

## ANALISIS PENGARUH *COMPARATIVE ADVANTAGE* TERHADAP DAYA TARIK WISATA GERABAH DESA WISATA KASONGAN YOGYAKARTA

Roels Ni Made Sri Puspa Dewi<sup>1\*</sup>, Nisa Rahmaniyah Utami<sup>2</sup>, Fidelia Brenda Pingkan Vania<sup>3</sup>

<sup>1,3</sup> Universitas Bunda Mulia, Serpong, roelspuspa16@gmail.com,  
brenda.mangundap24@gmail.com

<sup>2</sup> Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor, nisa.rahmaniyah@stpboGOR.ac.id

### ABSTRAK

Keunggulan komparatif sebagai salah satu unsur penting dalam menunjang daya tarik wisata. Daya Tarik Wisata Gerabah Desa Kasongan menjadi daya tarik utama destinasi dan perlu didukung dengan keunggulan komparatif. Perkembangan daya tarik wisata didukung dari keunggulan komparatif yang dimiliki UMKM sehingga tercipta desa wisata berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan mengukur *Comparative Advantage* terhadap daya tarik wisata di Desa Wisata Kasongan. Pendekatan penelitian yaitu deskriptif kuantitatif. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan observasi. Jumlah responden adalah 55 orang dari pelaku UMKM dengan teknik penentuan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana dan uji statistik deskriptif. Hasil penelitian ini adalah Keunggulan Komparatif yang dimiliki UMKM Gerabah di Desa Wisata Kasongan sudah sangat baik ditunjukkan dengan nilai mean rata-rata yaitu 3,56 dan pada daya tarik wisata dengan nilai 3,64. Hasil uji Koefisien Determinasi menunjukkan *Comparative Advantage* terhadap daya tarik wisata yaitu sebesar 52,7% dan sisanya 47,3 % dipengaruhi oleh variabel lain. Uji Regresi Linear Sederhana didapatkan persamaan  $Y = 24,109 + 0,636 X$ . Uji Hipotesis adalah menunjukkan nilai signifikansi 0,000 yang artinya *Comparative Advantage* berpengaruh signifikan terhadap Daya Tarik Wisata di Desa Wisata Kasongan.

**Kata kunci:** Keunggulan Komparatif, Daya Tarik Wisata, Desa Wisata

### ABSTRACT

*Comparative advantage as one of the important elements in supporting tourist attraction. Pottery Tourism Attraction of Kasongan Village is the main attraction of the destination and needs to be supported by comparative advantage.. The development of tourist attractions is supported by the comparative advantage of MSMEs so that a sustainable tourism village is created. This research purpose to measure the comparative advantage of tourist attraction in Kasongan Tourism Village. The approach using descriptive quantitative. Data Collection methods are questionnaires and observation. The number of respondents was 55 people from MSME actors with a purposive sampling technique. The analysis data methods with descriptive statistic tests and analysis of simple linear regression. This study show Comparative Advantage of Pottery MSMEs in Kasongan Tourism Village is very good as indicated by the mean value of 3.56 and for tourist attraction with a value of 3.64. Coefficient of Determination test show Comparative Advantage on tourist attraction that is 52.7% and the remaining 47.3% is influenced by other variables not examined in this study. Simple Linear Regression Test the acquisition of goods  $Y = 24.109 + 0.636 X$ . The hypothesis test is to show a significance value of 0.000, which means that Comparative Advantage has a significant effect on Tourist Attraction in Kasongan Tourism Village.*

**Keywords:** *Comparative Advantage, Tourism Attraction, Tourism Village*

## PENDAHULUAN

Suatu destinasi wisata mempunyai keunikan dan daya tarik tersendiri. Ada 4 unsur yang harus dipenuhi oleh suatu destinasi sebagai pemenuhan syarat daya tarik wisata. Komponen daya tarik wisata menurut Buhalis (2000) dalam Chaerunissa (2020) yaitu terdiri dari 6A atraksi, amenitas, fasilitas tambahan, aktivitas, aksesibilitas dan pengemasan. Pemenuhan komponen daya tarik wisata yang sudah baik mendukung perkembangan suatu desa wisata. Terdapat beberapa desa wisata yang menambahkan produk UMKM sebagai daya tarik wisata. Keberadaan UMKM ini harus didukung dengan berbagai program guna mewujudkan kesejahteraan yang berkelanjutan untuk masyarakat lokal. Salah satu dalam penguatan UMKM yaitu *Comparative Advantage* dengan melakukan analisis terhadap keunggulan produk yang dimiliki. Strategi keunggulan komparatif dibutuhkan dalam membenahi usaha yang sudah dibangun dan melihat faktor yang dapat menghambat pengembangan dari UMKM tersebut (Ziliwu dan Simanjuntak, 2021). Keunggulan komparatif juga dapat digunakan untuk memelihara keberlanjutan kelebihan komponen-komponen yang dimiliki oleh suatu daerah, perusahaan maupun kaitannya dengan usaha (Sridadi, 2014). Beberapa uraian tersebut dapat menjadi landasan untuk melihat kekuatan yang dimiliki oleh suatu UMKM sehingga dapat bertahan dari persaingan di industri pariwisata. Melalui pendekatan *Comparative Advantage* dapat mengoptimalkan desa wisata berbasis UMKM dengan memanfaatkan kelebihan yang dimiliki oleh suatu destinasi wisata.

*Comparative Advantage* dapat dilanjutkan menjadi *competitive advantage* sebagai kekuatan untuk bersaing dengan kompetitor lainnya. Kekuatan ini dapat membangun kesejahteraan lingkungan dari suatu usaha (Josephine, 2020). Pengembangan daya tarik wisata berbeda-beda sesuai sumber daya yang dimiliki. Desa Wisata Kasongan merupakan salah desa wisata

yang mengembangkan kerajinan gerabah. Produk gerabah semakin berkembang dengan dibantu oleh UMKM masyarakat lokal. Fenomena ini dapat diteliti lebih lanjut sebagai keunggulan komparatif yang membedakan daya tarik wisata Desa Wisata Kasongan dengan desa wisata lainnya yang ada di Yogyakarta. *Comparative Advantage* melalui *competitive advantage* dapat menciptakan value bagi suatu usaha dan menjadi modal untuk melakukan persaingan (Riswandari dan Juliana, 2017)

Daya Tarik Wisata Gerabah di Desa Wisata Kasongan belum dilengkapi dengan efektivitas keunggulan komparatif. Atraksi wisata berfokus pada kerajinan gerabah. Pendekatan *Comparative Advantage* digunakan untuk menganalisis keunggulan yang dimiliki Desa Wisata Kasongan sehingga dapat bertahan walaupun banyak desa wisata baru yang berkembang. Keunikan yang dimiliki Desa Wisata Kasongan juga menjadi daya tarik utama yang membedakan dengan desa wisata lainnya Tujuan dari penelitian ini adalah mengkaji keunggulan Desa Wisata Kasongan sehingga mendapat gambaran mengenai kekuatan yang dimiliki. Selanjutnya dapat menganalisis keunggulan tersebut sebagai basis dalam penguatan UMKM Gerabah yang ada di Desa Wisata Kasongan. Keunggulan komparatif diteliti untuk melihat pengaruhnya terhadap daya tarik wisata gerabah.

## KAJIAN LITERATUR

### *Comparative Advantage*

Definisi *Comparative Advantage* atau Keunggulan Komparatif secara umum adalah keunggulan yang dimiliki oleh suatu negara, perusahaan maupun usaha dalam memproduksi barang secara lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan negara, perusahaan atau usaha lainnya (Griffin dan Ebert, 2007). Kesimpulan yang dapat ditarik dari uraian di atas tersebut bahwa *Comparative Advantage* adalah kemampuan suatu produk untuk bertahan dalam persaingan

dan digunakan untuk menggambarkan suatu negara, perusahaan, atau individu dapat keuntungan lebih dibandingkan usaha lainnya. *Comparative Advantage* terkait dengan industri pariwisata lebih kepada kemampuan bersaing antara destinasi wisata yang satu dengan lainnya. Selanjutnya keunggulan *komparatif* dapat didefinisikan sebagai kekuatan serta keunggulan bersaing dari suatu usaha dengan menyediakan produk sesuai dengan standar dan kualitas yang lebih baik namun dengan harga yang lebih murah atau dapat bersaing di pasaran (Kotler dan Armstrong, 2015).

Keunggulan Komparatif terdiri dari beberapa penilaian terkait kemampuan yang dimiliki oleh suatu usaha yang dibangun. Menurut Penilaian Saptana et al., (2016) Keunggulan Komparatif terdiri atas: kemampuan keuangan (modal), kemampuan inovasi produk, kemampuan proses dan teknologi, kemampuan pemasaran dan kerjasama serta kemampuan organisasi. Pengertian *Comparative Advantage* merupakan kemampuan suatu destinasi wisata dalam menyediakan produk wisata maupun jasa wisata dan lebih unggul dari destinasi wisata lainnya. (Cvelbar, et all 2015). Menurut Aquilino dan Wise (2016) merupakan kemampuan daerah tujuan wisata dalam memberikan nilai-nilai keunggulan yang dimiliki baik berkaitan dengan atraksi, fasilitas, akomodasi serta aksesibilitas yang dapat memberikan gambaran bahwa daya tarik wisata tersebut dibandingkan dengan daerah tujuan wisata lainnya.

#### **Daya Tarik Wisata**

Pengertian daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menarik wisatawan untuk datang ke suatu wilayah tertentu dengan karakteristik dan keunikan daerah masing-masing (Yoeti, 2008). Menurut UU No, 10 Tahun 2009 menyebutkan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Unsur-unsur yang harus

dipenuhi suatu daerah agar bisa menjadi daya tarik wisata yaitu 4 A. Menurut Cooper dalam Suwena dan Widyatmaja (2010) pemenuhan unsur daya tarik wisata terdiri dari atraksi, aksesibilitas, amenitas dan fasilitas tambahan (*ancillary services*). Atraksi wisata adalah segala sesuatu yang dapat disaksikan dan dilakukan oleh wisatawan di destinasi wisata. Aksesibilitas merupakan kemampuan destinasi dalam mendukung jalannya aktivitas wisata misalnya ketersediaan transportasi dan akses jalan yang baik. Amenitas merupakan akomodasi sebagai lokasi wisatawan menginap dan tinggal sementara. *Ancillary services* adalah fasilitas tambahan untuk mendukung kegiatan pariwisata seperti ketersediaan pusat kesehatan, *money changer*, tempat ibadah dan lain sebagainya.

#### **METODE PENELITIAN**

Pendekatan penelitian yang digunakan yaitu pendekatan penelitian kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan kusioner dengan skala pengukuran menggunakan Skala Likert. Penelitian mengambil responden dengan jumlah 55 orang. Perhitungan sampel menggunakan teori Hair, Anderson, Tatham, & Black, (2010) yaitu (jumlah variabel keseluruhan + jumlah indikator) x 5 atau 10. Penelitian ini terdiri dari 9 indikator dan 2 variabel. Jadi  $9+2 = 11$  dikalikan 5 mendapatkan 55 orang. Teknik penentuan sampel menggunakan teknik *Non Probability Sampling* yaitu *Purposive Sampling*. Responden ini merupakan pengrajin gerabah sekaligus mengembangkan produk gerabah sebagai produk UMKM. Kriteria UMKM yaitu UMKM yang bergerak dibidang pembuatan gerabah dan sudah membangun usaha lebih dari lima tahun. Ketentuan ini dipilih dengan alasan kemampuan UMKM bertahan dalam bersaing dikala banyaknya usaha baru yang dibangun, sehingga dapat menjadi salah satu poin kemampuan dari *Comparative Advantage*. Skala Likert terdiri dari poin tertinggi dengan nilai 5 dan poin terendah dengan nilai 1.

Tabel 1. Skala Nilai dan Keterangan Kuesioner

Nilai	Keterangan
1	(STS) Sangat Tidak Setuju
2	(TS) Tidak Setuju
3	(N) Netral
4	(S) Setuju
5	(SS) Sangat Setuju

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Skala Likert tersebut sebagai landasan dalam melakukan Uji Statistik Deskriptif. Statistik Deskriptif merupakan analisis yang digunakan dalam menggambarkan suatu data dengan tujuan untuk mendapat gambaran terkait fakta-fakta dan fenomena dari variabel (Sugiyono, 2020). Penjelasan Statistik Deskriptif yang biasa digunakan yaitu mencari nilai Mean atau nilai rata-rata dari kelompok data yang diteliti. Selanjutnya interpretasi dari Skala Likert tersebut dibuat dalam interval berikut ini.

Tabel 2. Interpretasi Skor Mean

Interval	Comparative Advantage	Daya Tarik Wisata
1,00 – 1,50	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Baik
1,51 – 2,00	Tidak Baik	Tidak Baik
2,01 – 2,50	Baik	Baik
3,51 – 4,00	Sangat Baik	Sangat Baik

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Penelitian ini terdiri dari 2 variabel yaitu Variabel X *Comparative Advantage* dan Variabel Y Daya Tarik Wisata. Variabel X terdiri dari 5 indikator yaitu kemampuan keuangan (modal), kemampuan inovasi produk, kemampuan organisasi, kemampuan pemasaran dan Kerjasama serta kemampuan proses dan teknologi. Variabel dan Y terdiri dari 4 indikator yaitu atraksi, akomodasi, aksesibilitas dan *ancillary services*

Berdasarkan kerangka penelitian tersebut hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H0: *Comparative Advantage* tidak berpengaruh terhadap Daya Tarik Wisata  
 H1: *Comparative Advantage* berpengaruh terhadap Daya Tarik Wisata

Metode analisis data yang digunakan yaitu Analisis Regresi Linear Sederhana, Uji Koefisien Determinasi dan Uji Hipotesis Menurut Ghozali

(2016) Rumus Uji Regresi Linear Sederhana yaitu

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (variabel terikat)

X = Variabel independent (variabel bebas)

a = Konstanta (nilai dari Y apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (pengaruh positif atau negatif)

Analisis Regresi Linear Sederhana sebagai uji untuk mengetahui pengaruh variabel *Comparative Advantage* terhadap Daya Tarik Wisata.

## PEMBAHASAN

### Demografi Responden Penelitian

Karakteristik responden terdiri dari jenis kelamin, usia, pendidikan, berapa lama sudah menjadi pengrajin gerabah dan penghasilan. Tabel 1 dibawah ini merupakan deskripsi dari karakteristik responden.

Tabel 3. Demografi Responden Penelitian

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Prosentase
Gender	Laki-laki	46	83%
	Perempuan	9	17 %
Umur	a. 17-25 Tahun	12	21,8 %
	b. 25-35 Tahun	20	36,6 %
	c. 36-45 Tahun	8	14,5%
	d. > 45 Tahun	15	27,1%
Pendidikan	a. SD	6	10,9%
	b. SMP	25	45,4 %
	c. SMA	17	30,9 %
	d. Diploma	5	9,0%
	e. S1, S2 dan S3	2	0,8%
Lama menjadi pengrajin gerabah	a. 0 – 1 Tahun	2	5,6 %
	b. 1 -5 Tahun	7	12,7%
	c. 5 – 10 Tahun	13	23,6 %
	d. >10 Tahun	32	58,1 %

Penghasilan n.	a. Rp. < 1 jt	3	5,4 %
	b. Rp. 1 jt- 2,5 jt	7	12,7 %
	c. Rp. 2,5 jt - 5 jt	17	30,9 %
	d. Rp. 5 jt- 10 jt	26	47,2 %
	e. Rp. > 10 jt	2	3,2 %

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan 55 responden, demografi responden sesuai jenis kelamin paling banyak laki-laki sebesar 83 %. Usia rata-rata pada umur 25-35 tahun sebanyak 36,6% dengan usia pendidikan SMP. Pembuatan gerabah tidak membutuhkan pendidikan tinggi, cukup keterampilan membuat gerabah yang diasah selama puluhan tahun. Lama menekuni menjadi pengrajin gerabah didominasi > 10 tahun dengan persentase 58,1 %. Pengrajin gerabah biasanya merupakan unit usaha UMKM yang dilanjutkan secara turun temurun.

Jumlah penghasilan menyentuh angka Rp.5.000.000-10.000000 dengan persentase sebesar 47,2 %. Hal ini dikarenakan usaha yang ditekuni sudah cukup lama dan sudah banyak mempunyai pelanggan tetap dan kerjasama dengan berbagai vendor.

### Uji Statistik Deskriptif

Uji Statistik Deskriptif menganalisis tanggapan responden dari kuesioner yang sudah disebarakan kepada pelaku UMKM. Tujuan analisis Statistik Deskriptif yaitu untuk mendapatkan gambaran deskriptif mengenai *Comparative Advantage* serta Daya Tarik Wisata di Desa Wisata Kasongan.

### Tanggapan Responden Terhadap *Comparative Advantage* (X)

Pengukuran tanggapan responden terhadap *comparative advantage* dibantu dengan Skala Likert. Setiap pertanyaan memiliki lima pilihan jawaban. Hasil penilaian responden adalah sebagai berikut.

**Tabel 4. Variabel *Comparative Advantage* (X)**

Indikator	Sub-Indikator	Skor Mean	Rata-rata Nilai Mean	Keterangan
Kemampuan Keuangan	Mampu mengembangkan usaha dengan modal sendiri	3,56	3,55	Sangat baik
	Pendapatan selalu lebih besar dari pengeluaran produksi	3,44		Sangat baik
	UMKM yang ditekuni sudah memberikan keuntungan	3,61		Sangat baik
	Mampu secara mandiri mengoperasikan usaha gerabahnya	3,61		Sangat baik
	Sudah balik modal dari awal membangun UMKM Gerabah	3,54		Sangat baik
Kemampuan Inovasi	Mampu ber-inovasi dalam mengembangkan kreasi produk gerabah	3,44	3,60	Sangat baik
	Mampu mengikuti keinginan pasar terkait produk gerabah	3,55		Sangat baik
	Mampu bersaing dengan produk gerabah dari desa wisata lainnya	3,52		Sangat baik
	Mampu menerapkan konsep terbaru dalam produk gerabah	3,66		Sangat baik
	Mampu mengaplikasikan pelatihan yang diberikan untuk menunjang produktivitas	3,74		Sangat baik
Kemampuan Teknologi dan Proses	Mampu mengoprasikan teknologi terbaru yang digunakan dalam pembuatan gerabah	3,65	3,72	Sangat baik
	Proses pembuatan masih secara manual ( <i>handmade</i> )	3,47		Sangat baik
	Mampu mengaplikasikan teknologi untuk pemasaran produk gerabah	3,95		Sangat baik
	Mampu mengajarkan wisatawan untuk mengikuti proses pembuatan gerabah	3,82		Sangat baik



	Mampu mengikuti perkembangan teknologi terkini	3,73		Sangat baik
<b>Kemampuan Organisasi</b>	Terlibat dalam organisasi kepengurusan Desa Wisata Gerabah	3,00		Sangat baik
	Mengikuti kegiatan organisasi secara berkala	3,05	3,08	Sangat baik
	Meberikan pelatihan untuk peningkatan SDM	3,12		Sangat baik
	Terlibat dalam kegiatan wisata edukasi pembuatan gerabah	3,26		Sangat baik
	Hadir secara rutin dalam rapat organisasi	3,00		Sangat baik
Pemasaran secara online dengan media digital	3,95	Sangat baik		
<b>Kemampuan Kerjasama dan Pemasaran</b>	Pemasaran secara offline melalui keterlibatan dalam berbagai kegiatan seperti pameran dsb	3,87	3,87	Sangat baik
	Kerjasama yang baik meningkatkan penjualan	3,82		Sangat baik
	Pemasaran produk gerabah yang dilakukan sudah efektif	3,76		Sangat baik
	Kerjasama dengan berbagai kemitraan untuk meingkatkan pemasaran	3,97		Sangat baik

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Tabel tersebut memberikan gambaran bahwa jawaban responden adalah setuju. Nilai rata-rata tertinggi pada *Comparative Advantage* terletak pada kemampuan kerjasama dan pemasaran sebesar 3,87 dan yang terendah adalah pada kemampuan organisasi yaitu 3,08. Rata-rata secara keseluruhan nilai Mean yaitu 3,56 yang artinya sangat baik.

Kemampuan keuangan dari UMKM sudah tergolong mandiri, hal ini dikarenakan pada umumnya para pelaku usaha sudah mendirikan usaha mereka secara turu-temurun. Menurut salah satu pemilik UMKM sudah memulai usaha dari orang tuanya yang diteruskan olehnya yang dimulai tahun 1989.



Gambar 1. Sentra Gerabah Desa Wisata Kasongan

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

Usaha yang dibangun sudah memberikan keuntungan dan menjadi mata pencaharian utama dari masyarakat Desa Wisata Kasongan. Banyaknya pendirian desa wisata baru di wilayah Kabupaten Bantul tidak menggeser posisi Desa Wisata Kasongan sebagai sentra

gerabah. Kemandirian secara finansial membuat setiap UMKM dapat berkembang dengan baik dan mampu bertahan ditengah merebaknya dusundusun lain yang juga mengembangkan produk gerabah.

Kemampuan Inovasi dari produk gerabah pada zaman dahulu sampai saat ini lebih pada corak dan ornamen. Masyarakat mampu mengikuti perkembangan seni terbaru dan menyesuaikan dengan kebutuhan pasar. Corak dan ornamen tersebut dituangkan pada setiap produk gerabah. UMKM juga sudah dapat menerima berbagai jenis pesanan dalam bentuk dan hiasan yang diinginkan wisatawan. Sebelumnya corak dan ornamen menggambarkan kehidupan kerajaan seperti patung kuda, patung pewayangan dan bentuk guci dan kendi zaman dahulu.



Gambar 2. Inovasi Produk Gerabah Kasongan

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

Saat ini perkembangan dan inovasi produk dapat dilihat dari bentuk-bentuk gerabah yang dibuat seperti mengikuti tokoh-tokoh kartun Doraemon, Minion,

Hello Kitty dan sebagainya. Selain itu Desa Wisata Kasongan juga memproduksi souvenir serta bahan-bahan eksterior dan interior café atau restoran seperti ornamen Style Bohemian, hiasan lampu, sofa kekinian dan model interior terbaru lainnya.

Kemampuan Teknologi dan Proses pada produk gerabah tetap menerapkan cara tradisional namun menambah satu teknik baru. Pada awalnya teknik pembuatan gerabah hanya menggunakan teknik putar, namun saat ini sudah berkembang teknik cetakan. Teknik cetakan mempermudah pembuatan gerabah karena sudah ada motif yang dibentuk dan tinggal mencetak pada bahan yang disediakan. Proses ini lebih mempercepat pembuatan gerabah dan meningkatkan produksi lebih banyak. Produk gerabah dahulunya dibuat dengan ornamen seni teknik tempel dan proses yang masih tradisional. Teknik pembuatan yang masih dijaga membuat wisatawan tertarik mengunjungi Desa Wisata Kasongan untuk belajar membuat gerabah secara langsung. Walaupun sudah ada teknik cetak namun proses pembakaran gerabah tetap dengan standar pembakaran suhu rendah antara 600 sampai 900 derajat (Gustami, 2014). Hal inilah yang membuat gerabah tetap terjaga konsistensi kekuatannya meskipun menggunakan teknik pembuatan yang berbeda.



Gambar 3. Proses Pembakaran Gerabah  
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

Kemampuan Organisasi para pelaku usaha UMKM di Desa Wisata Kasongan sudah baik. UMKM tergabung dalam naungan desa wisata. Desa wisata membantu UMKM dalam menarik wisatawan melalui pembentukan paket wisata. Sebagian besar secara pemasaran UMKM tergolong UMKM mandiri

karena dari proses produksi sampai distribusi ke wisatawan dengan media yang sudah dimiliki oleh UMKM masing-masing. Kemampuan organisasi dapat masuk menjadi bagian dari kemampuan kerjasama dan pemasaran. Kerjasama dilakukan dengan berbagai vendor dan supplier produk gerabah di wilayah Jawa Tengah sampai luar Pulau Jawa. Kemampuan organisasi didukung dengan pengadaan even festival gerabah setiap tahunnya. Pelaku UMKM terlibat menjadi aktor utama pada saat festival mulai dari *showroom* produk gerabah sampai menjadi pengajar ketika wisatawan mengambil wisata edukasi gerabah. Bahan baku pembuatan gerabah terdiri dari tanah liat atau tanah lempung yang dicampurkan sedikit dengan campuran pasir halus yang diambil dari Sungai Progo. Sumber bahan baku tanah liat atau lempung berasal dari berbagai sungai di wilayah Yogyakarta yaitu Sungai Wonosari, Godean, Mangunan serta Sungai Bedog.



Gambar 4. Sekretariat Koperasi Setya Bawana

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

Kemampuan kerjasama dan pemasaran lain yang dilakukan yaitu melakukan kemitraan dengan bergabung pada koperasi. Koperasi tersebut bernama Koperasi Setya Bawana.



Gambar 5. Media Pemasaran Online UMKM

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

Pelaku UMKM dapat melakukan simpan pinjam pada koperasi dan mengikuti kegiatan koperasi. Pemasaran produk gerabah dilakukan secara langsung dan melalui media online.

Secara langsung pemasaran dilakukan dengan mendirikan *showroom* sepanjang kawasan Wisata Gerabah Kasongan. Selain itu Desa Wisata dengan paket wisata yang dimiliki terdapat paket untuk bisa sekaligus berkeliling desa. Wisatawan yang datang dapat melihat dan membeli produk gerabah secara langsung.

Pemasaran online menggunakan media sosial yang terdiri dari Facebook, WhatsApp dan Instagram.

#### Tanggapan Responden Terhadap Daya Tarik Wisata (Y)

Pengukuran tanggapan responden terhadap daya tarik wisata dibantu dengan Skala Likert. Setiap pertanyaan memiliki lima pilihan jawaban. Pengolahan data dibantu dengan software pengolah data. Hasil penilaian responden adalah sebagai berikut.

**Tabel 5. Variabel Daya Tarik Wisata (Y)**

Dimensi	Indikator	Item	Mean Per Indikator	MeanPer Dimensi	Ket
Atraksi	Atraksi wisata selalu diupdate setiap tahunnya	Y.1	3,96	3,79	Sangat baik
	Atraksi wisata berupa edukasi pembuatan gerabah	Y.2	3,87		Sangat baik
	Atraksi wisata alam sekitarnya mendukung perkembangan Desa Wisata	Y.3	3,54		Sangat baik
	Atraksi wisata budaya mendukung perkembangan Desa Wisata	Y.4	3,68		Sangat baik
	Atraksi wisata yang dimiliki berbeda dan unik dari pada desa wisata lainnya	Y.5	3,90		Sangat baik
Akomodasi	Masyarakat sekitar menyediakan homestay untuk wisatawan	Y.6	3,56	3,54	Sangat baik
	Desa wisata Gerabah Kasongan membuat banyak dibangunnya akomodasi disekitarnya	Y.7	3,57		Sangat baik
	Akomodasi dapat ditemukan dengan mudah oleh wisatawan	Y.8	3,42		Sangat baik
	Akomodasi sudah cukup untuk menampung kedatangan wisatawan	Y.9	3,41		Sangat baik
	Fasilitas dari akomodasi sudah baik dan wisatawan puas	Y.10	3,75		Sangat baik
Aksesibilitas	Dibangunnya desa wisata diiringi oleh perbaikan aksesibilitas jalan	Y.11	3,77	3,47	Sangat baik
	Wisatawan dapat mengakses Desa Wisata Gerabah Kasongan dengan transportasi umum	Y.12	3,00		Sangat baik
	Wisatawan dapat mengakses Desa Wisata Gerabah	Y.13	3,86		Sangat baik



	Kasongan dengan transportasi pribadi			
	Jarak dari pusat kota ke Desa Wisata Gerabah Kasongan sukup dekat	Y.14	3,41	Sangat baik
	Wisatawan merasa sangat terbantu dengan aksesibilitas yang baik	Y.15	3,32	Sangat baik
	Fasilitas pendukung yang tersedia sudah baik	Y.16	3,71	Sangat baik
	Terdapat klinik kesehatan terdekat	Y.17	3,88	Sangat baik
	Desa Wisata Gerabah Kasongan menjadikan acuan untuk pembangunan fasilitas umum	Y.18	3,53	Sangat baik
<b>Ancillary Services</b>			3,78	
	Sudah ada tempat ibadah disekitar Desa Wisata Gerabah Kasongan	Y.19	3,84	Sangat baik
	Pengrajin UMKM menyediakan produk gerabah sebagai oleh-oleh	Y.20	3,98	Sangat baik

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan sebagian besar jawaban responden adalah setuju. Nilai rata-rata tertinggi pada daya tarik wisata terletak pada atraksi sebesar 3,79 dan yang terendah adalah pada aksesibilitas yaitu 3,47. Rata-rata secara keseluruhan nilai Mean yaitu 3,64 yang artinya sangat baik.

Atraksi wisata di Desa Wisata Kasongan terus dikembangkan. Kegiatan wisata tidak hanya membeli produk gerabah namun juga ada kegiatan wokshop. Workshop dilakukan secara berkala dan mengambil tema sejarah produksi gerabah sampai proses pembuatan gerabah.

Aktivitas wisata lainnya yaitu menyusuri desa untuk melihat kehidupan masyarakat lokal dalam memproduksi gerabah. Banyaknya minat wisatawan untuk membuat gerabah, dibuatlah kawasan Kasongan menjadi wisata edukasi gerabah.

Wisata Edukasi Gerabah juga menjadi *destination branding* dari Desa Wisata Kasongan. Pada tahun 2016 banyak UMKM membuka kelas belajar pembuatan gerabah. Salah satu UMKM yang membuka wisata edukasi gerabah yaitu UMKM Nangsib dan UMKM Merajak. Wisatawan yang ingin belajar dapat melakukan reservasi terlebih

dahulu.

Harga yang ditawarkan berbeda sesuai dengan paket yang diambil. Harganya yaitu Rupiah 25.000,000 per orang dengan jumlah minimal peserta yaitu 100 orang. Atraksi wisata yang dilaksanakan setiap tahun seperti festival gerabah.

Festival ini biasanya dilakukan pada puncak musim liburan pada bulan Desember. Desa Wisata Kasongan terus berkembang dan berinovasi dalam mengembangkan atraksi wisatanya sehingga tetap menjadi pilihan wisatawan meskipun mulai banyak sentra gerabah yang bermunculan di sekitaran wilayah Kasongan.



Gambar 6. *Workshop* Pembuatan Gerabah

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

Perkembangan akomodasi di wilayah Bantul cukup pesat baik dalam bentuk hotel maupun homestay. Di Desa Wisata Kasongan sudah dibangun beberapa homestay dan saat ini kurang lebih berjumlah 10 *homestay*.

Penginapan dikelola langsung oleh masyarakat dan fasilitas sudah cukup lengkap dan memadai. Aksesibilitas menuju Desa Wisata Kasongan dari pusat Kota Yogyakarta sudah bagus. Wisatawan yang datang dapat menggunakan transportasi pribadi karena belum ada transportasi umum khusus melintas ke Desa Wisata Kasongan.

Fasilitas seperti parkir sudah ada namun masih perlu ditambahkan. Lahan parkir tersedia pada kawasan tempat penjualan produk gerabah. Dilokasi belajar pembuatan gerabah masih belum tersedia parkir yang memadai. Ketika wisatawan rombongan berkunjung biasanya harus parkir cukup jauh.

Fasilitas lain seperti tempat ibadah, klinik kesehatan dan toilet sudah tersedia dengan lengkap. Pusat gerai oleh-oleh juga terdapat banyak pilihan. Wisatawan dapat menemukan beragam produk gerabah dan dapat menjadi cendera mata ketika berkunjung ke Desa Wisata Kasongan.



Gambar 7. Gapura Pintu Masuk

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

### Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dilakukan untuk menguji kemampuan variabel X mempengaruhi Variabel Y. Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) menguji variabel *Comparative Advantage* dalam menerangkan variabel Daya Tarik Wisata untuk melihat pengukuran sejauh mana tersebut mempengaruhi variabel independen.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.726 <sup>a</sup>	.527	.518	11.78272

a. Predictors: (Constant), Comparative Advantage

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Dari tabel tersebut didapat nilai R yaitu 0,527.

Penentuan Uji Koefisien Determinasi dengan rumus  $KD = R^2 \times 100\%$ , hasilnya adalah 52,7%. Jadi Variabel X *Comparative Advantage* terhadap daya tarik wisata dengan nilai 52,7% dari 100 %. Selanjutnya sisanya dengan nilai 47,3 % dipengaruhi oleh variabel lain.

### Uji Regresi Linear Sederhana

Uji Regresi Linear Sederhana dilakukan untuk melihat pengaruh variabel X *Comparative Advantage* terhadap Variabel Y Daya Tarik Wisata. Berikut tabel hasil analisis Regresi.

Tabel 7. Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	24.109	6.142	3.925	.000
	Comparative Advantage	.636	.083	.726	.000

a. Dependent Variable: Daya Tarik Wisata

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Hasil diatas dapat diterangkan dengan rumus  $Y = a + bX$

Keterangan:

Y= Daya Tarik Wisata

a = Konstanta yaitu 24,109

X = *Comparative Advantage*

b = Koefisien Regresi yaitu 0,636

Persamaan Regresi dari data diatas yaitu  $Y = 24,109 + 0,636 X$  yang artinya terdapat hubungan antara *Comparative Advantage* terhadap daya tarik wisata. Dari persamaan tersebut dapat disimpulkan bahwa konstanta dengan nilai 24,109 artinya nilai konsisten variabel partisipan adalah sebesar 24,109. Nilai koefisien regresi *Comparative Advantage* yakni 0,636 berarti setiap 1% kenaikan *Comparative Advantage* maka nilai dari Daya Tarik Wisata juga bertambah 0,636. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel X *Comparative Advantage* (X) berpengaruh

positif terhadap variabel Y Daya Tarik Wisata.

### Uji Hipotesis

Pengujian Hipotesis menguji apakah variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y. Uji yang digunakan yaitu Uji F dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	8187.987	1	8187.987	58.977	.000 <sup>b</sup>
Residual	7358.122	53	138.832		
Total	15546.109	54			

a. Dependent Variable: Daya Tarik Wisata  
b. Predictors: (Constant), Comparative Advantage

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Kesimpulan dari tabel diatas bahwa nilai F adalah 58,977 dan nilai signifikan adalah 0,000. Hasil tersebut menunjukkan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 yang artinya variabel *comparative advantage* berpengaruh signifikan terhadap variabel daya tarik wisata.

### PENUTUP

Keunggulan Komparatif yang dimiliki UMKM Gerabah di Desa Wisata Kasongan sudah sangat baik ditunjukkan dengan nilai mean rata-rata yaitu 3,56 dan pada daya tarik wisata dengan nilai 3,64. *Comparative Advantage* terdiri dari kemampuan pemasaran dan kerjasama kemampuan keuangan, kemampuan inovasi, kemampuan proses dan teknologi, serta kemampuan organisasi Kemampuan tersebut sudah terpenuhi dengan baik dan berpengaruh terhadap daya tarik wisata.

Daya tarik wisata terus dikembangkan baik dari atraksi, akomodasi, aksesibilitas dan fasilitas pendukung. Kemampuan keuangan berupa kemandirian secara finansial dalam menjalankan usaha UMKM Gerabah. Kemampuan Inovasi menciptakan corak dan ornamen sesuai dengan seni yang berkembang. Kemampuan teknologi dan proses ditandai dengan adanya teknik cetak selain teknik tempel dan teknik putar.

Kemampuan organisasi bergabung dengan desa wisata dan pokdarwis. Kemampuan kerjasama dan pemasaran

yaitu kemitraan dengan vendor dan koperasi. Pemasaran dilakukan secara *offline* dengan *showroom* gerabah dan *online* melalui media sosial Instagram dan Facebook.

Karakteristik responden paling banyak yaitu laki-laki berumur rata-rata antara 25 sampai 35 tahun. Pendidikan paling banyak adalah SMP karena pengrajin lebih banyak dibutuhkan keterampilan dan pengalaman membuat gerabah. Lama menjadi pengrajin gerabah mencapai >10 tahun karena usaha berasal dari turun-temurun. Rata-rata penghasilan dari Rp.5.000.000 sampai Rp. 10.000.000.

Hasil uji Koefisien Determinasi menunjukkan pengaruh *Comparative Advantage* terhadap daya tarik wisata yaitu sebesar 52,7% dan sisanya 47,3 % dipengaruhi oleh variabel lain. Uji Regresi Linear Sederhana didapatkan persamaan  $Y = 24,109 + 0,636 X$ . Uji Hipotesis adalah menunjukkan nilai signifikansi 0,000 yang artinya *Comparative Advantage* berpengaruh signifikan terhadap Daya Tarik Wisata di Desa Wisata Kasongan.

### REFERENSI

- Aquilino, L dan Wise, N. (2016). Evaluating the Competitiveness of the Northern and Southern Macro-Regions of Italy. *Journal of Tourism Culture and Territorial Development*, Vol 7, No.13.
- Chaerunissa, S.F. dan Yuniningsih, T. (2020). Analisis Komponen Pengembangan Pariwisata Desa Wisata Wonolopo Kota Semarang. *Journal of Public Policy and Management Review*. Volume 9 Nomer 4 Tahun 2020.
- Cvelbar, L.K., Dwyer, L., Koman, M & Mihalic, T. (2015). Drivers of Destination Competitiveness in Tourism a Global Investigation. *Journal Current Issues in Tourism*. Volume: 55 Issue: 8, page(s): 1041-1050

- Griffin, R. W. & Ronald J. E. (2007). *BISNIS*, edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Gustami, S.P., Wardani, L.K., dan Setiawan, A.H. 2014. *Keramik Kasongan Heritage*. Jakarta: Direktorat Pengembangan Seni Rupa.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F. Jr., R. E. Anderson, R. L. Tatham, and W. C. Black. (2010). *Multivariate Data Analysis*. 5th edition. New York: Prentice Hall.
- Josephine, K., Ciptadi, A.C. dan Aloysius J. (2020). Pengaruh *Green Intellectual Capital* Terhadap *Business Sustainability*. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 3(2), 117 – 128.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2015). *Marketing an Introducing* Prentice Hall Twelfth edition. England: Pearson Education, Inc.
- Riswandari, E. dan Juliana. (2017). Analisis *Return on Asset* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE) Terhadap *Price To Book Value* (PBV) Pada Perusahaan Perbankan Dan Lembaga Keuangan Lain Yang Go Publik Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2004-200. *Jurnal Akuntansi Bisnis*. Vol.3 No.1.
- Saptana, N., Sunarsih, N., & Indraningsih, K. S. (2016). Mewujudkan Keunggulan Komparatif Menjadi Keunggulan Kompetitif Melalui Pengembangan Kemitraan Usaha Hortikultura. *Forum penelitian Agro Ekonomi*. Volume 24, Nomer 1.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif* (untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif. Bandung: Alfabeta.
- Suwena, I K. dan Widyatmaja, I G. N. (2010). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Bali: Udayana University Pers.
- Sridadi, A. R. (2014). *Kajian Konsep Sustainable Competitive Advantage* dari Nicole P. Hoffman dan Pengembangannya. *Jurnal NeO-Bis*. Volume 8, Nomer 1.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan.
- Yoeti, O.A. (2008). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Ziliwu, G.E.K., & Simanjuntak, M. (2021). Analisis Peningkatan Kinerja UMKM Kuliner Destinasi Wisata Melalui Strategi *Comparative Advantage* dengan pendekatan *The House Model* Studi Empiris Toba Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi-Bisnis* pp. 104-119, 2021. ISSN 2808-2826

#### **BIODATA PENULIS**

**Roels Ni Made Sri Puspa Dewi, S.Par., M.Sc.** merupakan dosen S1 Prodi Hospitality dan Pariwisata Universitas Bunda Mulia Serpong, Tangerang. Pendidikan S1 adalah Industri Perjalanan Wisata (S.Par) di Universitas Udayana Bali pada tahun 2016. Pendidikan S2 di Magister Kajian Pariwisata Universitas Gadjah Mada Yogyakarta (M.Sc.) pada tahun 2019. Penulis aktif dalam membuat tulisan dalam bidang pariwisata terutama terkait manajemen pengelolaan pariwisata. Berikut beberapa terbitan jurnal terbaru dari penulis yaitu: Proceeding di EAI “Local Youth Organization Empowerment to Develop Sustainable Cultural Tourism in Bugbug Traditional Village Karangasem Regency, Bali (2021). Collaborative Management in Developing Tourism Attraction at Temajuk Village Sambas Regency, West Kalimantan (2021). *Study of Application of Standard Operating Procedure Grooming at Grand Hotel Preanger*

*Bandung (2022), Concept Analysis of The Development Gunung Api Merapi Museum Sleman Yogyakarta Based on Edu-Nature Historical Museum (2022).*

**Nisa Rahmaniya Utami S.Pd, M.Pd.**

Mengikuti program pendidikan magister (S2) pada Program Studi Pendidikan Teknologi dan Kejuruan Universitas Negeri Surabaya tahun 2016. Penulis memperoleh gelar sarjana (S1) dari Universitas Pendidikan Indonesia Program Studi Tata Boga FPTK UPI lulus pada tahun 2014. Pada tahun 2016 – tahun 2020. Penulis merupakan dosen tetap di Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor dengan keahlian bidang Bakery and Pastry, Culinary Art, Mice Manajement, Food and Beverage Management. Penulis juga aktif sebagai narasumber, sebagai juri di berbagai perlombaan memasak, selain itu penulis juga sebagai reviewer jurnal di kampus dan aktif di kegiatan Pemberdayaan masyarakat. Penulis banyak mengikuti kegiatan pelatihan, menjadi pemakalah, peserta seminar, serta penghargaan selama studi. Penulis memiliki Sertifikat ICA (Indonesian Chef Association) lulus ujian praktik dan diakui telah memiliki kompetensi dalam persiapan, pengolahan dan penataan produk patiseri.

Buku yang sudah penulis tulis yaitu Dasar-dasar Perencanaan Pendidikan, Prilaku Konsumen Pariwisata, dan Pengantar Pariwisata dan Perhotelan.

**Fidelia Brenda Pingkan Vania,**

merupakan kelahiran pada 24 April 2003 di Tangerang. Fidelia merupakan mahasiswa aktif semester lima pada jurusan S1 Hospitality dan Pariwisata Universitas Bunda Mulia. Riwayat Pendidikan penulis yaitu sekolah dasar, sekolah menengah pertama dan sekolah menengah atas di Santa Ursula Bumi Serpong Damai Tangerang. Fidelia merupakan mahasiswi yang aktif dan banyak mengikuti kegiatan mahasiswa seperti Unit Kegiatan Mahasiswa serta tergabung dalam Himpunan Mahasiswa Pariwisata. Mahasiswi ini tergolong pintar serta aktif di kelas sehingga banyak diikutkan pada penelitian dosen.