasilnya

adalah bahwa IKM perlu dikembangkan dengan model yang komprehensif dan terintegrasi dengan sektor lain, yaitu pertanian, pariwisata dan keuangan mikro, selain itu perlunya revitalisasi perusahaan daerah di tingkat provinsi serta Bumdes di tingkat Desa sebagai lembaga penyedia *input* dan pemasaran serta pelibatan BPD di tingkat Provinsi serta LPD di tingkat desa untuk mendukung kebutuhan finansial IKM .

2. Model Pariwisata Terintegrasi di Desa Sangeh tahun 2018, Oleh Dr. Putu Ngurah Suyatna Yasa dan Dr. A.A Gd Raka, bahwa pengembangan pariwisata Sangeh harus dilakukan dengan melibatkan desa adat, desa dinas, lingkungan alam, budaya, atraksi seni, pasar tradisional dan masyarakat lokal.
3. Pengembangan Atraksi Wisata Kereta Layang Pelaga, di Badung Utara, 2018 oleh Dr. Putu Ngurah Suyatna Yasa. Studi kelayakan mengenai rencana pembangunan kereta layang terintegrasi dengan lingkungan alam, agrobisnis, pertanian lokal dan masyarakat lokal sebagai pengelola sangat feasible dari sisi kelayakan investasi.
4. Studi Penataan Kawasan Wisata Teluk Benoa, tahun 2017 oleh Dr. Putu Ngurah Suyatna Yasa. Pengembangan kawasan Teluk Benoa harus dimulai dengan penataan kawasan dan lingkungan darat dan laut. Konsep pengembangannya dengan melibatkan semaksimal mungkin masyarakat lokal. Prinsip penataan kawasan hendaknya terintegrasi dengan sektor usaha kecil, desa adat dan lingkungan setempat.
5. Kajian Penyusunan Ranperda Pariwisata Kabupaten Bangli, Tahun 2017 oleh Dr. Putu Ngurah Suyatna Yasa. Bahwa Kabupaten Bangli perlu memiliki kajian akademis dalam rangka penyusunan Ranperda Pariwisata. Tujuannya adalah sebagai landasan dalam penyusunan Ranperda Pariwisata terintegrasi, sebagai upaya pemberdayaan seluruh sumber daya dalam pengembangan Pariwisata Bangli.
6. Branding Pariwisata Kabupaten Jemberana Tahun 2017 oleh Dr. Putu Ngurah Suyatna Yasa. Branding merupakan bagian tak terpisahkan dalam perencanaan pengembangan Pariwisata di Kabupaten Jemberana, maka pengembangan pariwisata harus disertai dengan membangun branding.
7. Pengembangan Pariwisata alternatif di desa Pakraman Jasri, Kabupaten Karangasem Tahun 2016, oleh Dr. I Made Suniastha. Desa Jasri memiliki potensi

pengembangan pariwisata alternatif yang membedakan dengan wilayah lain, potensi ini harus mendapat dukungan dari seluruh *stakeholder* terkait.

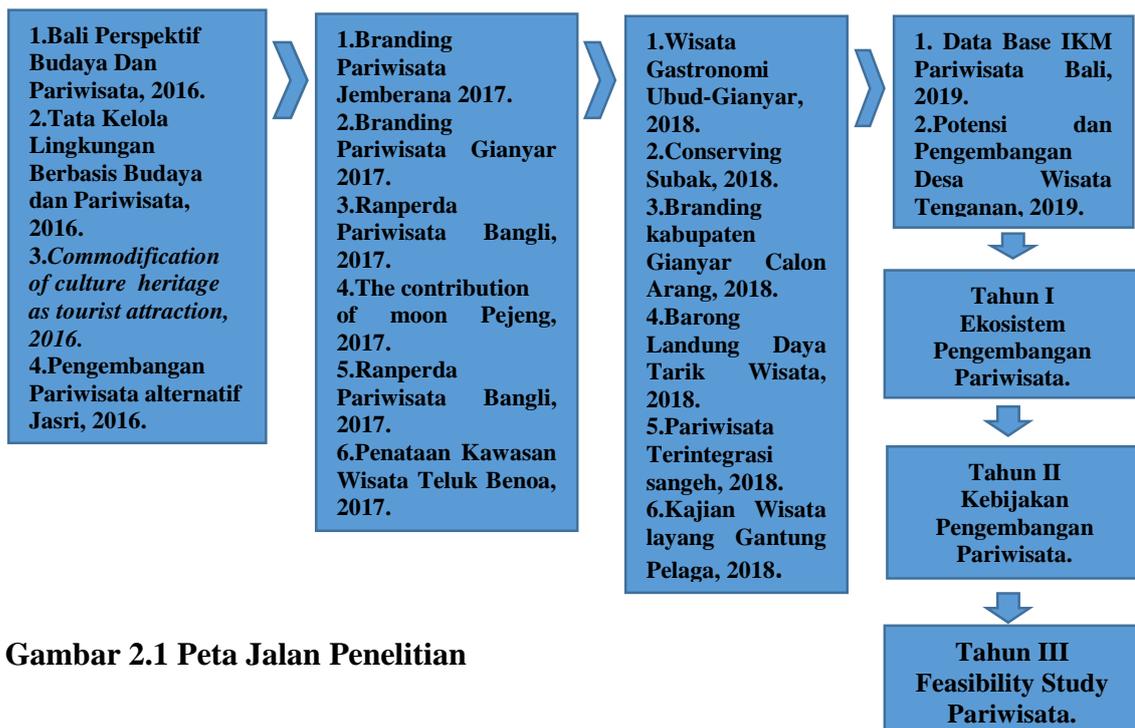
8. Potensi dan Pengembangan Desa Wisata Tenganan Pegringsingan di Karangasem, Bali Tahun 2019, oleh Dr. I Made Suniastha. Tenganan juga memiliki potensi lain yang sangat prospektif untuk dikembangkan, selain pariwisata budaya yang telah berkembang saat ini, diantaranya adalah pariwisata spiritual dan alam.
9. Bali perspektif Budaya dan Pariwisata, Tahun 2016 oleh Dr. A.A Gd Raka. Pariwisata Bali tidak dapat dipisahkan dengan budaya Bali, maka untuk mempertahankan pariwisata unsur budaya juga wajib untuk dipertahankan dan dilestarikan.
10. *Commodification of culture heritage as tourist attraction at Penataran Sasih Temple*, Pejeng, Gianyar, Tahun 2016, oleh Dr. A.A Gd Raka, Peninggalan sejarah yang ada di Pura Penataran Sasih tetap menjadi bagian penting sebagai daya tarik pariwisata.
11. Barong Landung Inspirasi Daya Tarik Wisata dan Industri Kreatif, Tahun 2018 oleh Dr. A.A Gd Raka dan Dr. Putu Ngurah Suyatna Yasa. Barong landung memiliki nilai historis yang luhur bagi masyarakat Bali, yang dapat diintegrasikan dalam pengembangan pariwisata, khususnya pengembangan industri kreatif pendukung pariwisata.
12. *The Contribution of Moon of Pejeng Nekara Ketledium in International Tourism* Tahun 2017 oleh Dr. A.A Gd Raka. Nekara Pejeng merupakan peninggalan sejarah yang sangat penting dalam mendukung pariwisata di wilayah Gianyar, keberadaan nekara ini telah memberikan kontribusi yang nyata dalam pengembangan pariwisata.
13. Branding Kabupaten Gianyar Calon Arang Dalam Kebudayaan Bali, 2018 oleh Dr. A.A Gd Raka. Calon arang merupakan branding bagi pengembangan pariwisata di Kabupaten Gianyar. Keberadaan branding merupakan bagian tak terpisahkan dari pariwisata Gianyar.
14. Wisata Gastronomi Ubud-Gianyar, Tahun 2018 oleh Dr. A.A Gd Raka. Gastronomi bagian yang tidak terpisahkan dalam pembangunan wisata Ubud-Gianyar.
15. Tata Kelola Lingkungan Kepariwisata Berbasis Budaya, 2016 Oleh Dr. Mirsa Umiyati. Budaya merupakan unsur mutlak dalam pengelolaan pariwisata

khususnya di Bali, mengingat daya tarik budaya merupakan unsur utama pariwisata Bali.

16. *Conserving Subak in Bali: An Ecolinguistic Approach* Tahun 2018 Dr. Mirsa Umiyati, Subak sebagai bagian integral dalam sistem pertanian di Bali, dalam menjelaskan subak perlu pendekatan ekolinguistik untuk memberikan penjelasan yang akurat pada pihak yang dijelaskan.

Hasil-hasil penelitian tersebut menjadi landasan dalam pelaksanaan penelitian yang dilakukan pada tahun 2021 ini, dari hasil-hasil penelitian tersebut masih ada celah penelitian (*research gap*) yang perlu diteliti, yaitu belum pernah diteliti mengenai ekosistem pariwisata Bali, juga belum pernah diteliti mengenai studi perbandingan ekosistem pariwisata antara Bali-Indonesia dengan Penang-Malaysia. Selain itu hasil telaah berbagai penelitian yang lain yang telah diuraikan pada Bab II menunjukkan hasil-hasil yang berbeda dengan variabel yang sama. Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya juga menggunakan indikator, metode dan konsep yang berbeda serta rekomendasi yang berbeda. Karena itu perlu dilakukan penelitian dengan menggunakan variabel/indikator yang lebih menyeluruh untuk wilayah Provinsi Bali tentang ekosistem pariwisata Bali, sehingga hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan yang terintegrasi dengan sektor pendukung lainnya.

Adapun peta jalan penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 2.1 Peta Jalan Penelitian

BAB III

TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

Merancang model dinamik pengembangan pariwisata Bali dari sisi permintaan dan penawaran dan menganalisis perbedaannya dengan Penang-Malaysia.

3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagi pemerintah daerah Bali dan Penang adalah sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pengembangan pariwisata berkelanjutan yang terkait dengan permintaan wisatawan maupun *stake holders* pariwisata dari sisi penawaran dalam mendukung perkembangan pariwisata.
2. Bagi dunia akademis akan memberikan kontribusi dalam pengembangan konsep dan teori pengembangan pariwisata untuk menciptakan pengembangan kepariwisataan yang harmonis dan berkelanjutan yang didukung seluruh potensi kepariwisataan.
3. Bagi praktisi pariwisata dapat menjadi acuan dalam menyediakan berbagai kebutuhan perkembangan pariwisata termasuk investasi sektor pariwisata yang mampu menjaga keseimbangan antara alam, budaya, manusia dan konservasi.

BAB IV METODE PENELITIAN

4.1 Lokasi dan Obyek Penelitian

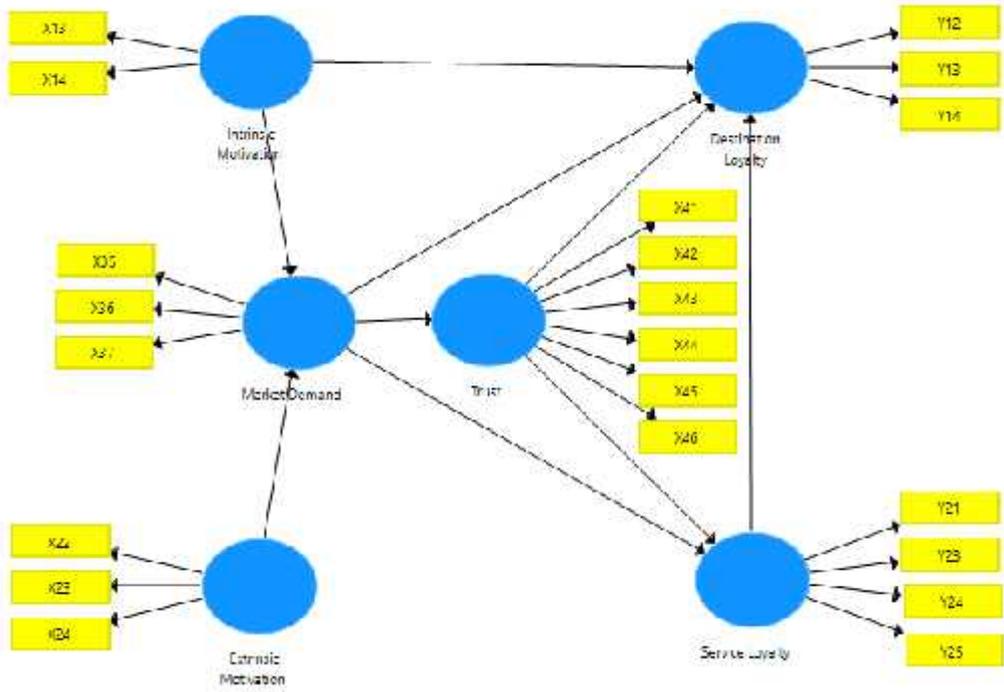
Penelitian ini dilaksanakan di Provinsi Bali-Indonesia dan Penang-Malaysia, dan obyek penelitiannya adalah: sektor pariwisata dan sektor-sektor lainnya yang terkait dan terintegrasi dengan pengembangan pariwisata, yaitu: motivasi intrinsik dan ekstrinsik, daya tarik, pendukung (*infrastruktur*), kepuasan pasar, kepercayaan, loyalitas layanan, tata kelola, sosio ekonomi, alam, budaya dan loyalitas produk/destinasi.

4.2 Data Penelitian

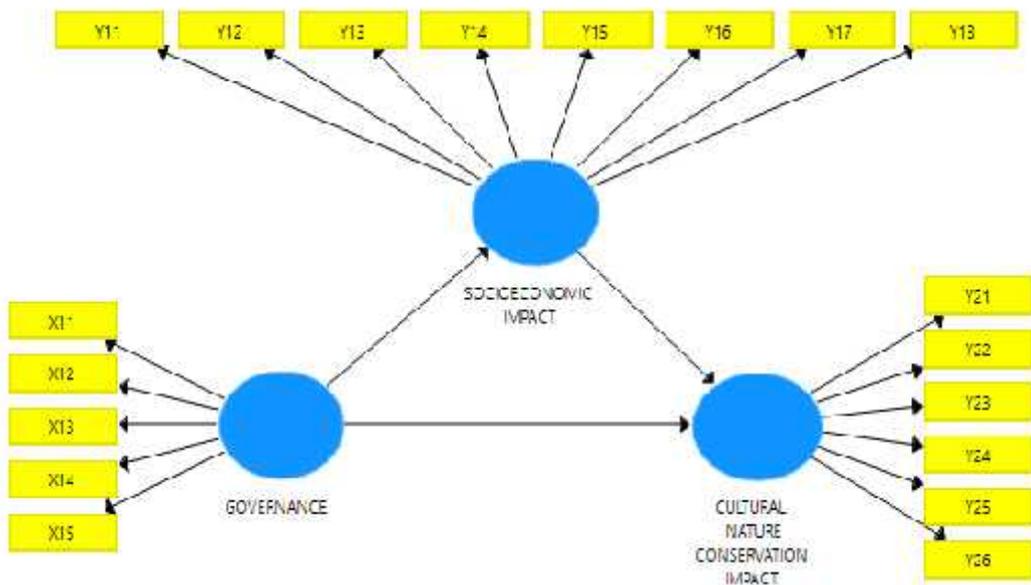
Data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang bersumber dari survey lapangan menggunakan kuesioner terhadap target populasi yaitu wisatawan yang pernah berkunjung (sisi permintaan) dan stakeholder pariwisata (sisi penawaran) masing-masing negara. Jumlah responden masing-masing 100 responden untuk sisi permintaan dan penawaran, yaitu 5 kali jumlah indikator yg diteliti berdasarkan kriteria Hair (Ghozali, 2010). Metode penentuan target populasi adalah *purposive*, sedangkan penyebaran kuesioner secara *online* melalui google form kepada responden yang telah mengunjungi destinasi wisata baik Bali maupun Penang dan stakeholder pariwisata.

4.3 Metode Analisis Data

Analisis data menggunakan metode *partial least square* (PLS) dengan model hierarki dari sisi permintaan dan penawaran terlihat pada Gambar 4-1 dan 4-2 berikut ini.



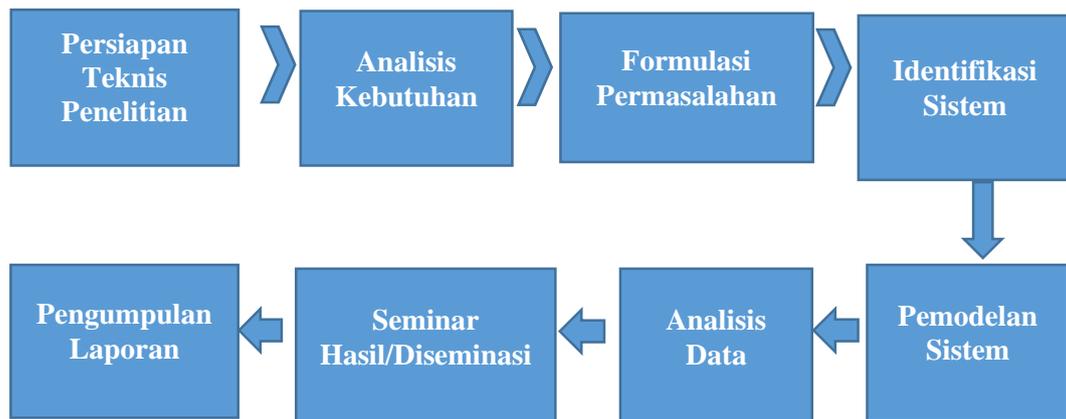
Gambar 4.1 Model Dinamik Pariwisata dari Sisi Permintaan



Gambar 4.2 Model Dinamik Pariwisata dari Sisi Penawaran

4.4 Bagan Alir Penelitian

Proses pelaksanaan penelitian ini digambarkan dalam bagan alir penelitian seperti terlihat pada Gambar berikut.



Gambar 4.3 Bagan Alir Proses Penelitian

BAB V HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

5.1 Hasil Analisis Untuk Bali-Indonesia

5.1.1 Profil Responden Untuk Bali Indonesia

Profil responden dari sisi permintaan dapat dilihat pada tabel 5.1 sedangkan dari sisi penawaran dapat dilihat pada Tabel 5.2.

**Tabel 5.1
Profile Responden Dari Sisi Permintaan**

<i>Country</i>	%	<i>Gender</i>	%	<i>Age (Year)</i>	%	<i>Educational</i>	%	<i>Profession</i>	%	<i>Number Of Visit</i>	%
Australia	30,2	Male	50,9	17 -26	34	Senior High School	11,3	Business man	13,2	One Time	45,3
Dutch	15,1	Female	49,1	27 - 36	17	University	88,7	Government employees	13,2	More Than One Time	54,7
America	1,9			37 -46	17			Retired	5,7		
Malaysia	32,1			47 -56	22,6			Student	43,4		
Timor Leste	3,8			> 56	9,4			Entrepreneur	24,5		
Francis	3,8										
German	7,5										
Singapore	1,9										
Pakistan	1,9										
China	1,9										
Total	100		100		100		100		100		100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Survey 2021

Tabel 5.1 dari sisi permintaan untuk Bali menunjukkan bahwa responden berasal dari 10 negara asal wisatawan yang terbanyak adalah Australia, dilihat dari jenis kelamin terbanyak adalah laki-laki, sedangkan dari segi usia terbesar adalah kelompok usia muda antara 17-26 tahun. Tingkat pendidikan terbanyak responden adalah tamat atau sedang kuliah di perguruan tinggi, sedangkan profesi terbesar adalah sedang mengikuti pendidikan di perguruan tinggi, sebagian besar dari responden telah berkunjung ke Bali lebih dari sekali.

Tabel 5.2 dari sisi penawaran untuk Bali memperlihatkan bahwa responden terbesar berasal dari Kota Denpasar, dari sisi jenis kelamin terbanyak adalah laki-laki, dengan usia dominan adalah 17-26 tahun, sedangkan tingkat pendidikan terbanyak adalah tamat perguruan tinggi dan pekerjaan dominan adalah pegawai swasta dan pegawai negeri.

Tabel 5.2
Profile Responden Bali-Indonesia Dari Sisi Penawaran

<i>District</i>	<i>%</i>	<i>Gender</i>	<i>%</i>	<i>Age (Year)</i>	<i>%</i>	<i>Education</i>	<i>%</i>	<i>Profession</i>	<i>%</i>
Denpasar	29,5	Male	68,9	17 -26	44,3	Senior High School	13,1	Businessman	13,1
Badung	11,5	Female	31,1	27 - 36	16,4	University	86,9	Government Employees	29,5
Gianyar	9,8			37 -46	24,6			Retired	1,6
Tabanan	3,3			47 -56	11,5			Student	18
Bangli	9,8			> 56	3,3			Private Employees	37,7
Klungkung	4,9								
Karangasem	16,4								
Buleleng	9,8								
Jemberana	4,9								
Total	100		100		100		100		100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Survey 2021

5.1.2 Analisis Deskriptif Sisi Permintaan dan Penawaran Bali-Indonesia

Dari sisi permintaan, berdasarkan hasil tabulasi data survey (Tabel 5.3) menunjukkan bahwa rata-rata skor untuk konstruk X1 (*intrinsic motivation*) adalah 3,49 (setuju), skor yang memiliki nilai dibawah rata-rata konstruk adalah indikator X13 yaitu berkunjung ke Bali untuk mengenal tempat yang berbeda. Untuk konstruk X2 (motivasi ekstrinsik) rata-rata skornya adalah 3,54 (setuju), indikator dengan skor dibawah rata-rata konstruk adalah X25 yaitu tertarik berkunjung ke Bali karena kepopuleran nama Bali/Branding Bali. Sedangkan untuk konstruk permintaan pasar (X3) rata-rata skornya adalah 3,54 (setuju), dengan skor dibawah rata-rata konstruk adalah: X33 memiliki lingkungan alam sesuai harapan wisatawan, X34 memiliki budaya unik sesuai harapan wisatawan, X36 pelayanan sesuai dengan harapan, X37 segala keperluan terpenuhi dan X38 yaitu seluruh kegiatan wisatawan memberikan rasa senang.

Untuk konstruk X4 yaitu kepercayaan, skor rata-ratanya adalah 3,61 (setuju) dengan skor yang berada dibawah rata-rata skor konstruk adalah: X41 kejujuran pelayanan provider, X43 tanggung jawab pelayanan provider, X44 kompetensi pelayanan provider dan X46 aktivitas memberikan harapan sesuai biaya yang dikeluarkan. Sedangkan untuk konstruk Y1 yaitu loyalitas layanan sebesar 3,49 (setuju) dengan skor yang berada dibawah rata-rata konstruk adalah indikator Y11 yaitu layanan provider wisata tidak membosankan dan Y13 yaitu akan menceritakan layanan provider wisata kepada teman atau siapa saja

di negara saya secara suka rela. Untuk konstruk Y2 yaitu loyalitas produk sebesar 3,51 (setuju) dengan skor dibawah rata-rata konstruk adalah indikator Y21 yaitu jenis jasa pariwisata yang ditawarkan di Bali beragam, Y22 pelayanan sesuai harapan dan Y23 kebijakan pemerintah mampu mendukung pelestarian lingkungan, ketenagakerjaan dan pelanggan.

Tabel 5.3
Rata-Rata Skor Konstruk dan Indikator Penelitian Bali-Indonesia Dari
Demand Viewpoint

CONSTRUCTS	INDICATORS	SCORES
<i>Intrinsic Motivation</i> X1	<i>To explore culture (X11)</i>	3,49
	<i>To seek peace and tranquility (X12)</i>	3,62
	<i>To know different places (X13)</i>	3,35
	<i>to build relationships (X14)</i>	3,49
	<i>Average</i>	3,49
<i>Extrinsic Motivation</i> X2	<i>To enjoy the natural beauty (X21)</i>	3,60
	<i>Has a unique culture (X22)</i>	3,72
	<i>Has adequate accessibility and infrastructure (X23)</i>	3,57
	<i>Have a warm and welcoming characteristic (X24)</i>	3,74
	<i>Of the popularity of the name (X25)</i>	3,09
<i>Average</i>	3,54	
<i>Market Demand</i> X3	<i>The main choice destination for World tourism (X31)</i>	3,69
	<i>Had a meaningful travel experience while in Penang (X32)</i>	3,75
	<i>Has a natural environment that tourists expect (X33)</i>	3,47
	<i>Has a unique culture as expected by tourists (X34)</i>	3,45
	<i>People are very warm (X35)</i>	3,64
	<i>Services is according to the expectations (X36)</i>	3,39
	<i>Everything you need can be fulfilled (X37)</i>	3,45
	<i>All tourist activities give a sense of fun (X38)</i>	3,49
<i>Average</i>	3,54	
<i>Trust</i> X4	<i>The honesty of tour service providers (X41)</i>	3,57
	<i>Discipline and punctuality of tour service providers (X42)</i>	3,72
	<i>The responsibility of tourism service providers (X43)</i>	3,57
	<i>The competence of tourism service providers (X44)</i>	3,51
	<i>Activities provide a sense of security and comfort (X45)</i>	3,69
	<i>Activities meet expectations in accordance with the costs incurred (X46)</i>	3,58
<i>Average</i>	3,61	
<i>Service Loyalty</i> Y1	<i>Tour provider services in are not boring (Y11)</i>	3,32
	<i>I don't want to switch to a tour provider service (Y12)</i>	3,72

	<i>I will voluntarily tell the tour providers to friends or anyone (Y13)</i>	3,32
	<i>I recommend to others (Y14)</i>	3,49
	<i>I will give positive answers to everyone (Y15)</i>	3,64
	<i>Average</i>	3,49
<i>Destination Loyalty Y2</i>	<i>Has a variety of tourist attractions (Y21)</i>	3,49
	<i>The overall service can better meet expectation (Y21)</i>	3,38
	<i>Policy is more able to support environmental concerns, employees, and customers (Y23)</i>	3,47
	<i>Services offered in are diverse and provide satisfaction to customers (Y24)</i>	3,55
	<i>The prices applied can better meet the expectations (Y25)</i>	3,68
	<i>Average</i>	3,51

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan 2021

Dari sisi penawaran (Tabel 5.4) maka rata-rata nilai skor konstruk X1 (*governance*) sebesar 3,86 (setuju) dengan skor dibawah rata-rata konstruk adalah indikator X11 kebijakan pemerintah sesuai dengan pembangunan pariwisata, X13 institusi kepariwisataan di Bali telah melaksanakan fungsi sesuai tanggung jawab, yaitu sebesar 3,72 (setuju) dan X15 bahwa pariwisata telah memberdayakan seluruh komponen masyarakat dan pemangku kepentingan. Untuk konstruk Y1 (*socioeconomic*) sebesar 4,12 (setuju) dengan skor dibawah rata-rata konstruk adalah pada indikator Y14 pengembangan pariwisata mampu meningkatkan tingkat pendidikan, Y15 pengembangan pariwisata mampu meningkatkan tingkat kesehatan masyarakat yaitu sebesar 3,67 (setuju) dan Y19 yaitu bahwa pariwisata memberikan dampak pada peningkatan harga barang dan jasa. Sedangkan untuk konstruk Y2 (*Nature and Culture Conservation*) skor rata-ratanya adalah 3,75 (setuju) dengan skor yang dibawah rata-rata konstruk adalah pada indikator Y21 pengembangan pariwisata Bali mampu menjaga ekosistem biodiversity sebesar 3,64 (setuju), indikator Y21 yaitu pembangunan pariwisata dapat menjaga lingkungan fisik alam sebesar 3,44 (Setuju) dan Y23 pembangunan pariwisata mampu memelihara budaya dan landscap sebesar 3,59 (setuju).

Tabel 5.4
Rata-Rata Skor Konstruk dan Indikator Penelitian Bali-Indonesia Dari
Supply Viewpoint

<i>Constructs</i>	<i>Indicators</i>	<i>Scores</i>
Governance X1	<i>Policy is in accordance with the needs of tourism development (X11)</i>	3,84
	<i>Regulations issued by the local government are very supportive tourism activities (X12)</i>	3,89
	<i>Institutions have carried out their functions according to their responsibilities (X13)</i>	3,72
	<i>Has implemented destination management that is able to attract tourists (X14).</i>	4,05
	<i>Tourism has involved all components of society and stakeholders (X15)</i>	3,79
	Average	3,86
Socio-Economic Y1	<i>Has provided tangible benefits for the local workforce (Y11)</i>	4,15
	<i>Tourism development is able to increase people's income (Y12)</i>	4,38
	<i>Tourism development is able to improve the regional economy (Y13)</i>	4,38
	<i>Tourism development is able to increase the level of community education (Y14).</i>	4,08
	<i>Tourism development is able to improve the level of public health (Y15).</i>	3,67
	<i>Tourism development is able to drive other economic sectors (Y16)</i>	4,38
	<i>The development of tourism has given pride to the local people (Y17)</i>	4,34
	<i>Regional income from the tourism sector has been fully used to support regional development (Y18).</i>	3,77
	<i>Tourism has an impact on rising prices for goods and services (Y19)</i>	3,97
	Average	4,12
Nature and Cultural Conservation Y2	<i>Tourism development is able to preserve the ecosystem/biodiversity (Y21).</i>	3,64
	<i>Tourism development is able to preserve the physical environment (Y22)</i>	3,44
	<i>Tourism development is able to preserve cultural landscapes (Y23)</i>	3,59
	<i>Tourism development is able to maintain the sustainability of the tangible cultural heritage (Y24)</i>	3,85
	<i>Tourism development is able to preserve intangible cultural heritage (Y25)</i>	4,11
	<i>Tourism development is able to preserve social norms, customs, and traditions (Y25).</i>	3,84
		Average

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan 2021

5.1.3 Analisis Inferensial Demand Viewpoint Bali-Indonesia

1) Measurement Outer Model

Measurement outer model meliputi uji *Convergent validity*, *Discriminant validity*, *Composite reliability* dan *Cronbach Alpha*. Uji *convergent validity* (Tabel 5.5) menunjukkan seluruh indikator telah valid dengan *outer loading* > 0,50 dan signifikan secara statistik pada level 0,05 setelah dilakukan rekonstruksi model.

Tabel 5.5
Uji Convergent Validity

Outer Loadings

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (S.D.EV)	T Statistics (Ovs /D.EV)	P Values
X13 <- Intrinsic Motivation	0,805	0,529	0,165	5,217	0,000
X14 <- Intrinsic Motivation	0,779	0,720	0,265	2,905	0,005
X22 <- Extrinsic Motivation	0,805	0,764	0,302	2,855	0,005
X23 <- Extrinsic Motivation	0,578	0,541	0,219	2,525	0,020
X24 <- Extrinsic Motivation	0,807	0,780	0,281	3,075	0,002
X32 <- Market Demand	0,705	0,746	0,745	5,301	0,000
X36 <- Market Demand	0,875	0,878	0,019	17,675	0,000
X37 <- Market Demand	0,697	0,682	0,739	5,070	0,000
X41 <- Trust	0,595	0,585	0,740	4,277	0,000
X42 <- Trust	0,625	0,604	0,738	4,517	0,000
X43 <- Trust	0,667	0,649	0,710	4,457	0,000
X44 <- Trust	0,760	0,707	0,698	7,759	0,000
X45 <- Trust	0,801	0,788	0,678	10,751	0,000
X46 <- Trust	0,751	0,739	0,680	8,485	0,000
Y12 <- Dedication Loyalty	0,822	0,799	0,755	5,341	0,000
Y13 <- Dedication Loyalty	0,871	0,803	0,715	6,719	0,000
Y14 <- Dedication Loyalty	0,687	0,672	0,745	3,510	0,000
Y21 <- Service Loyalty	0,697	0,596	0,51	4,627	0,000
Y23 <- Service Loyalty	0,789	0,770	0,710	7,145	0,000
Y24 <- Service Loyalty	0,835	0,822	0,673	7,459	0,000
Y25 <- Service Loyalty	0,665	0,633	0,795	3,257	0,001

Sumber: Hasil Pengolahan data Dengan PLS 3,0.

Untuk uji *discriminant validity* (Tabel 5.6) juga menunjukkan bahwa seluruh indikator masing masing konstruk telah menunjukkan indek pengukuran yang lebih besar dari index konstruk lain pada masing masing blok, sehingga memenuhi syarat valid.

Tabel 5.6
Uji Diskriminan Validity

Discriminant Validity

	Destination Loyalty	Extrinsic Motivation	Intrinsic Motivation	Market Demand	Service Loyalty	Trust
X13	0,357	0,318	0,862	0,202	0,298	0,413
X14	0,297	0,257	0,779	0,149	0,108	0,295
X22	0,347	0,305	0,389	0,315	0,340	0,435
X23	0,208	0,578	0,287	0,233	0,156	0,045
X24	0,346	0,257	0,763	0,242	0,402	0,250
X35	0,381	0,557	0,033	0,765	0,413	0,465
X36	0,392	0,204	0,303	0,873	0,171	0,565
X37	0,311	0,137	0,173	0,097	0,419	0,353
X41	0,367	0,252	0,174	0,485	0,119	0,595
X42	0,472	0,250	0,273	0,203	0,431	0,625
X73	0,306	0,254	0,132	0,327	0,282	0,661
X74	0,434	0,064	0,264	0,163	0,132	0,760
X45	0,385	0,155	0,521	0,442	0,378	0,801
X46	0,677	0,116	0,403	0,461	0,617	0,711
Y12	0,822	0,251	0,205	0,435	0,587	0,568
Y13	0,814	0,168	0,450	0,334	0,289	0,549
Y14	0,664	0,454	0,283	0,301	0,365	0,405
Y21	0,347	0,153	0,202	0,460	0,607	0,439
Y25	0,353	0,232	0,120	0,360	0,789	0,487
Y24	0,457	0,257	0,134	0,360	0,833	0,422
Y25	0,415	0,532	0,285	0,114	0,663	0,500

Sumber: Hasil Pengolahan data Penelitian dengan PLS

Demikian juga untuk uji *composite reliability* dan *cronbach alpha*, seluruh konstruk telah memiliki nilai lebih besar dari 0,70 atau reliabel dari sisi *Composite Reliability* sedangkan dari sisi *Cronbach Alpha* ada empat konstruk yang nilai indeksnya lebih rendah dari 0,70 (Tabel 5.7).

Tabel 5.7
Uji Composite Reliability dan Cronbach Alpha

Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
CULTURAL NATURE CONSERVATION IMPACT	0.899	0.909	0.922	0.663
GOVERNANCE	0.750	0.763	0.832	0.509
SOCIOECONOMIC IMPACT	0.860	0.875	0.889	0.502

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian 2021

2) Measurement Inner Model

Uji R^2 menunjukkan konstruk *destination loyalty*, *service loyalty*, dan *trust* termasuk model moderat (Tabel 5.8)), artinya konstruk eksogen memiliki pengaruh sedang (moderat) terhadap konstruk endogen. Sedangkan konstruk *market demand* termasuk model lemah, artinya variabel eksogen memiliki pengaruh lemah terhadap konstruk endogen. Selanjutnya uji Q^2 menunjukkan nilai sebesar 0,84, atau termasuk model kuat, artinya konstruk eksogen berpengaruh kuat terhadap konstruk endogen. Demikian juga uji *Goodness of Fit* menunjukkan nilai sebesar 0,45 termasuk model pengukuran adalah kuat, artinya variasi konstruk eksogen memiliki pengaruh yang kuat terhadap variasi konstruk endogen. Keseluruhan pengukuran tersebut menunjukkan bahwa model estimasi adalah model yang fit.

Tabel 5.8
Nilai R-Square

R Square

	R Square	R Square Adjusted
Destination Loyalty	0.483	0.440
Market Demand	0.160	0.126
Service Loyalty	0.439	0.416
Trust	0.359	0.347

Sumber: Hasil Pengolahan Data Dengan PLS

3) Path Coefficient dan Statistic Test

Hasil perhitungan sisi permintaan menunjukkan *path coefficient* dan uji statistik (Tabel 5.9) sebagai berikut.

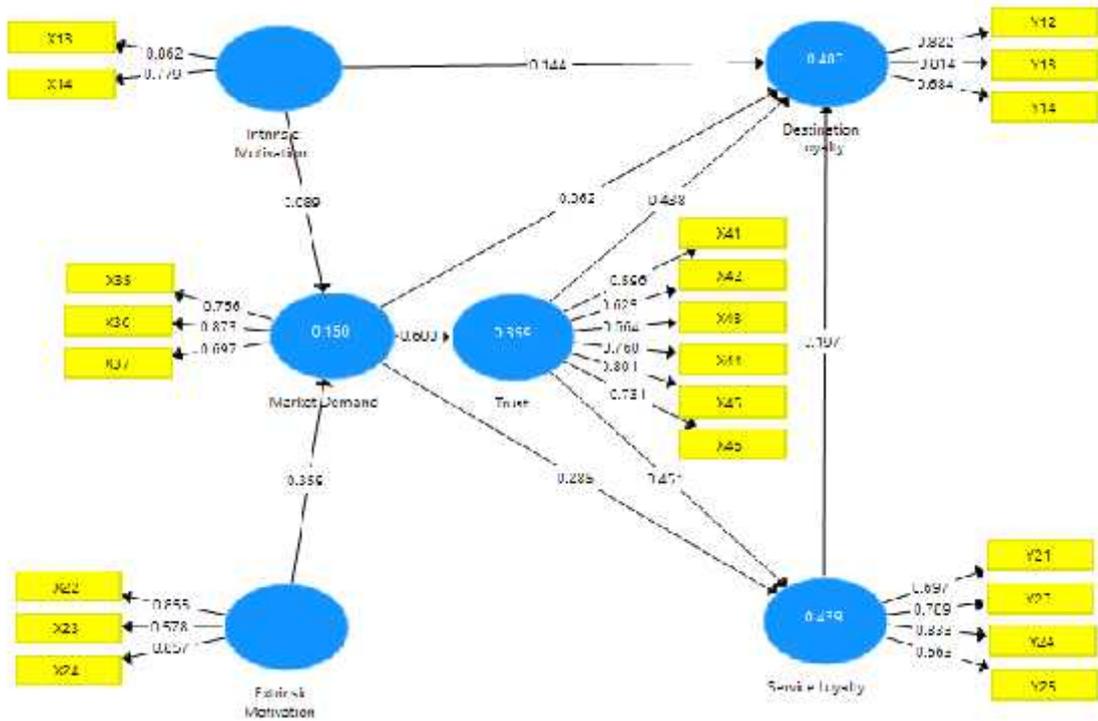
Tabel 5.9
Path Coefficients

Path Coefficients

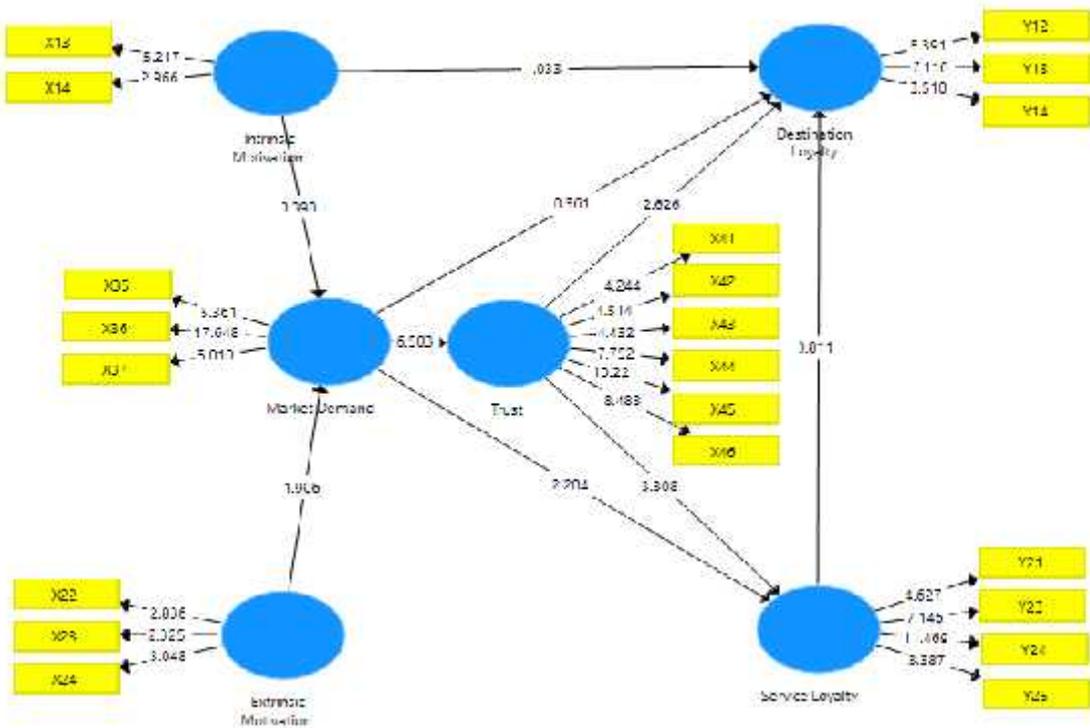
	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDDEV)	T-Statistics (O /STDDEV)	P-Values
Extrinsic Motivation -> Market Demand	0.359	0.358	0.189	1.905	0.057
Intrinsic Motivation -> Destination Loyalty	0.144	0.150	0.139	1.033	0.302
Intrinsic Motivation -> Market Demand	0.059	0.100	0.224	0.268	0.691
Market Demand -> Destination Loyalty	0.052	0.080	0.173	0.301	0.718
Market Demand -> Service Loyalty	0.205	0.200	0.129	2.204	0.028
Market Demand -> Trust	0.600	0.508	0.092	6.503	0.000
Service Loyalty -> Destination Loyalty	0.107	0.158	0.243	0.411	0.418
Trust -> Destination Loyalty	0.410	0.447	0.167	2.455	0.009
Trust -> Service Loyalty	0.451	0.469	0.136	3.305	0.001

Sumber: Hasil Pengolahan data Lapangan Dengan PLS

Tabel 5.9 selanjutnya dapat dilihat arah hubungannya secara lebih jelas melalui Gambar 5.1 yaitu mengenai koefisien hubungan antar variabel dan 5.2 untuk melihat signifikansi hubungan masing-masing variabel.



Gambar 5.1 Path Coefficient Sisi Permintaan Bali-Indonesia



Gambar 5.2 Uji Statistik Sisi Permintaan Bali-Indonesia

Berdasarkan Tabel 5.9 dan Gambar 5.1 dan 5.2 dapat dideskripsikan makna hubungan antara variabel yang diteliti sebagai berikut.

- a. *Extrinsic motivation* berpengaruh positif sebesar 0,36 terhadap *market demand*, namun hubungan tersebut tidak signifikan. Artinya peningkatan *extrinsic motivation* akan meningkatkan *market demand*, namun pengaruh tersebut tidak nyata secara statistik. Indikator *extrinsic motivation* yang mendapat respon dibawah rata-rata konstruk dari responden yang diteliti diantaranya adalah: popularitas nama Bali tidak menjadi perhatian penting bagi wisatawan yang berkunjung ke Bali. *Extrinsic motivation* tidak signifikan terhadap *market demand* disebabkan di Dunia ini banyak negara yang juga memiliki daya tarik wisata yang tidak kalah dengan Bali, seperti keindahan alam, keunikan budaya, kemudahan akses dan infrastruktur, kehangatan masyarakatnya dan popularitas sehingga ada pilihan lain untuk tujuan wisata.
- b. *Intrinsic motivation* berpengaruh positif sebesar 0,14 terhadap *destination loyalty* namun hubungan tersebut tidak signifikan. Artinya meningkatnya intrinsik *motivation* akan meningkatkan *destination loyalty*, namun hubungan tersebut tidak nyata secara statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator yang mendapat persepsi paling rendah dari wisatawan adalah wisatawan yang berkunjung ke Bali untuk mengetahui destinasi yang berbeda, hal ini terjadi mengingat di Dunia banyak negara yang memiliki daya tarik yang tidak kalah dengan Bali. Sehingga banyak terdapat pilihan negara tujuan wisata selain Bali.
- c. *Intrinsic motivation* berpengaruh positif sebesar 0,14 terhadap *market demand* namun hubungan tersebut juga tidak signifikan, artinya peningkatan intrinsik *motivation* akan meningkatkan *market demand*, namun hubungan tersebut tidak nyata. Indikator yang memiliki skor paling rendah untuk *intrinsic motivation* adalah wisatawan ke Bali untuk mengetahui tempat yang berbeda. Tidak signifikannya *intrinsic motivation* disebabkan oleh adanya berbagai pilihan destinasi wisatawan di Dunia yang juga memiliki alam yang indah didukung oleh suasana hidup masyarakatnya yang damai dan tenang. Seperti misalnya Thailand, Kamboja dan Vietnam yang suasananya tidak jauh berbeda dengan Bali.

- d. *Market demand* berpengaruh positif sebesar 0,06 terhadap *destination loyalty* namun hubungan tersebut tidak signifikan. Indikator yang mendapat persepsi paling rendah adalah pelayanan sesuai harapan, segala yang dibutuhkan dapat dipenuhi, seluruh kegiatan wisata memberikan rasa senang, memiliki lingkungan alam sesuai dengan yang diharapkan, dan memiliki budaya yang unik sesuai harapan. Indikator-indikator tersebut rupanya masih kalah bersaing dengan negara lain sehingga menyebabkan hubungan tidak signifikan.
- e. *Market demand* berpengaruh positif sebesar 0,29 terhadap *service loyalty* dan hubungan tersebut signifikan. Indikator-indikator yang mendorong hubungan signifikan adalah Bali sebagai tujuan utama, kegiatan wisata memberikan makna yang mendalam bagi wisatawan dan keramahtamahan masyarakat Bali. Indikator-indikator tersebut mampu disediakan oleh provider pariwisata di Bali.
- f. *Market demand* berpengaruh positif sebesar 0,60 terhadap *trust* dan hubungan tersebut signifikan. Hasil studi menunjukkan bahwa Bali merupakan tujuan utama, kegiatan wisata memberikan makna yang mendalam bagi wisatawan dan keramahtamahan masyarakat Bali mampu ditunjukkan oleh tour provider yang ada di Bali sehingga meningkatkan kepercayaan di kalangan wisatawan.
- g. *Service loyalty* berpengaruh positif sebesar 0,20 terhadap *destination loyalty* namun hubungan tersebut tidak signifikan. Artinya peningkatan *service loyalty* akan meningkatkan *destination loyalty* namun pengaruhnya tidak nyata. Hal ini terjadi karena adanya pelayanan provider selama di Bali yang membosankan selain itu juga adanya keengganan untuk menceritakan hal hal positif yang dialami wisatawan kepada teman atau keluarga di negerinya.
- h. *Trust* berpengaruh positif sebesar 0,44 terhadap *destination loyalty* dan hubungan tersebut signifikan. Artinya meningkatnya *trust* akan meningkatkan *destination loyalty* secara nyata. Hal ini disebabkan oleh adanya persepsi wisatawan bahwa disiplin dan ketepatan waktu pelayanan provider yang sangat baik selama berada di Bali sehingga mampu meningkatkan loyalitas destinasi.
- i. *Trust* berpengaruh positif sebesar 0,45 terhadap *service loyalty* dan hubungan tersebut signifikan. Artinya peningkatan *trust* akan meningkatkan *service loyalty* secara nyata, hal ini terjadi karena disiplin dan ketepatan waktu pelayanan

provider yang sangat baik selama berada di Bali juga mampu meningkatkan *service loyalty*.

5.1.4 Analisis Inferensial *Supply Viewpoint* Bali-Indonesia

1) *Measurement Outer Model*

Hasil perhitungan uji *convergent validity* pada Tabel 5.10 menunjukkan seluruh indikator telah valid dengan *outer loading* > 0,50 dan signifikan secara statistik pada level 0,05.

Tabel 5.10
Uji *Convergent Validity*

Outer Loadings

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (S.D.)	Statistics (O/S - H/F)	P-Values
X13 < DESTINATION LOYALTY	0,876	0,820	0,077	8,967	0,000
X14 < DESTINATION LOYALTY	0,858	0,784	0,078	8,874	0,000
X11 < GOVERNANCE	0,596	0,587	0,077	4,894	0,000
X12 < GOVERNANCE	0,674	0,548	0,107	6,305	0,000
X15 < GOVERNANCE	0,796	0,747	0,078	14,770	0,000
X14 < GOVERNANCE	0,717	0,770	0,087	8,257	0,000
X15 < GOVERNANCE	0,758	0,741	0,077	10,727	0,000
Y11 < SOCIOECONOMIC IMPACT	0,751	0,740	0,087	8,615	0,000
Y12 < SOCIOECONOMIC IMPACT	0,735	0,740	0,068	10,575	0,000
Y13 < SOCIOECONOMIC IMPACT	0,730	0,714	0,115	6,563	0,000
Y14 < SOCIOECONOMIC IMPACT	0,801	0,791	0,063	15,155	0,000
Y15 < SOCIOECONOMIC IMPACT	0,710	0,708	0,075	9,515	0,000
Y16 < SOCIOECONOMIC IMPACT	0,683	0,683	0,077	9,567	0,000
Y17 < SOCIOECONOMIC IMPACT	0,539	0,575	0,141	3,865	0,000
Y18 < SOCIOECONOMIC IMPACT	0,681	0,685	0,067	10,371	0,000
Y21 < NATURE, CULTURE AND PRESERVATION IMPACT	0,858	0,850	0,043	19,812	0,000
Y22 < NATURE, CULTURE AND PRESERVATION IMPACT	0,744	0,727	0,124	5,550	0,000
Y23 < NATURE, CULTURE AND PRESERVATION IMPACT	0,829	0,835	0,050	23,372	0,000
Y24 < NATURE, CULTURE AND PRESERVATION IMPACT	0,811	0,814	0,075	14,011	0,000
Y25 < NATURE, CULTURE AND PRESERVATION IMPACT	0,770	0,777	0,046	16,750	0,000
Y26 < NATURE, CULTURE AND PRESERVATION IMPACT	0,804	0,804	0,077	15,687	0,000

Sumber: Hasil Perhitungan PLS

Untuk uji *discriminant validity* Tabel 5.11 menunjukkan bahwa seluruh indikator masing masing konstruk telah menunjukkan indek pengukuran yang lebih besar dari index konstruk lain pada masing masing blok, sehingga memenuhi syarat valid berdasarkan kriteria *discriminant validity*.

Tabel 5.11
Uji Discriminant Validity

Discriminant Validity

	DESTINATION LOYALTY	GOVERNANCE	NATURE, CULTURE AND PRESERVATION	IMPACT	SOCIOECONOMIC IMPACT
X11	0.876	0.213		0.381	0.337
X14	0.838	0.193		0.310	0.176
X21	0.710	0.595		0.794	0.410
X22	0.155	0.654		0.321	0.276
X23	0.258	0.795		0.138	0.106
X24	0.072	0.717		0.480	0.504
X25	0.157	0.751		0.450	0.501
Y11	0.142	0.393		0.345	0.151
Y12	0.257	0.199		0.506	0.735
Y13	0.157	0.435		0.264	0.730
Y14	0.175	0.424		0.445	0.801
Y15	0.215	0.491		0.502	0.110
Y16	0.235	0.291		0.151	0.633
Y17	0.231	0.243		0.179	0.539
Y18	0.257	0.535		0.680	0.691
Y21	0.449	0.339		0.050	0.497
Y22	0.330	0.264		0.744	0.373
Y23	0.390	0.509		0.359	0.570
Y24	0.279	0.611		0.331	0.562
Y25	0.196	0.552		0.778	0.471
Y26	0.320	0.427		0.309	0.614

Sumber: Hasil Perhitungan PLS

Sedangkan untuk pengukuran *cronbach alpha* dan *composite reliability* Tabel 5.12 menunjukkan bahwa seluruh konstruk telah menunjukkan reliabel dari sisi *Composite Reliability*, namun dari sisi *Cronbach Alpha* hanya konstruk destination loyalty yang nilai indeksinya sedikit lebih rendah dari 0,70. Namun secara umum seluruh konstruk telah menunjukkan nilai indek valid.

Tabel 5.12
Pengukuran *Composite Reliability* dan *Cronbach Alpha*

Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
CULTURAL NATURE CONSERVATION IMPACT	0.809	0.909	0.922	0.663
GOVERNANCE	0.758	0.763	0.832	0.508
SOCIOECONOMIC IMPACT	0.860	0.875	0.889	0.502

Sumber: Hasil Perhitungan Data Survey Dengan PLS

2) *Measurement Inner Model* Sisi Penawaran Bali-Indonesia

Analisis inner model meliputi R^2 , Q^2 dan GoF, hasil uji R^2 menunjukkan untuk konstruk *cultural nature conservation impact* dan *socioeconomic*, termasuk model moderat, artinya variabel eksogen pada konstruk tersebut memiliki pengaruh sedang terhadap konstruk endogenya (Tabel 5.13).

Selanjutnya uji Q^2 menunjukkan nilai sebesar 0,67, atau termasuk model kuat, artinya konstruk eksogen berpengaruh kuat terhadap konstruk endogen. Demikian juga uji *Goodness of Fit* menunjukkan nilai sebesar 0,48, model pengukuran adalah kuat, artinya variasi konstruk eksogen memiliki pengaruh yang kuat terhadap variasi konstruk endogen. Keseluruhan pengukuran sisi penawaran menunjukkan bahwa model estimasi adalah model yang fit.

Tabel 5.13
Analisis R^2

R Square

	R Square	R Square Adjusted
GOVERNANCE	0.058	0.042
NATURE, CULTURE AND PRESERVATION IMPACT	0.466	0.448
SOCIOECONOMIC IMPACT	0.375	0.364

3) *Path Coeficient* dan Uji Statistik Sisi Penawaran Bali-Indonesia

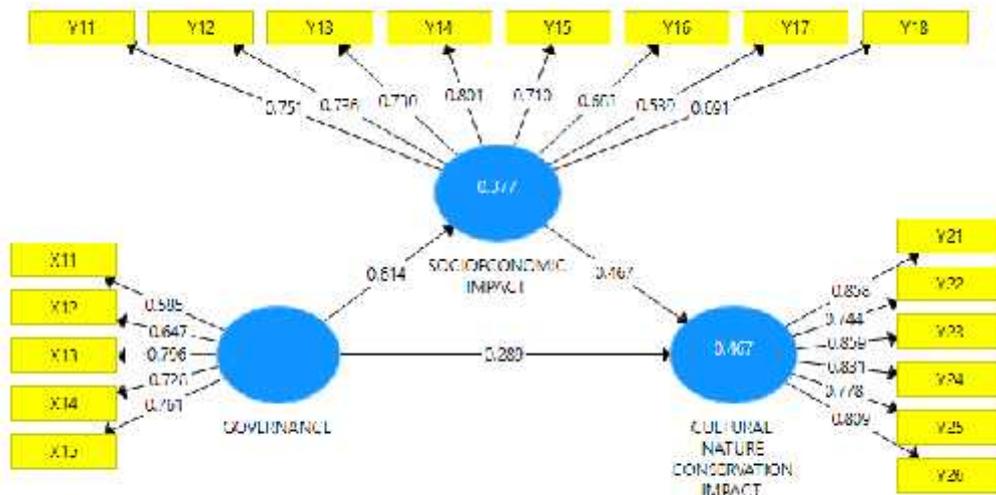
Hasil perhitungan dari sisi penawaran (Tabel 5.14) menunjukkan sebagai berikut.

- a. *Governance* berpengaruh positif sebesar 0,31 terhadap *Cultural Nature Conservation* dan hubungan tersebut signifikan. Artinya peningkatan *Governance* akan meningkatkan *Cultural Nature Conservation* secara signifikan. Indikator-indikator penunjang hubungan tersebut adalah: Penang telah mengimplementasikan manajemen tujuan wisata yang mampu menarik wisatawan.
- b. *Governance* berpengaruh positif sebesar 0,62 terhadap *socioeconomic impact* secara signifikan. Artinya peningkatan *Governance* akan meningkatkan *socioeconomic impact* secara signifikan.
- c. *Socioeconomic impact* berpengaruh positif sebesar 0,44 terhadap *Cultural Nature Conservation* secara signifikan. Artinya peningkatan *Socioeconomic impact* akan meningkatkan *Cultural Nature Conservation* secara signifikan.

Tabel 5.14
Path Koefisien dan Uji Statistik

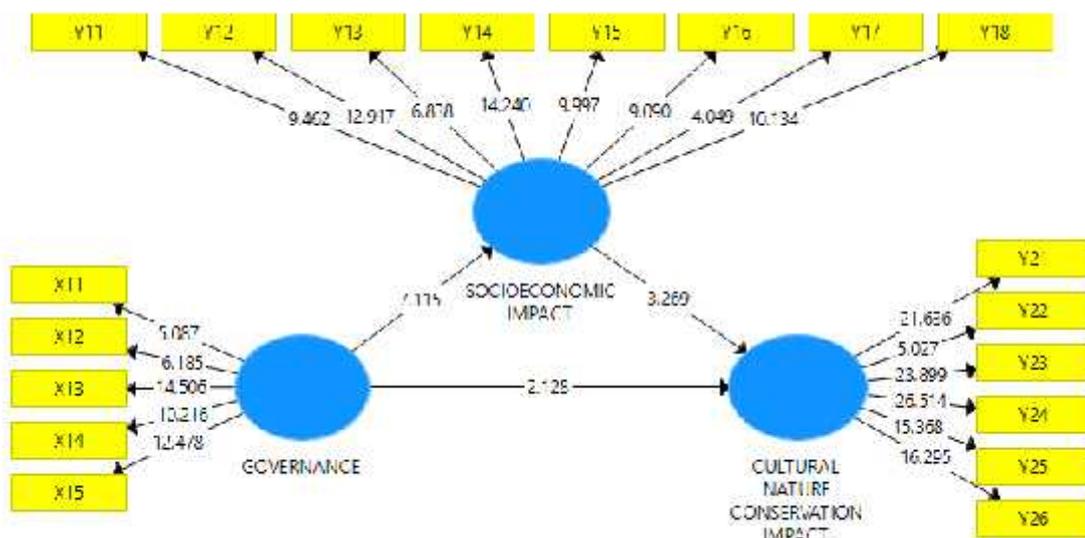
Path Coefficients						
Mean, STDDEV, T-Values, P-Values	Confidence Intervals	Confidence Intervals Bias Cor.	Samples	Copy to Clipboard	Print Path	Print
	Original Sample...	Sample Mean (M)	Standard Deviation...	T-Statistics (U...)	P-Values	
GOVERNANCE -> CULTURAL NATURE CONSERVATION IMPACT	0.209	0.297	0.116	2.120	0.034	
GOVERNANCE -> SOCIOECONOMIC IMPACT	0.614	0.637	0.096	7.174	0.000	
SOCIOECONOMIC IMPACT -> CULTURAL NATURE CONSERVATION IMPACT	0.467	0.473	0.140	3.268	0.001	

Hasil perhitungan pada Tabel 5.14 selanjutnya dapat dilihat pada Gambar struktural hasil estimasi berikut.



Gambar 5.3 Path coefisien Sisi Penawaran Bali-Indonesia

Untuk uji statistiknya dapat dilihat pada Gambar 5.4 berikut.



Gambar 5.4 Uji Statistik Sisi Penawaran Bali-Indonesia

5.2 Hasil Analisis Untuk Penang-Malaysia

5.2.1 Profil Responden Dari Sisi Permintaan dan Penawaran

Profil responden dari sisi permintaan dapat dilihat pada tabel 5.15 sedangkan dari sisi penawaran dapat dilihat pada Tabel 5.16.

Tabel 5.15
Profile Responden Dari Sisi Permintaan

Country	%	Gender	%	Age (Year)	%	Education	%	Profession	%	Number Of Visit	%
Australia	22,2	Male	66,7	17 -26	5,6	Senior High School	5,6	Private Employees	22,2	One Time	22,2
Dutch	11,1	Female	33,3	27 - 36	11,1	University	94,4	Government employees	27,8	More Than One Time	27,8
America	12,0			37 -46	33,3			Lowyer	5,6		
Indonesia	22,1			47 -56	22,2			Student	5,6		
Timor Leste	2,8			> 56	27,8			Entrepreneur	38,8		
Singapore	21,9										
China	7,9										
Total	100		100		100		100		100		100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Survey 2021

Tabel 5.15 dari sisi permintaan menunjukkan bahwa responden berasal dari 7 negara, wisatawan terbesar berasal dari Australia, dilihat dari jenis kelamin terbanyak adalah laki laki, sedangkan dari segi usia terbesar adalah kelompok usia muda antara 37-46 tahun. Tingkat pendidikan terbanyak responden adalah tamat atau sedang kuliah di perguruan tinggi, sedangkan profesi terbesar adalah wirausaha, sebagian besar dari responden telah berkunjung lebih dari sekali.

Tabel 5.16 dari sisi penawaran memperlihatkan bahwa responden terbesar berasal dari Kota Kualalumpur, dari sisi jenis kelamin terbanyak adalah laki laki, dengan usia dominan adalah 17-26 tahun, sedangkan tingkat pendidikan terbanyak adalah tamat perguruan tinggi dan pekerjaan dominan adalah pegawai swasta.

Tabel 5.16
Profile Responden Dari Sisi Penawaran

District	%	Gender	%	Age (Year)	%	Education	%	Profession	%
Kualalumpur	50,8	Male	67,8	17 -26	45,8	Senior High School	30,5	Entrepreneur	13,6
Penang	49,2	Female	32,2	27 - 36	16,9	University	69,5	Government Employees	27,1
				37 -46	25,4			Retired	5,1
				47 -56	8,5			Student	18,6
				> 56	3,4			Private Employees	35,6
Total	100		100		100		100		100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Survey 2021

5.2.2 Analisis Deskriptif Sisi Permintaan dan Penawaran

Dari sisi permintaan, berdasarkan hasil tabulasi data survey Tabel 5.17 menunjukkan bahwa rata-rata skor untuk konstruk X1 (*intrinsic motivation*) adalah 3,68 (setuju), skor paling rendah adalah pada indikator X14 yaitu berkunjung ke Penang/Malaysia untuk membangun relasi sedangkan skor tertinggi adalah berkunjung ke Malaysia untuk mengetahui destinasi yang berbeda. Untuk konstruk X2 (motivasi ekstrinsik) rata-rata skornya adalah 3,87 (setuju), indikator dengan rata-rata terendah adalah X25 yaitu tertarik berkunjung ke Malaysia karena kepopuleran nama Malaysia (*Branding Penang*) sedangkan skor tertinggi adalah berkunjung ke Malaysia untuk menikmati keindahan alam. Untuk konstruk permintaan pasar (X3) rata-rata skornya adalah 3,58 (setuju), dengan skor terendah adalah X37 yaitu segala kebutuhan selama di Malaysia dapat terpenuhi sedangkan skor rata-rata tertinggi adalah bahwa pelayanan selama berwisata sesuai dengan harapan wisatawan. Untuk konstruk X4 yaitu kepercayaan, skor rata-ratanya adalah 3,70 (setuju) dengan skor terendah X41 yaitu kejujuran penyedia layanan wisata di Penang/Malaysia dapat dipastikan sedangkan skor tertinggi adalah aktivitas pariwisata sesuai dengan harapan dan biaya yang dikeluarkan wisatawan. Sedangkan untuk konstruk X5 yaitu loyalitas layanan sebesar 3,66 (setuju) dengan skor terendah pada indikator X52 saya tidak ingin beralih ke layanan provider wisata yang lain sedangkan untuk skor tertinggi adalah saya akan memberikan jawaban yang positif kepada setiap orang yang bertanya mengenai Malaysia. Untuk konstruk X6 yaitu loyalitas produk sebesar 3,64 (setuju) dengan skor terendah pada indikator X63 yaitu kebijakan pariwisata lebih dapat mendukung kepedulian lingkungan, karyawan dan pelanggannya bila dibandingkan dengan destinasi lain sedangkan skor tertinggi adalah harga-harga yang diterapkan sesuai dengan harapan wisatawan.

Tabel 5.17
Rata-Rata Skor Konstruk dan Indikator Penelitian Penang-Malaysia Dari
Demand Viewpoint

<i>Constructs</i>	<i>Indicators</i>	<i>Scores</i>
<i>Intrinsic Motivation</i>	<i>To explore culture</i>	3,72
	<i>To seek peace and tranquility</i>	3,89
	<i>To know different places</i>	4,00
	<i>Penang to build relationships</i>	3,61

	Average	3,68
Extrinsik Motivation	<i>To enjoy the natural beauty</i>	4,11
	<i>Has a unique culture</i>	3,72
	<i>Has adequate accessibility and infrastructure</i>	4,06
	<i>Have a warm and welcoming characteristic</i>	3,89
	<i>Of the popularity of the name</i>	3,56
	Average	3,87
Market Demand	<i>The main choice destination for World tourism</i>	3,06
	<i>Had a meaningful travel experience while in Penang</i>	3,72
	<i>Has a natural environment that tourists expect</i>	3,61
	<i>Has a unique culture as expected by tourists</i>	3,67
	<i>People are very warm</i>	3,61
	<i>Services is according to the expectations</i>	3,83
	<i>Everything you need can be fulfilled</i>	3,00
	<i>All tourist activities give a sense of fun</i>	3,61
	Average	3,58
Trust	<i>The honesty of tour service providers</i>	3,56
	<i>Discipline and punctuality of tour service providers</i>	3,61
	<i>The responsibility of tourism service providers</i>	3,78
	<i>The competence of tourism service providers</i>	3,78
	<i>Activities provide a sense of security and comfort</i>	3,67
	<i>Activities meet expectations in accordance with the costs incurred</i>	3,83
	Average	3,70
Service Loyalty	<i>Tour provider services in are not boring</i>	3,67
	<i>I don't want to switch to a tour provider service</i>	3,06
	<i>I will voluntarily tell the tour providers to friends or anyone</i>	3,72
	<i>I recommend to others</i>	3,89
	<i>I will give positive answers to everyone</i>	3,94
	Average	3,66
Destination Loyalty	<i>Has a variety of tourist attractions</i>	3,67
	<i>The overall service can better meet expectation</i>	3,61
	<i>Policy is more able to support environmental concerns, employees, and customers</i>	3,56
	<i>Services offered in are diverse and provide satisfaction to customers</i>	3,67
	<i>The prices applied can better meet the expectations</i>	3,72

Sumber: Hasil Pengolahan Data Survey Lapangan 2021.

Dari sisi penawaran Tabel 5.18 menunjukkan rata-rata nilai skor konstruk *governance* sebesar 3,85 (setuju) dengan skor terendah adalah indikator institusi kepariwisataan telah melaksanakan fungsi sesuai tanggung jawab, yaitu sebesar 3,71

(setuju) sedangkan skor tertinggi adalah implementasi manajemen tujuan wisata mampu menarik minat wisatawan yaitu 4,05. Untuk konstruk *socioeconomic* sebesar 4,15 (setuju) dengan skor terendah pada indikator pengembangan pariwisata mampu meningkatkan tingkat kesehatan masyarakat yaitu sebesar 3,67 (setuju) sedangkan skor tertinggi adalah pengembangan pariwisata mampu meningkatkan ekonomi regional sebesar 4,42. Untuk konstruk *Nature and Culture Conservation* 3,75 (setuju) dengan skor terendah pada indikator Pengembangan pariwisata mampu menjaga kelestarian lingkungan fisik (tanah, air, udara) sebesar 3,42 (setuju) sedangkan skor tertinggi adalah pengembangan pariwisata mampu melestarikan peninggalan budaya *intangible*.

Tabel 5.18
Rata-Rata Skor Konstruk dan Indikator Penelitian Penang-Malaysia Dari
Supply Viewpoint

Constructs	Indicators	Scores
Governance	<i>Policy is in accordance with the needs of tourism development</i>	3,83
	<i>Regulations issued by the local government are very supportive tourism activities.</i>	3,84
	<i>Institutions have carried out their functions according to their responsibilities</i>	3,71
	<i>Has implemented destination management that is able to attract tourists.</i>	4,05
	<i>Tourism has involved all components of society and stakeholders</i>	3,83
	Average	3,85
Socio-Economic	<i>Has provided tangible benefits for the local workforce</i>	4,15
	<i>Tourism development is able to increase people's income.</i>	4,39
	<i>Tourism development is able to improve the regional economy</i>	4,42
	<i>Tourism development is able to increase the level of community education.</i>	4,08
	<i>Tourism development is able to improve the level of public health.</i>	3,67
	<i>Tourism development is able to drive other economic sectors</i>	4,37
	<i>The development of tourism has given pride to the local people</i>	4,36
	<i>Regional income from the tourism sector has been fully used to support regional development.</i>	3,79
<i>Tourism has an impact on rising prices for goods and services</i>	4,36	
	Average	4,15
Nature and Cultural Conservation	<i>Tourism development is able to preserve the ecosystem/biodiversity.</i>	3,66
	<i>Tourism development is able to preserve the physical environment</i>	3,42
	<i>Tourism development is able to preserve cultural landscapes</i>	3,59

	<i>Tourism development is able to maintain the sustainability of the tangible cultural heritage</i>	3,88
	<i>Tourism development is able to preserve intangible cultural heritage</i>	4,10
	<i>Tourism development is able to preserve social norms, customs, and traditions.</i>	3,85
	<i>Average</i>	3,75

Sumber: Diolah dari Hasil Survey Lapangan 2021

5.2.3 Uji Validitas dan Reliabilitas data Sisi Permintaan dan Penawaran Penang-Malaysia

Uji reliabilitas baik sisi permintaan maupun penawaran menggunakan metode *cronbach alpha* menunjukkan bahwa seluruh *construct* memiliki nilai CR > 0,70 atau reliabel (Sugiyono, 2010). Demikian juga uji validitas terhadap item instrumen, menggunakan metode *product moment pearson correlation*, menunjukkan seluruh indikator memiliki nilai korelasi > 0,30 dan signifikan secara statistik pada level 0,05. Artinya seluruh data survey adalah valid.

5.2.4 Analisis Inferensial Demand Viewpoint Penang-Malaysia

1) Measurement Outer Model Sisi Permintaan Penang-Malaysia

Uji *convergent validity* (Tabel 5.19) dari sisi permintaan, menunjukkan seluruh indikator telah valid dengan *outer loading* > 0,50 dan signifikan secara statistik pada level 0,05 setelah dilakukan rekonstruksi model.

Tabel 5.19
Uji Convergent Validity Sisi Permintaan Penang-Malaysia

Outer Loadings

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T-Statistics (O-STDEV)	P-Values
X11 <- Intrinsic Motivation	0.722	0.716	0.133	5.667	0.000
X12 <- Intrinsic Motivation	0.797	0.700	0.104	7.660	0.000
X13 <- Intrinsic Motivation	0.777	0.762	0.136	5.943	0.000
X14 <- Intrinsic Motivation	0.679	0.671	0.110	6.161	0.000
X21 <- Extrinsic Motivation	0.753	0.769	0.044	17.143	0.000
X22 <- Extrinsic Motivation	0.551	0.852	0.041	20.555	0.000
X23 <- Extrinsic Motivation	0.799	0.807	0.036	22.479	0.000
X24 <- Extrinsic Motivation	0.702	0.606	0.004	8.041	0.000
X25 <- Extrinsic Motivation	0.733	0.782	0.042	18.575	0.000
X31 <- Market Demand	0.601	0.838	0.026	33.272	0.000
X32 <- Market Demand	0.756	0.750	0.069	10.901	0.000
X33 <- Market Demand	0.479	0.421	0.163	2.857	0.009
X34 <- Market Demand	0.759	0.716	0.130	3.609	0.000
X35 <- Market Demand	0.528	0.091	0.021	42.220	0.000
X36 <- Market Demand	0.554	0.685	0.091	7.472	0.000
X37 <- Market Demand	0.726	0.759	0.086	8.759	0.000
X38 <- Market Demand	0.044	0.090	0.020	42.997	0.000
X41 <- Trust	0.813	0.911	0.017	13.058	0.000
X42 <- Trust	0.884	0.905	0.026	24.554	0.000
X43 <- Trust	0.914	0.907	0.030	33.353	0.000
X44 <- Trust	0.852	0.917	0.051	15.861	0.000
X45 <- Trust	0.845	0.941	0.051	13.900	0.000
X46 <- Trust	0.907	0.916	0.026	33.189	0.000
Y11 <- Service Loyalty	0.811	0.903	0.019	15.491	0.000
Y12 <- Service Loyalty	0.431	0.419	0.126	3.412	0.001
Y13 <- Service Loyalty	0.792	0.756	0.046	15.900	0.000
Y14 <- Service Loyalty	0.913	0.910	0.022	42.292	0.000
Y15 <- Service Loyalty	0.904	0.907	0.015	59.702	0.000
Y21 <- Destination Loyalty	0.793	0.757	0.045	16.330	0.000
Y22 <- Destination Loyalty	0.877	0.891	0.013	11.181	0.000
Y23 <- Destination Loyalty	0.654	0.053	0.030	22.56	0.000
Y24 <- Destination Loyalty	0.982	0.957	0.021	44.011	0.000
Y25 <- Destination Loyalty	0.810	0.859	0.029	11.422	0.000

Sumber: Hasil Perhitungan PLS

Untuk uji *discriminan validity* (Tabel 5.20) juga menunjukkan bahwa seluruh indikator masing masing konstruk telah menunjukkan indek pengukuran yang lebih besar dari index konstruk lain pada masing masing blok, sehingga memenuhi syarat valid.

Tabel 5.20
Uji Discriminant Validity Sisi Permintaan Penang-Malaysia

Discriminant Validity

	Destination Loyalty	Extrinsic Motivation	Intrinsic Motivation	Market Demand	Service Loyalty	Trust
X11	0.157	0.451	0.752	0.226	0.206	0.250
X12	0.149	0.444	0.737	0.179	0.277	0.277
X13	0.010	0.405	0.737	0.176	0.388	0.030
X14	0.223	0.542	0.679	0.352	0.357	0.215
X21	0.353	0.723	0.738	0.617	0.534	0.394
X22	0.445	0.851	0.642	0.490	0.625	0.629
X23	0.654	0.739	0.258	0.536	0.617	0.740
X24	0.457	0.702	0.210	0.332	0.506	0.757
X25	0.231	0.733	0.570	0.370	0.376	0.568
X27	0.654	0.738	0.627	0.821	0.712	0.638
X32	0.650	0.187	-0.114	0.756	0.658	0.392
X33	0.372	-0.054	-0.243	0.429	0.272	0.201
X34	0.411	0.152	-0.012	0.424	0.477	0.311
X35	0.753	0.470	0.319	0.828	0.752	0.501
X36	0.463	0.450	0.135	0.637	0.429	0.408
X37	0.753	0.697	0.439	0.776	0.599	0.675
X38	0.599	0.695	0.633	0.844	0.772	0.596
X41	0.581	0.603	0.117	0.496	0.550	0.043
X42	0.783	0.753	0.387	0.553	0.745	0.884
X43	0.705	0.667	0.077	0.567	0.576	0.911
X44	0.793	0.476	-0.070	0.567	0.562	0.855
X45	0.710	0.706	0.471	0.755	0.573	0.945
X46	0.744	0.734	0.464	0.729	0.769	0.900
Y11	0.309	0.416	0.164	0.587	0.311	0.663
Y12	0.369	0.477	0.255	0.355	0.431	0.469
Y13	0.591	0.599	0.551	0.596	0.757	0.671
Y14	0.301	0.524	0.121	0.501	0.913	0.643
Y15	0.759	0.639	0.402	0.765	0.904	0.613
Y21	0.733	0.454	0.421	0.553	0.303	0.511
Y22	0.817	0.318	-0.073	0.707	0.703	0.681
Y23	0.354	0.570	0.254	0.505	0.705	0.657
Y24	0.039	0.477	0.117	0.741	0.329	0.708
Y25	0.346	0.609	0.165	0.569	0.591	0.897

Sumber: Hasil Perhitungan PLS

Tabel 5.21
Uji Construct Reliability dan Cronbach Alpha Sisi Permintaan Penang-Malaysia

Construct Reliability and Validity					
Matrix:	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)	Copy to Clipboard
	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)	
Destination Loyalty	0.894	0.899	0.923	0.707	
Extrinsic Motivation	0.812	0.858	0.885	0.610	
Intrinsic Motivation	0.763	0.749	0.843	0.574	
Market Demand	0.855	0.906	0.895	0.517	
Service Loyalty	0.820	0.852	0.879	0.606	
Trust	0.938	0.912	0.951	0.765	

Sumber: Hasil Perhitungan PLS

Demikian juga untuk uji *composite reliability* dan *cronbach alpha*, seluruh konstruk telah memiliki nilai lebih besar dari 0,70 atau reliabel dari sisi *Composite Reliability* demikian juga dari sisi *Cronbach Alpha* seluruh konstruk telah memiliki nilai indek lebih tinggi dari 0,70 (Tabel 5.21).

2) Inner Model Measurement Sisi Permintaan Penang-Malaysia

Analisis inner model meliputi R^2 , Q^2 dan *Goodness of Fit*, hasil hitung untuk analisis R^2 pada Tabel 5.22, menunjukkan untuk konstruk *destination loyalty* dan *service loyalty* termasuk model kuat dengan nilai indek masing-masing 0,879 dan 0,758, artinya variabel eksogen pada konstruk tersebut memiliki pengaruh kuat terhadap konstruk endogennya. Sedangkan konstruk *market demand* dan *trust* termasuk model moderat dengan indek sebesar 0,425 dan 0,494, artinya variabel eksogen pada konstruk tersebut memiliki pengaruh moderat terhadap konstruk endogennya.

Tabel 5.22
Koefisien R²

R Square

	R Square	R Square Adjusted
Destination Loyalty	0.879	0.871
Market Demand	0.425	0.409
Service Loyalty	0.758	0.751
Trust	0.494	0.487

Sumber: Hasil Perhitungan PLS

Berdasarkan Tabel 5.22 maka nilai indeks $Q^2 = 1 - (1-R^2_1)(1-R^2_2)(1-R^2_3)(1-R^2_4) = 1 - (1-0,879)(1-0,425)(1-0,758)(1-0,494) = 1 - 0,0085 = 0,99$, atau termasuk model kuat, artinya konstruk eksogen memiliki pengaruh kuat terhadap konstruk endogen. Demikian juga perhitungan GoF dengan Rumus $GoF = A.R^2 * A.AVE = 0,36 * 0,63 = 0,227 = 0,48$. Termasuk model pengukuran yang kuat, artinya variasi konstruk eksogen memiliki pengaruh yang kuat terhadap variasi konstruk endogen.

3) Path Coefficient dan Statistical Test

Analisis path koefisien dan uji statistik dapat dilihat pada Tabel 5.23 berikut ini.

Tabel 5.23
Path Coefficient dan Uji Statistik Sisi Permintaan Malaysia

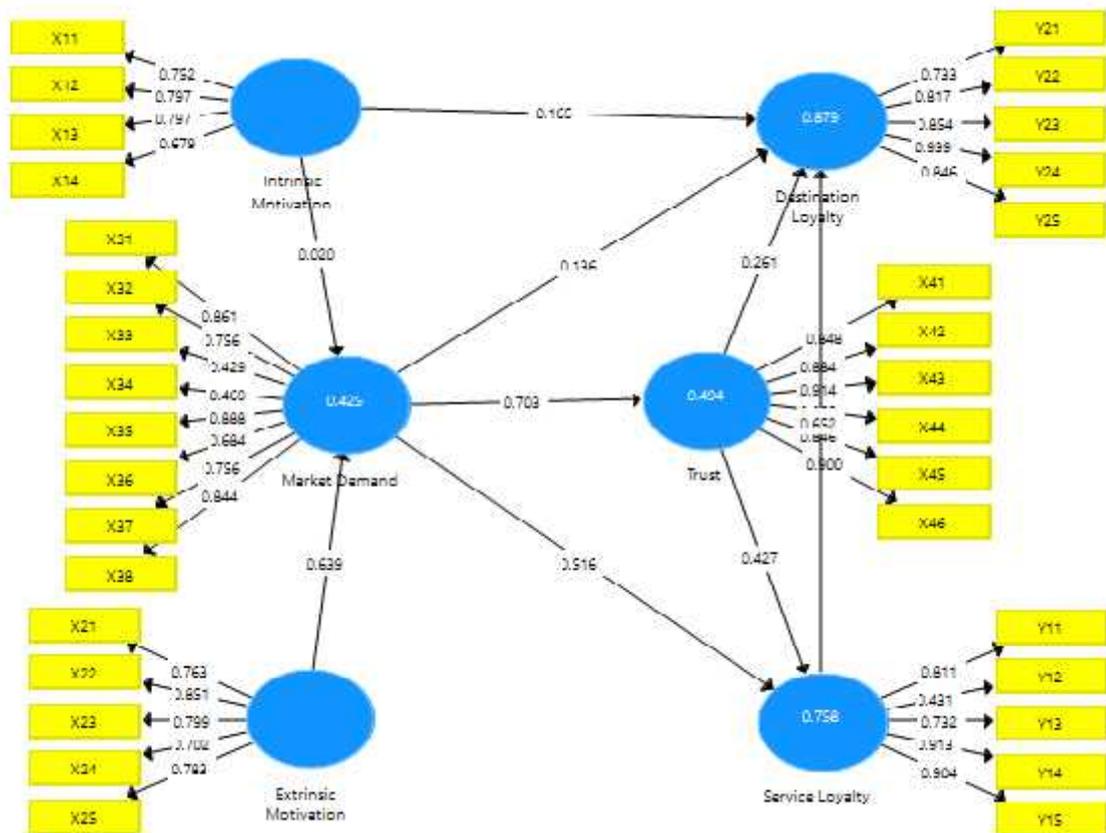
	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T-Statistics (O/STDEV)	P-Values
Extrinsic Motivation -> Market Demand	0.639	0.627	0.101	6.337	0.000
Intrinsic Motivation -> Destination Loyalty	-0.165	-0.164	0.059	-2.802	0.005
Intrinsic Motivation -> Market Demand	0.070	0.061	0.120	0.589	0.556
Market Demand -> Destination Loyalty	0.136	0.167	0.122	1.109	0.268
Market Demand -> Service Loyalty	0.516	0.531	0.101	4.967	0.000
Market Demand -> Trust	0.703	0.705	0.064	1.087	0.000
Service Loyalty -> Destination Loyalty	0.657	0.628	0.103	6.320	0.000
Trust -> Destination Loyalty	0.267	0.256	0.070	3.720	0.000
Trust -> Service Loyalty	0.427	0.409	0.107	4.007	0.000

Sumber: Hasil perhitungan PLS

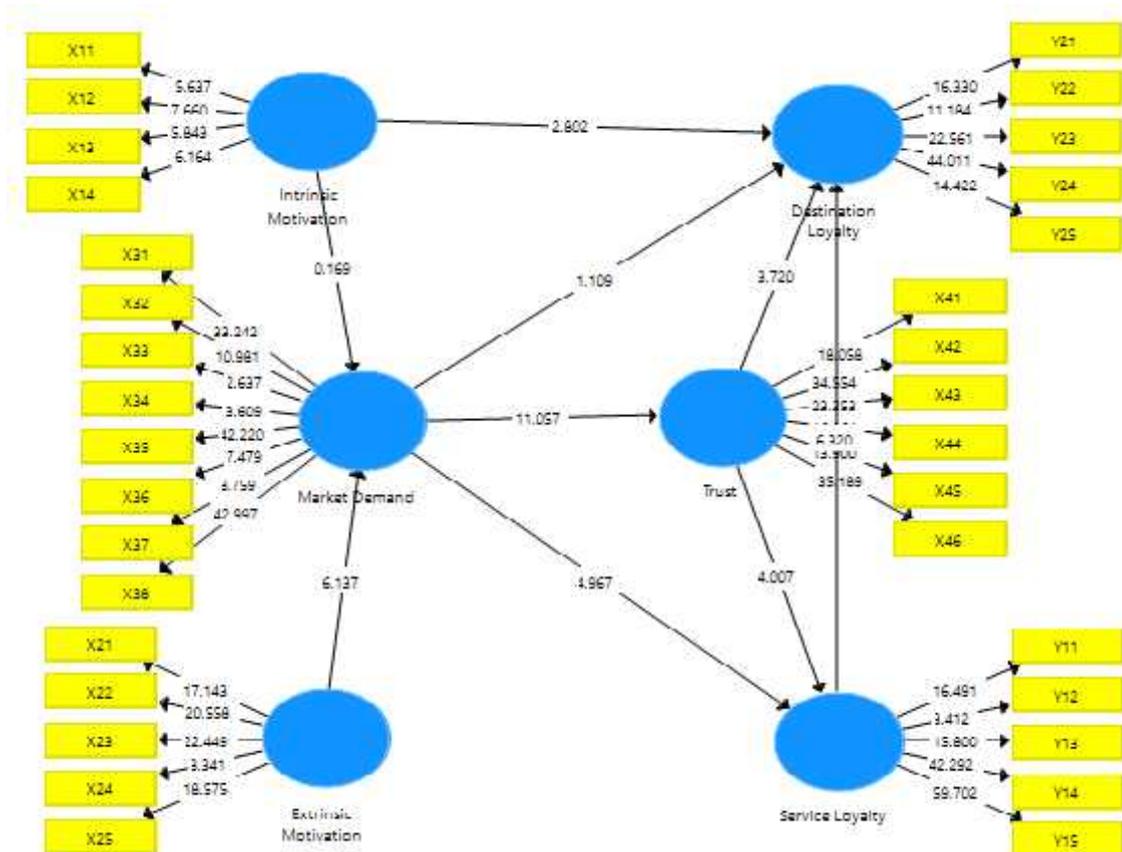
Interpretasi Tabel 5.23 dapat dijelaskan berikut ini.

- a. *Extrinsic motivation* berpengaruh positif sebesar 0,639 terhadap *market demand* dan hubungan tersebut signifikan, artinya peningkatan *Extrinsic motivation* akan meningkatkan *market demand* secara signifikan.
- b. *Intrinsic motivation* berpengaruh positif sebesar -0,165 terhadap *destination loyalty* dan hubungan tersebut signifikan. Artinya peningkatan *intrinsic motivation* akan menurunkan *destination loyalty* secara signifikan.
- c. *Intrinsic motivation* berpengaruh positif sebesar 0,516 terhadap *market demand* namun hubungan tersebut tidak signifikan. Artinya peningkatan *intrinsic motivation* akan meningkatkan *market demand* secara tidak signifikan.
- d. *Market demand* berpengaruh positif sebesar 0,136 terhadap *destination loyalty* namun hubungan tersebut tidak signifikan. Artinya peningkatan *market demand* akan meningkatkan *destination loyalty* secara tidak signifikan.
- e. *Market demand* berpengaruh positif sebesar 0,516 terhadap *service loyalty* dan hubungan tersebut signifikan. Artinya peningkatan *market demand* akan meningkatkan *service loyalty* secara signifikan.
- f. *Market demand* berpengaruh positif sebesar 0,703 terhadap *trust* dan hubungan tersebut signifikan. Artinya peningkatan *market demand* akan meningkatkan *trust* secara signifikan.
- g. *Service loyalty* berpengaruh positif sebesar 0,652 terhadap *destination loyalty* dan hubungan tersebut signifikan. Artinya peningkatan *service loyalty* akan meningkatkan *destination loyalty* secara signifikan.
- h. *Trust* berpengaruh positif sebesar 0,261 terhadap *destination loyalty* dan hubungan tersebut signifikan. Artinya peningkatan *trust* akan meningkatkan *destination loyalty* secara signifikan.
- i. *Trust* berpengaruh positif sebesar 0,427 terhadap *service loyalty* dan hubungan tersebut signifikan. Artinya peningkatan *trust* akan meningkatkan *destination loyalty* secara signifikan.

Hubungan antar konstruk tersebut selanjutnya secara lebih jelas dapat dilihat pada Gambar 5.5 dan 5.6 berikut ini.



Gambar 5.5
Path Coeficient Sisi Permintaan Penang-Malaysia



Gambar 5.6
Uji Statistik Sisi Permintaan Penang-Malaysia

5.2.5 Analisis Inferensial Supply Viewpoint Outer Penang-Malaysia

1) Measurement Outer Model Supply Viewpoint

Evaluasi terhadap *outer model* dilakukan dengan menggunakan tiga pengukuran yaitu : *convergent validity*, *discriminant validity*, *composite reliability* dan *cronbach alpha* yang selanjutnya dijelaskan berikut ini. Hasil perhitungan *convergent validity* menunjukkan seperti Tabel 5.24 bahwa seluruh indikator telah valid dengan *outer loading* > 0,50 dan signifikan secara statistik pada level 0,05.

Tabel 5.24
Convergent Validity Index Sisi Penawaran Untuk Penang-Malaysia

Outer Loadings

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STD DEV)	T-Statistic (O/STD DEV)	P-Value
X11 <- GOVERNANCE	0.652	0.654	0.170	3.795	0.000
X12 <- GOVERNANCE	0.601	0.670	0.090	6.661	0.000
X13 <- GOVERNANCE	0.741	0.784	0.164	4.517	0.000
X14 <- GOVERNANCE	0.720	0.721	0.175	4.089	0.000
X15 <- GOVERNANCE	0.751	0.777	0.161	4.675	0.000
Y1 <- SOCIOECONOMIC IMPACT	0.758	0.731	0.080	9.444	0.000
Y12 <- SOCIOECONOMIC IMPACT	0.737	0.740	0.062	11.827	0.000
Y13 <- SOCIOECONOMIC IMPACT	0.718	0.731	0.109	6.607	0.000
Y14 <- SOCIOECONOMIC IMPACT	0.809	0.805	0.080	10.149	0.000
Y15 <- SOCIOECONOMIC IMPACT	0.751	0.723	0.065	11.050	0.000
Y16 <- SOCIOECONOMIC IMPACT	0.694	0.681	0.074	9.380	0.000
Y17 <- SOCIOECONOMIC IMPACT	0.527	0.520	0.130	4.053	0.000
Y18 <- SOCIOECONOMIC IMPACT	0.657	0.641	0.077	8.518	0.000
Y2 <- CULTURAL NATURE CONSERVATION IMPACT	0.851	0.830	0.044	19.462	0.000
Y22 <- CULTURAL NATURE CONSERVATION IMPACT	0.773	0.751	0.141	5.465	0.000
Y23 <- CULTURAL NATURE CONSERVATION IMPACT	0.872	0.813	0.095	9.154	0.000
Y24 <- CULTURAL NATURE CONSERVATION IMPACT	0.833	0.833	0.037	22.273	0.000
Y25 <- CULTURAL NATURE CONSERVATION IMPACT	0.739	0.726	0.079	9.283	0.000
Y26 <- CULTURAL NATURE CONSERVATION IMPACT	0.804	0.769	0.058	14.423	0.000

Sumber: Hasil Perhitungan Data Survey 2021

Sedangkan dari sisi uji *discriminant validity* dapat dilihat pada Tabel 5.25 menunjukkan bahwa seluruh indikator masing masing konstruk telah menunjukkan indeks pengukuran yang lebih besar dari index konstruk lain pada masing masing blok, sehingga memenuhi syarat valid berdasarkan kriteria *discriminant validity*.

Tabel 5.25
Discriminant Validity Index

Discriminant Validity

	CULTURAL NATURE CONSERVATION IMPACT	GOVERNANCE	SOCIOECONOMIC IMPACT
X11	0.307	0.592	0.445
X12	0.356	0.681	0.320
X13	0.455	0.796	0.424
X14	0.498	0.720	0.511
X15	0.444	0.781	0.484
Y11	0.350	0.390	0.758
Y12	0.515	0.502	0.737
Y13	0.214	0.475	0.748
Y14	0.455	0.425	0.809
Y15	0.519	0.492	0.731
Y16	0.435	0.293	0.684
Y17	0.179	0.243	0.537
Y18	0.671	0.557	0.687
Y21	0.851	0.343	0.475
Y22	0.773	0.268	0.392
Y23	0.852	0.520	0.565
Y24	0.833	0.637	0.542
Y25	0.789	0.559	0.483
Y26	0.804	0.427	0.604

Sumber: Hasil Perhitungan Data Survey Tahun 2021

Untuk uji *Composite Reliability* dan *Cronbach Alpha* menunjukkan bahwa seluruh konstruk telah menunjukkan reliabel yaitu telah memiliki nilai index lebih besar dari 0,70 baik *Composite Reliability* maupun *Cronbach Alpha* seperti terlihat pada Tabel 5.26.

Tabel 5.26
Index Composite Reliability dan Cronbach Alpha

Construct Reliability and Validity				
	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
CULTURAL NATURE CONSERVATION IMPACT	0.901	0.911	0.920	0.666
GOVERNANCE	0.763	0.773	0.840	0.515
SOCIOECONOMIC IMPACT	0.865	0.880	0.892	0.511

Sumber: Hasil Perhitungan Data Survey 2021 dengan PLS

2) Measurement Inner Model Sisi Penawaran Penang-Malaysia

Evaluasi terhadap inner model dilakukan dengan menggunakan pengukuran: a) *R-Square* (R^2), b) *Q-Square Predictive Relevance* (Q^2), c) *Goodness of Fit* (GoF), dan d) Analisis *Path* yang selanjutnya dijelaskan sebagai berikut.

Hasil pengukuran terhadap *R-Square* (R^2) dapat dilihat pada Tabel 5.27, menunjukkan bahwa untuk konstruk *destination loyalty* dan *service loyalty* termasuk model kuat, artinya variabel eksogen pada konstruk tersebut memiliki pengaruh kuat terhadap konstruk endogennya. Sedangkan konstruk *market demand* dan *trust* termasuk model moderat, artinya variabel eksogen pada konstruk tersebut memiliki pengaruh sedang terhadap konstruk endogennya.

Tabel 5.27
Indek R^2

R Square		
	R Square	R Square Adjusted
CULTURAL NATURE CONSERVATION IMPACT	0.463	0.444
SOCIOECONOMIC IMPACT	0.382	0.371

Sumber: Hasil Perhitungan Data Survey Tahun 2021 Dengan PLS

Sedangkan hasil perhitungan *Q-Square Predictive Relevance* (Q^2) menggunakan kriteria Lathan dan Ghazali (2012:85) sebagai berikut : 0,35 (model kuat), 0,15 (model moderat), dan 0,02 (model lemah). Selanjutnya hasil perhitungan menunjukkan index sebesar $Q^2 = 1 - (1-R^2)(1-R^2) = 1 - (1-0,46)(1-0,38) = 1 - 0,34 = 0,67$, atau termasuk model kuat, artinya konstruk eksogen memiliki pengaruh kuat terhadap konstruk endogen.

Untuk hasil perhitungan *Goodness of Fit* (GoF) rumus yang dipergunakan adalah $GoF = A.R^2 * A.AVE = 0,42 * 0,56 = 0,24 = 0,48$. Kriteria kuat lemahnya model berdasarkan pengukuran *Goodness of Fit* (GoF) menurut Lathan dan Ghozali (2012:88), adalah sebagai berikut : 0,36 (*GoF large*), 0,25 (*GoF medium*), dan 0,10 (*GoF small*). Hasil perhitungan sebesar 0,48 menunjukkan bahwa model global termasuk model pengukuran yang kuat, artinya variasi konstruk eksogen memiliki pengaruh yang kuat terhadap variasi konstruk endogen.

3) Analisis *Path Coeficient*

Hasil perhitungan terhadap analisis jalur (*Path Analysis*) dapat dilihat pada Tabel 5.28 berikut.

Tabel 5.28
Path Coeficient

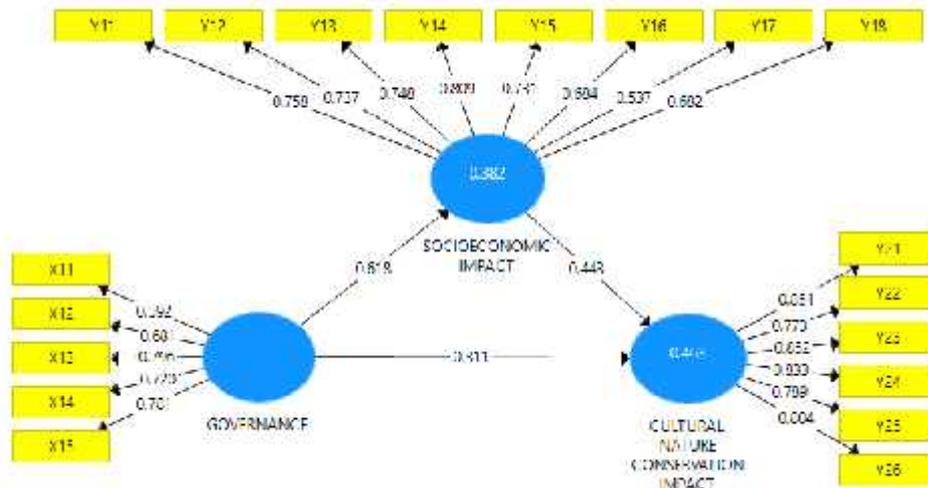
Path Coefficients					
	Original Samp...	Sample Mean (Standard Devi...	T-Statistics (O/ST...	P-Values
GOVERNANCE -> CULTURAL NATURE CONSERVATION IMPACT	0,311	0,334	0,039	2,242	0,025
GOVERNANCE -> SOCIOECONOMIC IMPACT	0,610	0,645	0,065	7,277	0,000
SOCIOECONOMIC IMPACT -> CULTURAL NATURE CONSERVATION IMPACT	0,442	0,435	0,047	3,008	0,003

Sumber: Hasil Perhitungan Data Dengan PLS

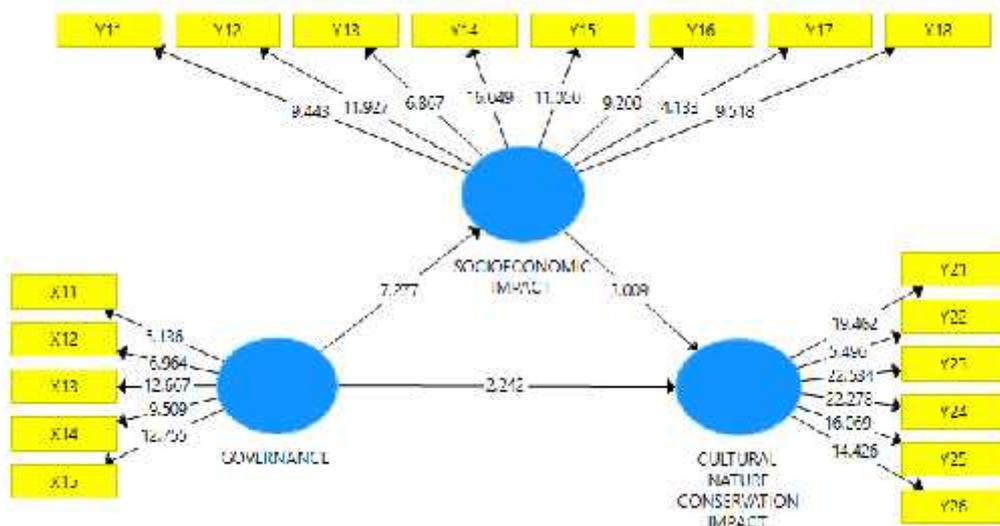
Makna dari hubungan antar konstruk pada Tabel 5.28 adalah sebagai berikut.

- Governance* berpengaruh positif sebesar 0,31 terhadap *Cultural Nature Conservation* dan hubungan tersebut signifikan. Artinya peningkatan *Governance* akan meningkatkan *Cultural Nature Conservation* secara signifikan.
- Governance* berpengaruh positif sebesar 0,62 terhadap *socioeconomic impact* secara signifikan. Artinya peningkatan *Governance* akan meningkatkan *socioeconomic impact* secara signifikan.
- Socioeconomic impact* berpengaruh positif sebesar 0,44 terhadap *Cultural Nature Conservation* secara signifikan. Artinya peningkatan *Socioeconomic impact* akan meningkatkan *Cultural Nature Conservation* secara signifikan.

Hubungan tersebut secara lebih jelas dapat dilihat melalui Gambar 5.7 yang menunjukkan koefisien hubungan antar konstruk dan Gambar 5.8 yang menunjukkan signifikansi hubungan antar konstruk melalui uji statistik.



Gambar 5.7 Koefisien Hubungan Antar Konstruk



Gambar 5.8 Uji Statistik Hubungan Antar Konstruk

5.3 Study Perbandingan Model Dinamik Ekosistem Pariwisata Bali-Indonesia dengan Penang-Malaysia

Analisis terhadap perbedaan model dinamik antara Bali-Indonesia dengan Penang-Malaysia meliputi analisis deskriptis dan inferensial dari sisi permintaan dan penawaran yang selanjutnya dijelaskan berikut ini.

5.3.1 Analisis Deskriptif Sisi Permintaan dan Penawaran

Hasil analisis deskriptif sisi permintaan menunjukkan bahwa rata-rata skor konstruk yang diteliti dapat ditunjukkan pada Tabel 5.29 berikut.

Tabel 5.29
Perbandingan Skor Konstruk Sisi Permintaan Antara Bali dengan Penang

No	Konstruk	Bali	Penang
1.	<i>Intrinsic motivation</i>	3,49	3,68
2.	<i>Extrinsic motivation</i>	3,54	3,87
3.	<i>Market Demand</i>	3,54	3,58
4.	<i>Trust</i>	3,60	3,70
5.	<i>Service loyalty</i>	3,50	3,66
6.	<i>Destination loyalty</i>	3,51	3,64

Sumber: hasil pengolahan data survey 2021

Tabel 5.29 menunjukkan bahwa nilai rata-rata persepsi responden pada skor konstruk sisi permintaan secara keseluruhan menunjukkan keunggulan untuk Penang-Malaysia dibandingkan dengan Bali-Indonesia. Meskipun seluruh rata-rata konstruk yang diteliti baik untuk Bali-Indonesia maupun Penang-Malaysia menunjukkan pada kriteria yang sama yaitu pada persepsi setuju, namun persepsi responden menunjukkan persepsi seluruh skor konstruk Penang-Malaysia lebih baik dari Bali-Indonesia. Pemerintah Bali-indonesia dan *stakeholders* pariwisata lainnya perlu lebih meningkatkan upaya pembenahan terhadap peningkatan citra pariwisata khususnya terkait dengan motivasi intrinsik, motivasi ekstrinsik, permintaan pasar, *trust*, *service loyalty* dan *destination loyalty*.

Selain itu pengembangan pariwisata Bali ke depan mestinya lebih diarahkan pada wisatawan berkualitas dibandingkan dengan *mass tourism*, artinya wisatawan asing yang didatangkan ke Bali lebih meningkatkan wisatawan yang memiliki kemampuan pendapatan yang tinggi dengan waktu tinggal lebih lama dan berbelanja lebih banyak. Untuk tujuan tersebut maka faktor pembenahan secara menyeluruh terhadap manajemen, tata kelola, sarana dan prasarana penunjang, kualitas sumber daya manusia, serta edukasi terhadap masyarakat akan pentingnya meningkatkan kuantitas wisatawan yang berkualitas sangat penting dilakukan oleh seluruh pemangku kepentingan sektor pariwisata Bali.

Sedangkan dari sisi penawaran dapat dilihat pada Tabel 5.30 berikut.

Tabel 5.30
Perbandingan Skor Konstruk Sisi Penawaran Antara Bali dengan Penang

No	Konstruk	Bali	Penang
1.	<i>Governance</i>	3,86	3,85
2.	<i>Socioeconomic (welfare)</i>	4,13	4,15
3.	<i>Nature and Cultural Preservation</i>	3,74	3,75

Sumber: hasil pengolahan data survey 2021

Dari sisi penawaran menunjukkan persepsi responden yang hampir sama yaitu berada pada rentang setuju baik untuk Bali-Indonesia maupun Penang-Malaysia, baik untuk konstruk tatakelola, kesejahteraan dan pemeliharaan alam, budaya dan lingkungan. Untuk skor *governance* Bali sedikit lebih tinggi dibandingkan Penang-malaysia, sedangkan untuk skor *socioeconomic* dan *nature cultural conservation* Penang sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan Bali. Artinya baik Bali-Indonesia maupun Penang-Malaysia masih sangat diperlukan upaya peningkatkan tata kelola pengembangan pariwisata, dampak sosial ekonomi terutama bagi masyarakat lokal dan pemeliharaan lingkungan, alam dan budaya yang menurut persepsi *stakeholder* belum mencapai titik optimal.

Untuk Bali-Indonesia terlihat dari lemahnya pengawasan pemerintah terhadap berbagai kerusakan lingkungan, serta ketimpangan yang masif baik antar kabupaten/Kota, antar kota dan desa, antar wilayah dan antar sektor pembangunan, yang sampai saat ini belum mampu ditangani dengan baik. Selain itu sering terjadinya tumpang tindih antara kepentingan investasi dengan pelestarian adat dan budaya Bali, seperti misalnya penguasaan wilayah pantai oleh kalangan hotel tertentu padahal dilain pihak wilayah pantai merupakan satu kesatuan dengan kepentingan masyarakat adat dalam melakukan ritual upacara adat seperti melasti. Bagi masyarakat adat di Bali wilayah laut dan pantai serta gunung memiliki makna yang sangat sakral dalam kegiatan ritual sebagai implementasi Tri Hita Karana, yaitu sebagai konsep pembangunan yang sangat terkait dengan keseimbangan antara hubungan manusia dengan Tuhan, manusia dengan manusia dan manusia dengan lingkungannya. Namun dilain pihak kegiatan investasi lebih dominan pada eksploitasi sumber daya alam yang lebih mementingkan kepentingan pembangunan ekonomi jangka pendek yang sering tidak memperhatikan kepentingan pelestarian.

5.3.2 Analisis Inferensial

Analisis inferensial untuk sisi permintaan menunjukkan bahwa jumlah hubungan antar variabel yang memiliki pengaruh positif dan signifikan juga lebih banyak untuk wilayah Penang-Malaysia dibandingkan Bali-Indonesia sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 5.31 berikut.

Tabel 5.31
Perbandingan Koefisien Hubungan dan Signifikansi antar Konstruksi Sisi Permintaan Antara Bali dengan Penang

No	Konstruksi	Bali	Penang
1.	<i>Extrinsic motivation -> market demand</i>	0,36 Non Sig	0,64 Sig
2.	<i>Intrinsic motivation -> destination loyalty</i>	0,14 Non Sig	-0,17 Sig
3.	<i>Intrinsic motivation -> market demand</i>	0,14 Non Sig	0,02 Non Sig
4.	<i>Market demand -> destination loyalty</i>	0,06 Non Sig	0,14 Non Sig
5.	<i>Market demand -> service loyalty</i>	0,29 Sig	0,52 Sig
6.	<i>Market demand -> trust</i>	0,60 Sig	0,70 Sig
7.	<i>Service loyalty -> destination loyalty</i>	0,20 Non Sig	0,65 Sig
8.	<i>Trust -> destination loyalty</i>	0,44 Sig	0,26 Sig
9.	<i>Trust -> service loyalty</i>	0,45 Sig	0,43 Sig

Sumber: hasil pengolahan data survey 2021

Tabel 5.31 menunjukkan bahwa dari 9 hubungan antar variabel yang diteliti ternyata untuk Bali hanya 4 hubungan yang berpengaruh positif dan signifikan, sementara 5 hubungan lainnya tidak signifikan, yaitu : *Extrinsic motivation -> market demand*; *Intrinsic motivation -> destination loyalty*; *intrinsic motivation -> market demand*; dan *market demand -> destination loyalty*. Hasil penelitian untuk Bali menunjukkan bahwa indikator-indikator yang mendapat persepsi terendah dari responden adalah X13 yaitu berkunjung untuk melihat tempat berbeda, X25 berkunjung karena branding yang sangat terkenal, X36 pelayanan sesuai harapan, Y11 tour provider tidak membosankan, Y13 akan memberikan informasi pada teman teman dinegara saya mengenai layanan wisata dan Y22 seluruh pelayanan pariwisata (kecepatan, persahabatan dan perilaku tenaga kerja lebih baik dari yang diharapkan. Sedangkan untuk malaysia ada 6 hubungan yang signifikan dan 3 hubungan yang tidak signifikan, indikator-indikator yang berpengaruh pada hubungan ini diantaranya adalah X12 berkunjung untuk memperoleh kedamaian dan ketenangan, X31 sebagai tujuan utama pariwisata dunia dan Y23 kebijakan pariwisata mampu mendukung lingkungan dan ketenagakerjaan dibandingkan tempat lain. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa dari sisi permintaan hubungan antar variabel ekosistem pariwisata di Malaysia

menunjukkan lebih banyak variabel yang berpengaruh positif dalam mendukung kepariwisataan dibandingkan di Bali. Hal ini merupakan jawaban penting atas mengapa jumlah kunjungan wisatawan ke Malaysia lebih banyak dibandingkan dengan Indonesia.

Hubungan positif dan signifikan yang lebih banyak di Penang-Malaysia juga tidak dapat dipisahkan dari aglomerasi secara geografis, dimana wilayah Penang-malaysia merupakan satu kesatuan dengan destinasi wisata terkenal lainnya, seperti Singapore, Thailand, Vietnam, dan Kamboja serta China, sehingga wisatawan yang berkunjung ke Penang-Malaysia lebih mudah dan lebih efisien dibandingkan dengan berkunjung ke Bali yang wilayahnya merupakan satu pulau terpisah baik dengan pulau lain di Indonesia maupun dengan destinasi lain di negara lainnya.

Selain itu Malaysia juga sejak lama telah mengembangkan pariwisata kesehatan yang mampu mendatangkan wisatawan dari berbagai negara di Dunia termasuk Indonesia. Menurut hasil riset *Patients Beyond Borders* dalam kurun waktu 9 tahun, jumlah pasien Indonesia yang berobat ke mancanegara melonjak hampir 100 persen. Pada 2015, masyarakat yang memilih berobat ke luar negeri mencapai 600.000 pasien (<https://katadata.co.id/timpublikasikatadata/infografik/5e9a5033b820a/infografik-berobat-ke-luar-negeri-favorit-masyarakat-indonesia>).

Malaysia dan Singapura menjadi tujuan utama pasien asal Indonesia untuk berobat. Beberapa negara di Asia Tenggara seperti Thailand, Singapura, dan Malaysia mulai memanfaatkan peluang tersebut dengan menggarap wisata kesehatan. Adanya sektor wisata kesehatan mendatangkan keuntungan sebesar 4,3 Miliar US\$ bagi Thailand, dan sekitar 3,5 Miliar US\$ bagi Singapura. Bahkan, jumlah pasien dari luar negeri di Thailand mencapai 2,5 juta pasien dan di Singapura mencapai 850 ribu pasien. Indonesia juga menjadi kontributor terbesar pada sektor wisata kesehatan di luar negeri. Rata-rata masyarakat Indonesia mengeluarkan 11,5 Miliar US\$/tahun untuk menjalani pengobatan di luar negeri dengan tujuan utama yaitu Malaysia sebanyak 80%. Banyaknya pasien yang memilih berobat di luar negeri disebabkan oleh kurangnya mutu pelayanan dan pengawasan kesehatan di dalam negeri. Selain itu, ketepatan diagnosis, canggihnya teknologi, serta reputasi rumah sakit menjadi pertimbangan masyarakat Indonesia untuk berobat ke luar negeri. Adanya wisata medis semakin memudahkan masyarakat Indonesia dalam berobat ke luar negeri karena tersedianya paket transportasi dan akomodasi selama berobat yang disediakan oleh negara penyedia layanan kesehatan.

Faktor berikutnya adalah Malaysia juga telah sejak lama menjadi daerah tujuan meningkatkan pendidikan tinggi dari berbagai negara di Dunia termasuk Indonesia. Pada permulaan tahun 2010 Malaysia telah memiliki lebih dari 80,000 orang mahasiswa internasional yang berasal dari lebih dari 100 negara yang berbeda (*hotcourses* Indonesia, 3 September, 2021). Setidaknya ada tujuh alasan kenapa Malaysia mampu menjadi negara tujuan pendidikan tinggi dunia, yaitu: 1) institusi-institusi pendidikan tinggi swasta di Malaysia yang memiliki program kolaborasi dengan berbagai universitas terkenal di Inggris, Amerika, Australia dan lainnya. Program kolaborasi ini memungkinkan para mahasiswa untuk menyelesaikan program gelar luar negeri dengan kuliah di Malaysia. Program-program ini adalah Program *Twinning Degree* 2+1, ataupun Program 3+0 Bachelor Degree. 2) Bahasa Inggris merupakan bahasa pengantar utama di institusi-institusi pendidikan tinggi swasta di Malaysia. Bagi para mahasiswa internasional yang berasal dari negara yang tidak berbahasa Inggris sebagai bahasa pengantar utama, Malaysia merupakan negara yang memiliki lingkungan yang bisa meningkatkan kemampuan berbahasa Inggris mereka. 3) Standar dan kualitas pendidikan Malaysia dimonitor dan diatur oleh *Malaysian Qualifications Agency Act 2007* dan *Private Higher Education Institutions Act 1996*. Selain itu banyaknya universitas luar negeri (yang berasal dari Inggris, Amerika, Australia, Selandia Baru dan negara lainnya) yang bersedia bekerjasama dengan institusi-institusi pendidikan di Malaysia menunjukkan bahwa kualitas pendidikan Malaysia diakui secara internasional. 4) institusi pendidikan tinggi Malaysia yang bekerjasama dengan industri dan universitas luar negeri untuk menjamin bahwa program yang ditawarkan mengadopsi kurikulum terbaru dan relevan dengan perkembangan pasaran kerja terkini. Program-program tersebut tidak hanya menekankan pengetahuan teoritis, tetapi juga mengajarkan keahlian praktikal yang dibutuhkan di dunia kerja yang sesungguhnya. Tujuannya adalah untuk menghasilkan para lulusan yang siap kerja, suatu kriteria yang dicari-cari oleh berbagai perusahaan. 5) Malaysia terkenal sebagai negara yang multikultur yang harmonis. Disini Anda bisa menemukan ras Chinese, Melayu, India dan etnik lainnya sehingga Anda berkesempatan untuk mengenal kebudayaan mereka. Selain itu, juga banyak terdapat warga asing dari berbagai negara yang tinggal di Malaysia. Berbaaur dengan mereka memberikan Anda pengalaman untuk belajar berinteraksi dengan orang-orang yang memiliki kebiasaan dan perspektif yang berbeda, suatu pengalaman yang sangat dihargai oleh perusahaan-perusahaan internasional. 6) Biaya hidup rata-rata

mahasiswa internasional di Malaysia sekitar RM 12,000 per tahun. Survei yang diadakan oleh EXA International pada tahun 2010 menyatakan Malaysia sebagai salah satu negara dengan biaya hidup terendah. Walau demikian mahasiswa tetap bisa menikmati kecanggihan dan kelengkapan fasilitas (misalnya transportasi dan telekomunikasi) dari sebuah kota metropolitan. 7) Visa pelajar dapat dipeoleh dengan sangat praktis, juga memungkinkan para mahasiswa internasional untuk bekerja di sektor-sektor tertentu serta boleh membawa keluarga. Batasan waktu maksimal yang ditentukan oleh Imigrasi Malaysia bagi pemegang visa pelajar adalah 20 jam per minggu.

Dari sisi penawaran maka hubungan antar konstruk yang diteliti dapat dilihat pada Tabel 5.32.

Tabel 5.32
Perbandingan Koefisien Hubungan dan Signifikansi antar Konstruk Sisi Penawaran Antara Bali dengan Penang

No	Konstruk	Bali	Penang
1.	<i>Governance -> Cultural nature coservation</i>	0,29 Sig	0,31 Sig
2.	<i>Governance -> Socioeconomic impact.</i>	0,61 Sig	0,62 Sig
3.	<i>Socioeconomic impact -> Cultural nature coservation.</i>	0,47 Sig	0,44 Sig

Sumber: Hasil pengolahan data survey 2021.

Tabel 5.32 memperlihatkan bahwa koefisien hubungan sisi penawaran untuk hubungan antara *governance* terhadap *cultural nature conservation* Bali lebih rendah dibandingkan dengan Malaysia, yakni 0,29 berbanding 0,31. Untuk hubungan antara *governance* terhadap *socioeconomic impact* juga Bali sedikit lebih rendah dibandingkan Penang, yaitu 0,61 berbanding 0,62. Kondisi ini memberikan makna bahwa peran pemerintah Malaysia dalam mendukung *stakeholder* pariwisata masih lebih tinggi dibandingkan dengan di Bali, baik dalam hal pemeliharaan lingkungan dan budaya maupun meningkatkan sosial ekonomi masyarakat. Namun untuk hubungan antara *socioeconomic impact* terhadap *cultural nature conservation* menunjukkan bahwa Bali lebih tinggi dibandingkan Penang, yaitu 0,47 berbanding 0,44. Hal ini dapat terjadi mengingat bahwa peran masyarakat lokal Bali dalam memelihara budaya dan alam sangat tinggi, di Bali dengan semangat gotong royongnya sangat dominan dalam menjaga dan melestarikan lingkungan dan budaya yang bernapaskan agama Hindu. Agama Hindu di Bali sudah dikenal sangat kokoh dengan implementasi *Tri Hita Karana*, yaitu keharmonisan

hubungan antara manusia dengan Tuhan, manusia dengan manusia dan manusia dengan lingkungannya.

5.4 Luaran Yang Dicapai

Luaran yang direncanakan adalah sebagai berikut.

No.	Jenis Luaran	Alamat Luaran	Periode Capaian
			TS 1
1.	<i>Book Chapter</i>	<ol style="list-style-type: none"> <i>Book Chapter International Springer terindex Scopus dengan Status Accepted.</i> <i>Book Chapter National. ISBN 978-623-6013-33-5. Menimbang Praktik Ekowisata Bali.</i> 	<p>Koresponden bukti penerimaan dari redaksi terlampir.</p> <p>Telah Terbit</p>
2.	Pembicara Seminar International	<i>Warmadewa International Conference On Economy (WICE)</i>	Tanggal 10 Desember 2021
3.	Publikasi Ilmiah	<p>International bereputasi: <i>Dinasti International Journal of Education Management and Social Science (DIJEMSS)</i> ISSN: 2686-6331 (Online), ISSN: 2686-6358 (Print) https://dinastipub.org/DIJEMSS Tahun penerbitan 2022.</p>	Draf
			TS 2
4.	Hak Kekayaan Intelektual (HKI)	Hak Cipta (HKI)	Sedang Proses

BAB VI

RENCANA TAHAP BERIKUTNYA

Penelitian ini direncanakan berlangsung selama tiga tahap, untuk tahap kedua dan ketiga dijelaskan sebagai berikut.

Tahap 2: Penelitian mengenai kebijakan pengembangan pariwisata di Bali dan perbedaannya dengan di Malaysia.

Tahap 3: Penelitian mengenai *feasibility study* industri dalam mendukung pariwisata berkelanjutan di Bali dan Perbedaannya dengan Malaysia.

BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN

7.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada hasil analisis dan pembahasan selanjutnya dapat ditarik simpulan sebagai berikut.

1. Analisis deskriptif menunjukkan bahwa nilai rata-rata persepsi responden skor konstruk untuk sisi permintaan secara keseluruhan menunjukkan keunggulan untuk Penang-Malaysia dibandingkan dengan Bali-Indonesia. Dari sisi penawaran skor rata-rata konstruk *governance* Bali sedikit lebih tinggi dibanding Penang, sedangkan untuk skor *socioeconomic* dan *nature cultural conservation* Penang sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan Bali. Keunggulan dari Penang juga didukung oleh adanya aglomerasi geografis antar daerah pariwisata yang dimiliki Malaysia yaitu daratan yang menyatu dengan Singapore, Thailand, Myanmar, Vietnam dan China yang juga sebagai negara dengan destinasi wisata terkenal di Dunia. Selain itu Malaysia juga mengembangkan jenis pariwisata kesehatan dan pendidikan yang mampu mendatangkan wisatawan dengan tujuan untuk pengobatan dan meningkatkan ilmu pengetahuan dari berbagai negara di Dunia termasuk Indonesia.
2. Hasil analisis inferensial model dinamik ekosistem pariwisata Bali-Indonesia dari sisi permintaan menunjukkan pentingnya peranan faktor *market demand* dalam meningkatkan *service loyalty*, *market demand* juga memegang peranan penting dalam meningkatkan *trust* bagi wisatawan. Selain *market demand* ternyata peranan *Trust* sangat penting dalam meningkatkan *destination loyalty*. *Trust* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *service loyalty*. Sedangkan dari sisi penawaran model ekosistem pariwisata Bali menunjukkan pentingnya peranan *Governance* dalam meningkatkan *cultural nature conservation impact*. Peranan *Governance* juga sangat nyata dalam meningkatkan *socioeconomic impact*. Demikian juga *Socioeconomic impact* berpengaruh nyata dalam menjaga *cultural nature conservation impact*.

3. Model dinamik ekosistem pariwisata Penang-Malaysia dari sisi permintaan sangat dipengaruhi oleh *Extrinsic motivation* dalam meningkatkan *market demand*. Selanjutnya *Market demand* juga memiliki peranan nyata dalam meningkatkan *service loyalty*. *Market demand* juga berpengaruh nyata dalam meningkatkan *trust* wisatawan yang berkunjung. Selain itu peranan *Service loyalty* juga sangat nyata dalam meningkatkan *destination loyalty*. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa *Trust* berpengaruh nyata terhadap *destination loyalty*. *Trust* juga berpengaruh nyata dalam meningkatkan *service loyalty*. Sedangkan model dinamik dari sisi penawaran menunjukkan bahwa peranan *Governance* sangat penting dalam menjaga *Cultural Nature Conservation*. *Governance* juga berpengaruh nyata dalam meningkatkan *socioeconomic impact*. Dilain pihak peranan *socioeconomic impact* juga sangat penting dalam menjaga *Cultural Nature Conservation*.
4. Perbedaan model dinamik ekosistem pariwisata antara Bali dengan Penang adalah bahwa dari sisi permintaan untuk Bali sangat dipengaruhi oleh peranan *market demand* dan *trust* dalam meningkatkan *service loyalty* dan *destination loyalty*. Sedangkan untuk Penang peningkatan *service loyalty* dan *destination loyalty* sangat dipengaruhi oleh peranan *extrinsic motivation*, *market demand* dan *trust*. Dari sisi penawaran ternyata peranan pemerintah sangat penting dalam menjaga *Cultural Nature Conservation* dan meningkatkan *socioeconomic impact*.

7.2 Saran

1. Dari sisi permintaan pemerintah Bali-indonesia dan *stakeholders* pariwisata lainnya perlu lebih meningkatkan upaya pembenahan terhadap peningkatan citra pariwisata khususnya terkait dengan motivasi intrinsik yaitu pemeliharaan lingkungan yang dirasakan kurang optimal oleh wisatawan, pelayanan provider yang banyak dikeluhkan wisatawan, kompetensi pelayan dan kebijakan pemerintah yang dirasa kurang berpihak pada pemeliharaan lingkungan. Selain itu sering terjadinya tumpang tindih antara kepentingan investasi dengan pelestarian adat dan budaya Bali, seperti misalnya penguasaan wilayah pantai oleh kalangan hotel tertentu padahal dilain pihak wilayah pantai merupakan satu kesatuan dengan kepentingan masyarakat adat dalam melakukan ritual upacara adat seperti melasti.

2. Dari sisi penawaran yang perlu ditingkatkan dimasa mendatang adalah kontribusi pariwisata terhadap masyarakat lokal dirasakan kurang optimal, pembangunan pariwisata juga mendapat persepsi kurang mampu menjaga biodiversity, pelestarian budaya dan lanskap.
3. Pengembangan pariwisata Bali ke depan sudah semestinya lebih mendorong pariwisata berkualitas, yakni dengan menarik wisatawan yang memiliki waktu tinggal lebih lama, belanja lebih banyak dan menggunakan fasilitas pariwisata yang berkualitas. Untuk itu integrasi dengan berbagai stake holder pariwisata dan pemerintah baik daerah maupun pusat sangat diperlukan, terutama terkait dengan regulasi, fasilitas pendukung dan edukasi serta sosialisasi kepada masyarakat tentang pentingnya peningkatan pariwisata berkualitas bagi Bali untuk menjaga *sustainability*.
4. Pariwisata Bali juga perlu diperluas dengan pengembangan pariwisata kesehatan seperti halnya Malaysia, China dan Singapura dan Australia. Selain itu juga perlunya pengembangan pariwisata pendidikan melalui kerjasama dengan negara lain, juga peningkatan pariwisata spiritual baik bagi wisatawan yang beragama Hindu maupun pariwisata meditasi dan Yoga bagi semua pemeluk keyakinan.

DAFTAR PUSTAKA

- Avianto, T.W. 2006. Analisis Kebijakan Menggunakan Model System Dynamics: Tutorial Powersim Constructor. Bandung: Program Studi Magister Studi Pembangunan.
- Ahn, B.; Lee, B.; Shafer, C.S. 2002. Operationalizing sustainability in regional tourism planning: An application of the limits of acceptable change framework. *Tour. Manag.*, 23, 1–15.
- Aall, C. 2014. Sustainable tourism in practice: Promoting or perverting, the quest for a sustainable development. *Sustainability*, 6, 2562–2583.
- Bank Indonesia, 2020. Laporan Perekonomian Provinsi Bali, Mei 2020.
- BPS. Provinsi Bali Tahun 2020. PDRB Bali 2019.
- Buckley, R. 2012. Sustainable tourism: Research and reality. *Ann. Tour. Res.*, 39, 528–546.
- Blancas, F.; Oyola, M.; González, M.; Guerrero, F.M.; Caballero, R. 2011. How to use sustainability indicators for tourism planning: The case of rural tourism in Andalusia (Spain). *Sci. Total Environ*, 412–413, 28–45.
- Cao Xiangxin. 2006. Empirical research and model of Eco-tourism and safety evaluation. *Economic Geography*, 26 (6) :1063-1066.
- CAO Xiangxin. 2006. Eco-tourism to the safety evaluation – with case study of Kaifeng City. *Soil and Water Conservation Research*, 13 (2) :149-152.
- Chris, H.; Sirakaya, E. 2006. Sustainability indicators for managing community tourism. *Tour. Manag*, 27, 1274–1289.
- Delgado, A.; Saarinenc, J. 2014. Using indicators to assess sustainable tourism development: A review. *Tour. Geogr*, 16, 31–47.
- Farrell, B.; Ward, L. 2004. Reconceptualizing tourism. *Ann. Tour. Res*, 31, 274–295.
- Geng Qinghui. 2005. On the eco-tourism system and its balance and control, *Central South Forest Inventory and Planning*, 24 (3) :28-30.
- General Assembly of the United Nations. The 19th Special Session for General Assembly of the United Nations resolutions. Available online: http://www.un.org/chinese/ga/spec/19/ar19_1.pdf (accessed on 19 September 1997).
- Gianna, M.; Laurie, M. 2014. There is no such thing as sustainable tourism: Reconceptualizing tourism as a tool for sustainability. *Sustainability*, 6, 2538–2561.
- Gössling, S.; Hansson, C.; Horstmeier, O.; Saggel, S. 2002. Ecological footprint analysis as a tool to assess tourism sustainability. *Ecol. Econ*, 43, 199–211.
- Hunter, C. Sustainable tourism and the touristic ecological footprint. *Environ. Dev. Sustain.* 2002, 4, 7–20.
- Hardy, A.; Beeton, R.; Pearson, L. 2002. Sustainable tourism: An overview of the concept and its position in relation to conceptualizations of tourism. *J. Sustain. Tour*, 10, 475–496.
- Hunter, C. 2002. Aspects of the Sustainable Tourism Debate from a Natural Resources Perspective. In *Sustainable Tourism: A Global Perspective*; Harris, R., Griffin, T., Williams, P., Eds.; Butterworth-Heinemann: Oxford, UK; pp. 4–5.
- Hunter, C. 1997. Sustainable tourism as an adaptive paradigm. *Ann. Tour. Res*, 24, 850–867.

<https://katadata.co.id/timpublikasikatadata/infografik/5e9a5033b820a/infografik-berobat-ke-luar-negeri-favorit-masyarakat-indonesia>.

- Jia Xiuhai. 2005. Study on the model of ourism industry ecosystem structure. Liaoning Normal University (Natural Science), 28 (4) :495-420.
- Koster. 2021. Ekonomi Kerthi Bali. Membangun Bali Era Baru. Denpasar: Pt. Percetakan Bali.
- Li Zhao-hui, WEI Guichen. 2005. Ecological carrying capacity evaluation methods and examples. Environmental Science and Technology, 28 (1) :75-76.
- Li Na. 2007. Sustainable development research on eco-tourism in the western China. Mianyang Teachers College Journal, 26 (8):107-110.
- Lansing, P.; Vries, P. 2007. Sustainable tourism: Ethical alternative or marketing ploy? J. Bus. Ethics, 72, 77–85.
- Lin Zhili. 2002. Eco-tourism system, the multi-dimensional critical. Taizhou College Journal, 24 (2) :26-29.
- McElroy, J. 1998. Tourism penetration index in small Caribbean islands. Ann. Tour. Res, 25, 145–168.
- Moyle, B.; McLennan, C.; Ruhanen, L.; Weiler, B. 2014. Tracking the concept of sustainability in Australian tourism policy and planning documents. J. Sustain, 22, 1037–1051.
- McCool, S.; Moisey, R.; Nickerson, N.P. 2001. What should tourism sustain? The disconnect with industry perceptions of useful indicators. J. Travel Res, 40, 124–131.
- Oyola, M.; Blancas, F.; González, M.; Caballero, R. 2012. Sustainable tourism indicators as planning tools in cultural destinations. Ecol. Indic, 18, 659–675.
- Reddy, M. 2008. Sustainable tourism rapid indicators for less-developed islands: An economic perspective. Int. J. Tour. Res, 10, 557–576.
- Shang Tiancheng, Xiao Lan. 2006. Eco-tourism carrying capacity of the system. Journal of Tianjin University (Social Sciences), 8 (3):179-182.
- Stefan Gossling.eds. 2002. Ecological footprint analyses as a tool assess tourism sustainability. Ecological economics, 199-211.
- Schianetz, K.; Kavanagh, L. 2008. Sustainability indicators for tourism destinations: A complex adaptive systems approach using systemic indicator systems. J. Sustain. Tour, 16, 601–628.
- Sensus Ekonomi Tahun 2016. BPS Bali.
- Saarinen, J. 2006. Traditions of sustainability in tourism studies. Ann. Tour. Res, 33, 1121–1140.
- Sharpley, R. 2000. Tourism and sustainable development: Exploring the theoretical divide. J. Sustain. Tour, 8, 1–19.
- Saarinen, J. 2014. Critical sustainability: Setting the limits to growth and responsibility in tourism. Sustainability, 6, 1–17.
- Tasrif, M. 2005. Analisis Kebijakan Menggunakan Model System Dynamics (Buku 1). Bandung: Program Magister Studi Pembangunan ITB.
- Twining, L.; Butler, R. 2002. Implementing STD on a small island: Development and use of sustainable tourism development indicators in Samoa. J. Sustain. Tour, 10, 363–387.
- Tong Yuquan. 2000. Study on characteristics and research methods of eco-tourism system. Liaoning Normal University (Natural Science), 23 (4) :417-420.

- Wang, L. 2001. On the indicator system of sustainable development of tourism and the evaluating method. *Tour. Tribune*, 16, 67–70.
- Xu WenJun, Zhang Xiu-ping, He Ling. 2006. On the eco-tourism, eco-tourism system and its basic characteristics. *Inner Mongolia Forest Inventory and Design*, 29 (2):66-70.
- Zhang Jiaen. 2005. *Ecology tourism*. Beijing: Chemical Industry Publishing House.

Lampiran 1. Data Mahasiswa

No.	Nama Mhs/NPM	Prodi	Peran/Tugas
1.	Putu Ayu Desy Trisnadewi Darmawan NPM 2032125023	Magister Manajemen	Tabulasi dan Entry Data
2.	Ida Bagus Ray Wijaya NPM: 2032125007	Magister Manajemen	Pembuatan Google Drive dan Upload Kuestioner Penelitian.
3.	Brama kumbara omar 2141123005	Magister Linguistik	Pengetikan Hasil Penelitian dan Penyusunan Bahasa.

Lampiran 2. Bukti Luaran Yang Dicapai

1. Book Chapter International Springer terindex Scopus dengan Status Accepted, koresponden bukti penerimaan dari redaksi sbb.

From: Noraida Abdul Rahman - Assoc. Prof. Dr. <noraida@unikl.edu.my>

Sent: Monday, October 25, 2021 5:10 PM

To: Ilham Sentosa -Assoc. Prof. Dr. <ilham@unikl.edu.my>

Cc: Noraida Abdul Rahman - Assoc. Prof. Dr. <noraida@unikl.edu.my>

Subject: TAT - Chapter 11- Putu Ngurah and Ilham Sentosa

Dear Dr Suhaila

Hope you are well.

I am writing to inform you that you need to revise the chapter as the chapter plagiarism rate is 27%.

Need to ensure the **similarity index of the chapter is below 15%**.

Please also do **grammatical english check** (proofread).

I also attach to you **springer template chapter for you to follow**, for your reference.

For your information, this chapter will be published with springer publisher.

And this book will also be indexed by scopus.

Kindly revise the chapter and resubmit to me by or before **15th November 2021**

Thank you.

Assoc. Prof. Dr. Nor Aida Abdul Rahman
Head of Aviation Management

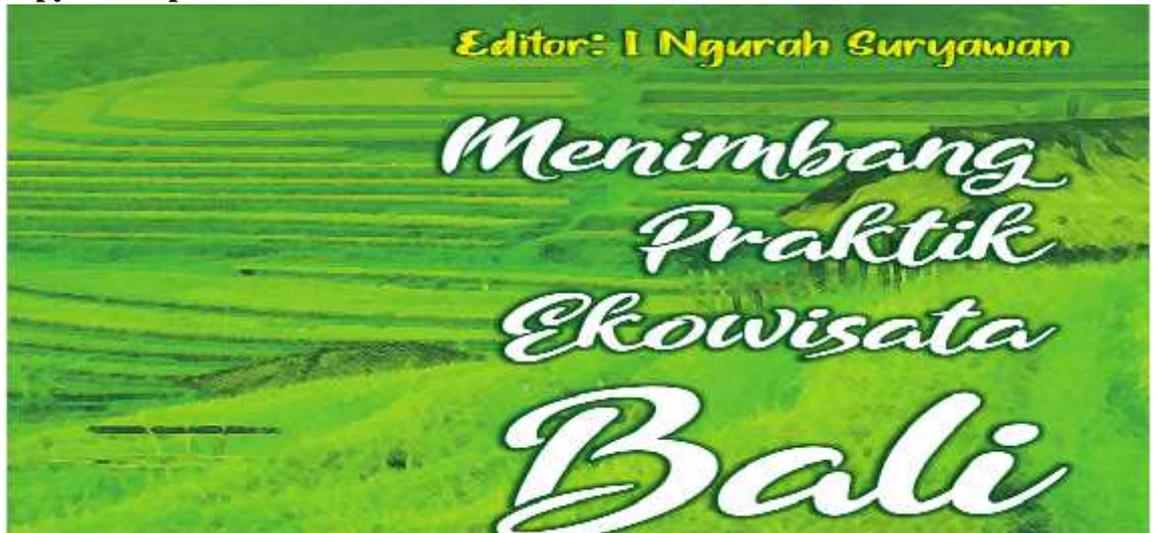
UNIVERSITI KUALA LUMPUR
MALAYSIAN INSTITUTE OF AVIATION TECHNOLOGY (UNIKL MIAT)
PERSIARAN A, OFF JALAN LAPANGAN TERBANG SUBANG,
47200 SUBANG, SELANGOR

+6012 2185854 (mobile)

noraida@unikl.edu.my

PSMB HRDF Certified Trainer
Chartered Member (CILTM) – M2301
Academy of Marketing UK
HALAL JAKIM Certified Trainer

2. Book Chapter National (ISBN 978-623-6013-33-5), telah terbit dengan soft copy terlampir.



Penulis:
I Ngurah Suryawan
Rima Kusuma Ningrum
I Made Sara
Putu Ngurah Suyatna Yasa
A. A. Kai Sila Laksmi
I Nyoman Kardana,
Anak Agung Gde Raka
I Made Mardika
I Ketut Darma
I Wayan Gede Suacana
I Wayan Runa
I Made Suwitra
I Gde Suranaya Pandit
I Wayan Wesna Astara
Putu Ayu Sriasih Wesna

Pracetak:
Slamat Trisila

Penerbit:
Pustaka Larasan
(Anggota IKAPI Bali)
Jalan Tunggul Ametung IIIA/11B
Denpasar, Bali, Indonesia
Pos-el: pustaka.larasan@gmail.com
Ponsel: 0817353433

Bekerja sama dengan
Lembaga Pengabdian Masyarakat (LPM)
Universitas Warmadewa

Cetakan Pertama:
2021

Lampiran 3. Presentasi Dalam Seminar International Pada Tanggal 10 Desember 2021 dengan Bukti Surat Undangan Sebagai Pembicara Terlampir.



Alamat: Jl. Tegalrejo no. 74 Tegalrejo, Denpasar 80114 Telp & Fax (0361) 244889 Email: info@unw.ac.id

Number : 2588/UW-FEB/PD-10/IX/2021
Subject : Invitation as WICE 2021 Speaker
Attachment : 1 (one) Set

To
Dr. Putu Ngurah Suyatna Yasa, S.E., M.Si
Warmadewa University
in-
Place

With respect,

Together with the arrival of this letter we from the Webinar Committee of 1st Warmadewa International Conference on Economy (WICE) 2021 Faculty of Economics and Business, Warmadewa University would like to invite Dr. Putu Ngurah Suyatna Yasa as a Keynote Speaker at the activities that we will carry out at:

Date : Friday, December 10th 2021, 09.00-12.30 (Gmt +8)
Saturday, December 11th 2021, 09.00-13.00 (Gmt +8)
Place : Zoom Online Meeting
Agenda of Activities : 1. WICE International Seminar 2021
2. Call for Papers WICE 2021

For this reason, we ask for the willingness of Dr. Putu Ngurah Suyatna Yasa to attend the event and we ask for confirmation of your attendance at the event through the following contact person: Mr. I Putu Iwan Pramanata Putra – (+6285244132889) no later than November 10th, 2021.

Thank you for considering this opportunity. We look forward to hearing from you

Denpasar, October 22nd, 2021
Sincerely
Chairman of WICE committee 2021,

Putu Ayu Sita Laksmi, B.Bus, M.Sc

Dean of the Faculty of Economics and Business

Dr. I Made Sara, S.E., MP.

Friday, 10 December 2021: Opening, Keynote and Seminar

Time	Program	Speaker(s)
08.30-09.00	Registration of participants	
09.00-09.10	Opening	MC
09.10-09.20	Singing the song Indonesia Raya anthem, Mars Warmadewa, Sapta Bayu song	Committee
09.20-09.30	Welcoming participants	Moderator
09.30-09.40	Opening	Dr. H. Sandiyo Salahuddin Uno, B.BA, MBA (Ministry of Tourism and Creative Economy, Republic of Indonesia)
09.40-09.50	Opening	Prof. Dr. Ir. Tjokorda Oka Artha Ardana Sukawati, M.Si (Deputy Governor of Bali)
09.50-10.00	Welcoming	Dr. Drs. A.A Cri Oka Wisniamurti, M.Si (Head of KORPRI welfare foundation of Bali Province)
10.20-10.40	Exposure of material with theme <i>Improving welfare figures in the face of Covid-19 Pandemics</i>	Prof. Abhishek Singh Bhat GAICD (James Cook University, Singapore)
10.40-11.00	Exposure of material with theme <i>How to improve tourism quality</i>	Dr. Meo'd Bazil Jamaluddin (Universiti Teknologi of Mara)
11.00-11.20	Discussion	Moderator
11.20-11.40	Exposure of material with theme <i>Maximizing the environment sustainability</i>	Dr. Gina B Alcoriza (San Jose Campus, Philippines)

11.40-12.00	Exposure of material with theme <i>Increase the role of tourist villages</i>	Prof. Dr. I Nyoman Dharna Putra, M.Lit (Udayana University)
12.00-12.20	Discussion	Participants
12.20-12.40	Exposure of material with theme <i>Orange Management Economy</i>	Dr. Putu Ngurah Suyatna Yasa, SE., M.Si (Warmadewa University)
12.40-13.00	Exposure of material with theme <i>Tourism Supply Chain</i>	Prof. Dr. Md. Mamun Habib (Independent University, Bangladesh)
13.00-13.20	Discussion	Participants
13.20-end	Closing	

Saturday, 11 December 2021: Panel discussion and Closing ceremony

Time	Program	Speakers)
08.30-09.00	Registration of participants	
09.00-09.10	Opening	MC
09.10-11.30	Presentation	Participants
11.30-End	Closing	

Lampiran 4. Link Korespondensi Dengan Mitra di UniKL

Nama Mitra : Assoc. Prof. Dr. Ilham Sentosa

Alamat Email : ilham@unikl.edu.my

Pekerjaan : Dosen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universiti Kualalumpur