

Strategi Rantai Pasokan Sektor Parawisata Untuk Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah

Ihsan Nasihin¹, Rieke Retnosary²

^{1,2}Universitas Buana Perjuangan Karawang

¹Ihsan.nasihin@ubpkarawang.ac.id, ²rieke.retnosary@ubpkarawang.ac.id

*Corresponding Author

Diajukan : 13 Januari 2023

Disetujui : 27 Januari 2023

Dipublikasi : 1 April 2023

ABSTRACT

The tourism sector is one of the factors that can increase local original income, with increased tourist visits to tourist destinations will have a positive impact on the region as regional original income or gross domestic product and be able to help increase profits for the community, one of which is to increase employment to reduce unemployment rate for the local population. The research method that will be used in this study is a qualitative method using an interpretive research paradigm and a case study approach, in this study in obtaining data using interviews, observation and documentation. Data analysis that will be used in this study is data triangulation using primary data and secondary data. The results of this study are the tourism sector, namely the tourism industry and tourism destinations can implement and develop the tourism sector supply chain with the Pentahelix concept, where the Pentahelix concept has three developments, namely first accessibility related to access to tourist destination locations, second amenity functions to maintain and improve facilities and infrastructure within tourist destinations, and three tourist objects that focus on new activities or rides in tourist areas.

Keywords: Supply Chain, Regional Original Income, Tourism Sector

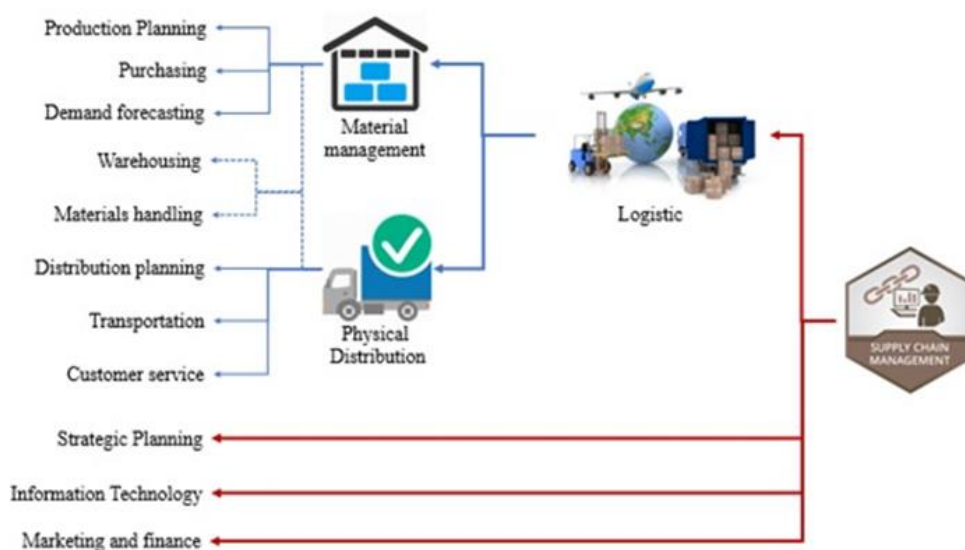
PENDAHULUAN

Kabupaten Karawang memiliki cukup banyak destinasi wisata yang dapat dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun mancanegara (Rohdayatin et al., 2018). Dengan banyaknya wisata yang berkunjung akan memberikan dampak positif bagi daerah sebagai pendapatan asli daerah (PAD) atau produk domestik bruto (PDB) (Shaharudin et al., 2019). Ditambah dengan meningkatnya wisata akan memiliki target untuk mampu meningkatkan manfaat bagi masyarakat di lingkungan wisata (Retnosary & Salleh, 2020) salah satunya adalah meningkatnya peluang kerja bagi penduduk lokal (Ghani, 2017). Seperti juga amanah undang-undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata dimana wisata diantaranya bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran (Hamzah & Hermawan, 2018).

Ada beberapa kendala dalam sektor pariwisata yaitu industri pariwisata dan destinasi pariwisata yang sering mengganggu aktivitas atau operasional kunjungan. Seperti misalnya kurangnya informasi, infrastruktur, transportasi, akomodasi (Zhang et al., 2009), dan fasilitas pendukung (*support system*) lainnya seperti pusat perbelanjaan atau sentra oleh-oleh sebagai buah tangan bagi wisatawan. Hal tersebut merupakan salah satu bagian dari rantai pasokan (*supply chain*) yang harus menjadi perhatian serta fokus utama industri pariwisata karena akan mempengaruhi keseimbangan dan keberlanjutannya pariwisata (Di Vaio & Varriale, 2020). Rantai pasokan merupakan serangkaian proses bisnis yang menghubungkan beberapa ekosistem bisnis untuk peningkatan nilai tambah bahan baku atau produk dan mendistribusikannya kepada konsumen (He et al., 2019). Tujuan dari rantai pasokan adalah untuk meningkatkan nilai tambah dan membentuk nilai tambah (Khofifah et al., 2022). Sehingga, ekosistem yang terlibat dalam rantai pasokan akan memberikan dampak berupa input atau proses spesifik yang dapat

meningkatkan nilai suatu produk (Kusumawardani & Sedyono, 2016). Rantai pasokan secara luas tidak hanya dalam hal peningkatan nilai tambah, tetapi dapat memenuhi permintaan konsumen, peningkatan daya saing, peningkatan keuntungan, dan membangun relasi yang baik antara ekosistem suatu bisnis yang terlibat dalam rantai pasokan (Nasihin et al., 2022). Sehingga, tidak benar jika rantai pasokan hanya mementingkan pabrik atau proses produksi saja, tetapi terdapat komponen lain yang harus diperhatikan, salah satunya adalah membangun koordinasi dan kolaborasi dengan aktor lain di sepanjang rantai pasok (Dharta et al., 2021).

Secara lebih khusus, (Hu et al., 2019) mendefinisikan rantai pasok tidak hanya terbatas pada pabrik dan pemasok saja, tetapi juga perlu melihat kondisi distributor, penggudangan, retailers bahkan perlu melihat kebutuhan konsumen. Tentu konsep ini mengantarkan kita kepada ruang lingkup pembahasan rantai pasok. Untuk memudahkan kita, ruang lingkup rantai pasok dapat dirujuk dari (Ballou, 2007) yang mendefinisikan ruang lingkup rantai pasok disusun atas aspek berikut: *Logistic, Strategic Planning, Information Technology* dan *Marketing and Finance*. Secara lebih Lengkap dapat dilihat pada dibawah ini :



Gambar 1.1 Ruang Lingkup Rantai Pasokan
Sumber: (Ballou, 2007)

Adapun indikator rantai pasokan (*supply chain*) yang harus diperhatikan adalah pertimbangan lingkungan, pengukuran kinerja keberlanjutan, pemantauan kinerja, dan pengembangan fasilitas wisata (Font et al., 2008). Sedangkan menurut (He et al., 2019), atribut yang harus diperhatikan dalam rantai pasokan (*supply chain*) adalah prioritas komponen yang harus ditingkatkan, memperhatikan komponen yang harus dipertahankan dan kemudian ditingkatkan, memahami komponen yang bukan prioritas namun menjadi pendukung dalam sistem, serta tingkat pelayanan. Memahami kendala yang terjadi pada industri pariwisata, penting sekali bagi Kabupaten Karawang untuk melihat kondisi tersebut (Hermawan, 2016). Hal ini perlu dilakukan karena sedikit sekali informasi atau studi berkenaan dengan industri pariwisata di Kabupaten Karawang terutama yang membahas mengenai keterikatan rantai pasokan dalam proses wisata sebagai bagian dari keberlanjutan (Sutono, 2019).

Berdasarkan studi yang dilakukan sebelumnya, maka perlu dilakukan studi mengenai rantai pasokan dalam sektor pariwisata Kabupaten Karawang untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) untuk meningkatkan kegiatan dan kunjungan kembali di sektor pariwisata Kabupaten Karawang dengan memperhatikan aspek prioritas pemulihan dan pengembangan, serta fasilitas pendukung dalam rantai pasokan sektor pariwisata yang akhirnya dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Karawang daei sektor pariwisata (Hu et al., 2019).

Untuk dapat melihat perkembangan pariwisata, perlu dilakukan studi lapangan dan bekerjasama dengan pemangku kepentingan yang bertanggungjawab dan pemerhati pariwisata di Kabupaten Karawang (Rais Rachman et al., 2022). Berikut ini ada data grafik pengunjung yang mengunjungi destinasi wisata di Kabupaten Karawang :



Gambar 1.2 Data Kunjungan Wisatawan Kabupaten Karawang 2018-2020

Sumber : Dinas Parawisata Kabupaten Karawang, 2020

Gambar 1.1 memperlihatkan data kunjungan wisata yang menunjukkan terjadi peningkatan pada 2019 namun kemudian mengalami penurunan di tahun 2020. Hal ini terjadi diakibatkan oleh Pandemi Covid-19 dengan dilakukannya kebijakan social distancing oleh Pemerintah Kabupaten Karawang, dimana pengunjung harus menahan diri untuk melakukan kegiatan kunjungan guna mencegah penularan ekstrim Covid-19. Situasi ini menjadi salah satu perhatian, bagaimana strategi pemerintah menanggulangi isu Pandemic Covid-19 dan penyediaan rantai pasok untuk menguatkan kembali wisata di Kabupaten Karawang.

Fokus penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan mengeksplorasi perkembangan sektor pariwisata Kabupaten Karawang dalam menerapkan rantai pasokan yang mengenai kontribusi rantai pasokan kegiatan sektor pariwisata di Kabupaten Karawang terhadap pendapatan asli daerah, Kendala yang dihadapi dalam menerapkan rantai pasokan dalam sektor pariwisata di Kabupaten Karawang, dan strategi rantai pasokan sektor pariwisata untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari sektor pariwisata Kabupaten Karawang.

STUDI LITERATUR

Parawisata

Pariwisata menurut (Pearce et al., 1991) memiliki definisi sebagai perjalanan yang berhubungan dengan keperluan berbisnis, kesehatan, dan pendidikan selain rekreasi dan bersantai. Setiap negara sangat memahami pentingnya pariwisata sebagai suatu industri yang dapat meningkatkan ekonomi sehingga untuk mendapatkan wisatawan lebih banyak masuk ke negaranya. Pariwisata memberikan banyak manfaat, selain peningkatan pendapatan ekonomi juga menjadi salahsatu pemulihan ekonomi negara dari resesi (Rais Rachman et al., 2022).

Melengkapi kegiatan wisata, perlu pengadaan fasilitas dalam prosesnya, dimana fasilitas tersebut adalah bagian penting dalam mendukung jalannya pariwisata sehingga menjadi berkelanjutan (sustainable) karena kenyamanan yang ditawarkan (Ardhanaputra et al., 2019). Akomodasi seperti hotel sangat penting untuk melengkapi kegiatan wisata sebagai penunjang pengembangan wisata tambahan (Ajibade, 2019). Berkontribusi sebagai daya dukung bagi penduduk lokal untuk pengembangan pariwisata tambahan dan secara langsung maupun tidak langsung melalui kegiatan hunian hotel dapat memberikan kepuasan bagi wisatawan. Fasilitas penunjang lain yang cukup penting adalah berbelanja, sehingga perlu adanya lokasi belanja di dekat lokasi wisata (Dumilah et al., 2021). Berbelanja merupakan daya tarik pendukung di samping tempat tujuan karena merupakan kegiatan pariwisata yang paling diminati baik oleh

wisatawan domestik maupun mancanegara (Muslimin et al., 2021). Belanja merupakan salah satu strategi promosi untuk pengembangan produk dan pemosisian (positioning) di pusat pariwisata (Di Vaio & Varriale, 2020).

Rantai Pasokan

Menurut (Di Vaio & Varriale, 2020) Rantai Pasok atau *Supply Chain* adalah kumpulan perusahaan yang bekerja sama untuk memenuhi permintaan suatu barang. Dengan rantai pasok bisnis akan saling bekerja sama untuk mencapai fungsi pembelian bahan baku, proses perubahan bahan dari bahan mentah menjadi produk setengah jadi atau produk jadi, serta pengiriman produk yang telah jadi ke konsumen (Thahir et al., 2018). Perusahaan-perusahaan ini biasanya mencakup pemasok, pabrik, distributor, toko atau pengecer, serta perusahaan pendukung seperti perusahaan logistik. Tidak hanya dalam sebuah perusahaan, rantai pasokan dalam industri (He et al., 2019).

Rantai pasokan menurut (Hu et al., 2019) mendefinisikan bahwa sebagai proses atau sistem yang mencakup 5 tahapan yaitu berdasarkan diawali supplier bahan baku, lalu melalui produsen di distribusikan pada distributor dan pengecer sehingga bisa mencapai tangan pelanggan. Yang ke lima yaitu tahap bisa terhubung dengan melalui arus produk, arus kabar dan arus uang. Rantai pasok dibutuhkan karena melekat secara efektif untuk meningkatkan keunggulan kompetitif pada produk yang dihasilkan (Katili et al., 2020).

Dalam sebuah rantai pasokan terdapat beberapa tahapan terdiri dari pelanggan, retailer, distributor, manufaktur, dan pemasok. Setiap tahapan rantai pasok terhubung dengan aliran produk, informasi, dan uang (Sutono, 2019). Aliran ini biasanya terjadi dua arah dan dapat dikelola oleh salah satu tahap atau perantara (Widyanesti & Masyithah, 2018). Peran rantai pasokan pada dasarnya yaitu menciptakan nilai tambah bagi produk, dengan cara memindahkan dari satu tempat ke tempat yang lain atau membuat perubahan pada produksi suatu produk untuk membentuk *value added* (nilai tambah) (Arifin et al., 2019). Nilai tambah dapat diterapkan pada aspek kualitas, biaya, waktu pengiriman, fleksibilitas dan inovasi dalam pengiriman (Kusumawardani & Sedyono, 2016).

Kendala Rantai Pasokan

Penyesuaian rantai pasokan terbatas dan tindakan harus diambil untuk mendukung penyesuaian (Liputra et al., 2018). Kendala tersebut adalah hambatan insentif, hambatan pemrosesan informasi, hambatan operasional, hambatan harga dan hambatan perilaku (Jaelani, 2018). Kendala yang kuat muncul ketika berbagai langkah atau tindakan intensif dapat meningkatkan variabilitas dan mengurangi keuntungan rantai pasokan (Abu Seman et al., 2019). Artinya, optimalisasi lokal fitur/tahapan rantai pasok dan insentif terstruktur. Optimalisasi lokal fitur/tahapan rantai pasokan yang berfokus pada dampak lokal dari tindakan mengarah pada keputusan yang tidak memaksimalkan keuntungan rantai pasokan (Zulkarnaen et al., 2020). Contoh, manajer perusahaan Kmart, pembelian dan keputusan persediaan digunakan untuk memaksimalkan keuntungan Kmart, sehingga tidak memaksimalkan keuntungan rantai pasok (Dewi et al., 2020). Sedangkan insentif terstruktur merupakan kendala dalam koordinasi rantai pasok. Produsen biasanya mengukur penjualan dari kuantitas penjualan kepada distributor atau pengecer bukan kuantitas penjualan kepada pelanggan akhir (melalui penjual) (Rohdayatin et al., 2018). Contoh: Barilla menawarkan insentif tenaga penjualan berdasarkan kuantitas yang dijual kepada distributor selama periode promosi.

Hambatan pemrosesan informasi terjadi ketika informasi permintaan terhalang pada setiap tahap rantai pasokan, menghasilkan peningkatan bersih dalam pesanan dalam rantai pasokan (Retnosary & Salleh, 2020). Ada dua hambatan dalam proses informasi, yaitu peramalan berdasarkan pesanan daripada permintaan pelanggan dan berbagi informasi kerugian (Ghani, 2017). Peramalan didasarkan pada pesanan, bukan permintaan pelanggan, sehingga peramalan didasarkan pada pesanan yang diterima. Jadi, jika pengaruh kenaikan acak dalam permintaan pelanggan diperhitungkan, pesanan akan diperluas, contohnya, Pengecer meningkatkan pesanan untuk memperhitungkan pertumbuhan di masa depan, sehingga grosir menempatkan pesanan yang lebih besar dengan produsen.

Kurangnya informasi pada tahap rantai pasokan meningkatkan kemungkinan distorsi

informasi. Misalnya, pengecer seperti WalMart meningkatkan jumlah pesanan tertentu (Teguh, 2020). Jika perusahaan tidak mengetahui rencana tersebut, maka perusahaan dapat mengartikan pesanan besar sebagai peningkatan pesanan yang permanen (Shaharudin et al., 2019). Dengan demikian, perusahaan dan pemasoknya akan memiliki banyak persediaan segera setelah WalMart menyelesaikan peningkatan pesanan. Kurangnya komunikasi antara pengecer dan produsen dapat menyebabkan fluktuasi besar dalam pesanan perusahaan (Argenti & Purnamasari, 2021).

Hambatan Operasional terjadi dalam kegiatan penempatan dan pengisian pesanan yang mengarah pada peningkatan variabilitas (Dewi et al., 2020). Saat perusahaan memesan ukuran lot dalam jumlah yang lebih banyak dibanding ukuran lot saat munculnya permintaan, maka variabilitas pesanan meningkat. Akan tetapi, hal ini berakibat pada tak menentunya aliran pesanan. Penyimpangan informasi meningkat jika penambahan lead time terlalu lama. Pada saat salah satu rantai dari manajemen rantai pasokan (*supply chain management*) ada yang melakukan “permainan” yang mengakibatkan pabrik tidak mengetahui permintaan pasar yang sebenarnya sehingga terjadi kekurangan atau kelebihan stock di pasaran yang mengakibatkan kekacauan di *downstream*, atau ada salah satu mata rantai yang melakukan penimbunan barang agar terjadi *scarcity* dan menimbulkan kekacauan di mata rantai *Supply Chain Management*, sehingga permintaan meningkat dari *downstream* (Hu et al., 2019).

Rantai Pasokan Parawisata

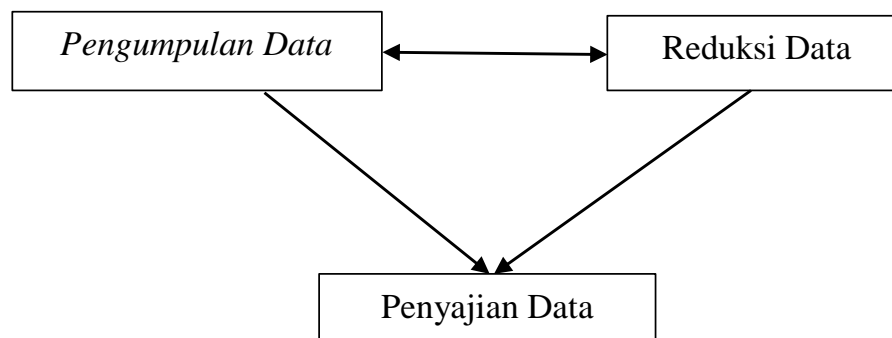
Menurut (Retnosary & Salleh, 2020) Rantai Pasok Pariwisata atau *Supply Chain Tourism* didefinisikan sebagai jaringan organisasi pariwisata yang terlibat dalam berbagai kegiatan mulai dari penyediaan berbagai komponen produk/jasa pariwisata seperti penerbangan dan akomodasi hingga distribusi barang dan pemasara, pariwisata memiliki peserta yang beragam baik di sektor swasta maupun publik. Secara umum terdapat 7 komponen yang terdapat pada rantai pasokan *tourism* yaitu: *Attractions* (Atraksi), *Infrastructure* (Infrastruktur), *Transportation* (Transportasi), *Accommodation* (Akomodasi), *Shopping Facilities* (Fasilitas Berbelanja), *Dinning/Kuliner*, dan *Agent/tour operator*. Salah satu cara untuk mengoptimalkan rantai pasok pariwisata adalah dengan menciptakan arus informasi yang mudah dan akurat antar tautan, yang pasti akan memberikan kepuasan bagi wisatawan (Khofifah et al., 2022).

Menurut (He et al., 2019) Rantai pasok pariwisata dimulai dari pengadaan bahan baku yaitu pengadaan dari pemasok (hotel, restoran, tempat wisata dan akomodasi) kemudian bahan (pemasok) diolah dengan pemilihan pemasok menggunakan analisis Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat (SWOT). Kemudian mengubah produk jadi mentah menjadi produk jadi. Maka proses selanjutnya adalah membuat paket wisata dengan melihat pemasok yang telah dipilih melalui analisis SWOT.

METODE

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah sektor pariwisata di Kabupaten Karawang. Lokasi penelitian adalah di destinasi wisata dan industri wisata Kabupaten Karawang termasuk di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jl. Alun-Alun Selatan. No.1, Karawang Kulon, Karawang Barat., Kabupaten Karawang, Jawa Barat 41311. Adapun penelitian ini akan menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan paradigma interpretif dan pendekatan studi kasus.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian menggunakan penelitian lapangan (*field research*) dan penelitian kepustakaan (*library research*) yang mengacu pada data collection method. Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode triangulasi, dengan cara mengumpulkan data, melakukan reduksi data dan mengelola penyajian data dengan cara melakukan uji kredibilitas mengenai data yang sudah dimiliki (Yin & Yin, 2016). Pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi lapangan (Nasihin et al., 2020). Pada saat melakukan reduksi data harus dapat memilih informasi yang didapatkan dari hasil wawancara dan observasi (J. Richardson, 2018). Untuk mengelola penyajian data dalam penelitian ini dilakukan gambaran deskripsi dari hasil data-data yang diperoleh dari reduksi data untuk mencegah bias dalam menginterpretasikan data yang dimiliki (Yin & Yin, 2016).



Gambar 3.1 Triangulasi Data Analisis

Sumber : Data Diolah Peneliti

HASIL

Sektor pariwisata di Kabupaten Karawang terbagi menjadi dua, yaitu industri pariwisata dan destinasi pariwisata. Untuk destinasi pariwisata yang dimiliki oleh Kabupaten Karawang lumayan banyak, yang terdiri dari wisata religi, wisata sejarah, wisata buatan, wisata alam dan budaya. Sedangkan untuk industri pariwisata masih banyak yang dimiliki oleh swasta seperti hotel dan tempat-tempat hiburan. Pada awal tahun 2020 awal terjadinya bencana nasional yaitu covid-19, ekonomi yang bergerak di sektor pariwisata semuanya mulai mengalami penurunan, hal ini diakibatkan banyak hotel-hotel yang berhenti beroperasi karena adanya pembatasan sosial atau sosial distancing, sehingga berdampak pada Pendapatan Asli Daerah dari Pajak daerah khususnya pajak hotel.

Pada tahun 2021 akhir dengan menurunnya kasus covid-19 di Kabupaten Karawang, Pemerintah Kabupaten Karawang melakukan kelonggaran aktivitas dan membuka kembali tempat-tempat wisata yang sudah tutup, sehingga wisatawan maupun pengunjung kembali meningkat. Sehingga terjadi peningkatan kembali Pendapatan Asli Daerah dari industri pariwisata dan destinasi pariwisata. Berikut ini adalah data mengenai pendapatan Asli Daerah (PAD) sebelum dan sesudah Covid-19 dapat dilihat dalam tabel dibawah ini :

Tabel 1

Pendapatan Asli Daerah dari Sektor Kepariwisata Tahun 2018-2021

Nomor	Sumber PAD	Tahun							
		2018		2019		2020		2021	
		Target	Realisasi	Target	Realisasi	Target	Realisasi	Target	Realisasi
1	Pendapatan pajak daerah								
	Pajak hotel	22.150.000.000	17.506.659.819	18.093.931.000	19.043.217.034	11.423.399.000	12.167.717.706	14.370.000.000	15.329.644.745
	Pajak restoran	80.400.000.000	90.030.523.646	106.821.362.000	113.230.064.118	73.110.641.000	77.802.590.333	77.392.631.000	90.849.188.954
	Pajak hiburan	14.880.000.000	13.634.320.101	13.513.197.000	14.221.753.853	5.127.830.000	5.651.562.345	5.576.546.000	3.656.578.186
2	Hasil retribusi daerah								
	Retribusi	25.000.	26.748.	60.000.	56.531.	60.000.	0	60.000.	0

	pemakaian kekayaan daerah	000	480	000	868	000		000	
	Retribusi tempat rekreasi	275.000. 000	288.440. 000	340.000. 000	355.094. 500	166.000. 000	159.959. 264	166.000. 000	213.384. 500
	Jumlah	117.730. 000.000	121.486. 692.046	138.828. 490.000	146.906. 661.373	89.887. 870.000	95.781. 829.648	95.645. 209.186	110.048. 796.385

Sumber : Data Dinas Parawisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang 2018-2021

Berdasarkan tabel diatas mengenai Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Purwakarta dari Sektor Keparawisataan, pendapatan pajak daerah dari pajak hotel pada tahun 2018 tidak mencapai target yang sudah ditentukan. Hal ini disebabkan terdapat tiga hotel baru sebagai destinasi baru yang memungkinkan untuk menambah pendapatan pajak daerah dari pihak hotel untuk tahun 2018, tetapi pada realitanya pada akhir tahun 2018 hanya terdapat satu hotel yang beroperasi, itu pun baru aktif sekitar dua bulan yaitu Novotel Hotel sedangkan untuk dua hotel lainnya sampai sekarang belum beroperasi Fave Hotel dan D'naya Hotel sehingga berdampak pada pajak hotel yang didapatkan. Sementara untuk pajak restoran pada tahun 2018 tercapai, tetapi sebaliknya pajak hiburan tahun 2018 belum tercapai hal ini diakibatkan karena pada pajak hiburan khususnya pajak karaoke hanya dibebankan pada sewa room atau sewa kamar saja, sedangkan minuman beralkohol tidak dikenakan dalam Pajak daerah. Pada tahun 2018 hasil retribusi daerah yaitu dari retribusi pemakaian kekayaan daerah dan retribusi tempat rekreasi atau tempat wisata melebihi target yang sudah ditetapkan yaitu target untuk retribusi pemakaian kekayaan daerah sebesar Rp. 25.000.000 realisasi 26.748.480 dan untuk target retribusi tempat rekreasi sebesar adalah sebesar Rp. 275.000.000 realisasi sebesar Rp. 288.440.000. Hal ini menandakan bahwa hasil retribusi daerah Kabupaten Karawang pada tahun 2018 dapat menjadi penyumbang PAD terbesar dari sektor keparawisataan.

Pada tahun 2019 pendapatan pajak daerah dari pajak hotel, Pajak restoran, dan pajak hiburan mengalami peningkatan. Hal ini diakibatkan dengan adanya peningkatan wajib pajak. Selain itu hasil retribusi daerah dari pemakaian kekayaan daerah belum mencapai target yang sudah ditetapkan, hal ini karena adanya dampak dari pengurangan penggunaan kekayaan daerah Karawang sehingga berdampak pada pendapatan asli daerah dari retribusi. Tetapi hasil retribusi daerah dari retribusi tempat rekreasi atau tempat wisata melebihi target yang sudah ditetapkan yaitu sebesar 1,04% dari target awal sebesar Rp. 340.000.000.

Pada tahun 2020 dan tahun 2021 beban berat bagi Kabupaten Karawang, karena pada tahun 2020 dan 2021 terjadi bencana nasional yaitu adanya Covid-19 yang berdampak kepada pendapatan asli daerah Kabupaten Karawang sektor parawisata dari pajak daerah dan dari retribusi daerah, yang paling terdampak adalah hasil retribusi daerah dari pemakaian kekayaan daerah, karena adanya pembatasan aktivitas atau lock down menyebabkan tidak adanya kegiatan yang menggunakan fasilitas daerah, begitupun dengan retribusi daerah retribusi tempat wisata atau tempat rekreasi mengalami pengurangan pengunjung. Untuk Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Karawang itu terbagi menjadi dua atau terpisah yaitu ada PAD dari destinasi pariwisata (Despar) dan PAD industri pariwisata (Inpar).

PEMBAHASAN

Sektor parawisata di Kabupaten Karawang yaitu industri parawisata dan destinasi parawisata, hampir 80% bukan dimiliki oleh Pemerintah Karawang, melainkan adalah milik swasta ataupun milik pihak ketiga yaitu pengelola destinasi wisata, sehingga Pemerintah Kabupaten Karawang masih kesulitan untuk mengembangkan potensi-potensi wisata favorit yang ada di Kabupaten Karawang yang tujuannya untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari sektor parawisata yaitu dari pajak daerah industri parawisata dan dari retribusi daerah dari destinasi parawisata. Salah satu pihak ketiga yang masih sulit untuk diajak bekerjasama adalah

Perum Perhutani untuk membangun sarana dan prasarana di sekitar destinasi wisata. Ada tujuh destinasi wisata prioritas di Kabupaten Karawang adalah Pantai Pakis, Pantai Tanjung Baru, Kampung Budaya, Grand Canyon Loji, Makam Syekh Quro, sejarah peninggalan Ir. Soekarno di RengasDengklok dan Samudera Baru

Ada beberapa kekurangan dan kendala dalam menerapkan rantai pasokan sektor pariwisata di Kabupaten Karawang, salah satunya Industri Pariwisata masih keurangannya keahlian Sumber Daya Manusia, banyak SDM-SDM di Industri Pariwisata yang belum tersertifikasi keahliannya, sehingga berdampak buruk terhadap pelayanan di Industri Pariwisata. Untuk itu Pemerintah Kabupaten Karawang sangat peduli terhadap SDM yang ada di Industri Pariwisata dengan cara mengadakan pelatihan-pelatihan gratis mengenai Industri Pariwisata.

Selain itu kendala yang sering dihadapi sektor pariwisata di Kabupaten Karawang khususnya destinasi wisata adalah kurang memadainya sarana dan prasarana di lingkungan wisata, terutama mengenai akses jalan menuju lokasi wisata yang masih kurang sesuai dengan wisatawan atau turis, ditambah lagi kegiatan-kegiatan yang ada di tempat wisata masih minim adanya pembaharuan sehingga berdampak pada jumlah kunjungan wisatawan ke wisata Kabupaten Karawang.

Rantai pasokan di sektor pariwisata sangat penting untuk ditingkatkan, dengan adanya rantai pasokan di sektor pariwisata dapat membantu meningkatkan Pendapatan Asli Daerah dari pajak daerah dan retribusi. Sektor pariwisata di Kabupaten Karawang terdiri dari dua yaitu Industri Pariwisata (Inpar) dan Destinasi Pariwisata (Depar). Pemerintah Kabupaten Karawang sedang berupaya untuk membuat dan mengembangkan rantai pasokan sektor pariwisata dengan tema PentaHelix, PentaHelix adalah kolaborasi antara Pemerintah Kabupaten Karawang, Pengelola Wisata, Pihak Ketiga seperti Perum Perhutani, Sektor Swasta seperti hotel dan tempat hiburan, serta penyedia jasa layanan travel.

Pemerintah Kabupaten Karawang memiliki tema atau konsep rantai pasokan untuk sektor pariwisata yaitu PentaHelix. PentaHelix bertujuan untuk melakukan berkolaborasi antara semua unsur yang terlibat dalam sektor wisata diantaranya pemerintah akan bekerjasama dengan perguruan tinggi untuk membuat suatu kebijakan mengenai Pendapatan Asli Daerah dari sektor pariwisata yaitu industri pariwisata dan destinasi pariwisata. Tidak hanya kolaborasi dengan perguruan tinggi, dengan adanya rantai pasokan sektor pariwisata di Kabupaten Karawang, Pemerintah Kabupaten Karawang dapat juga melakukan berkolaborasi atau bekerjasama dengan masyarakat, komunitas wisata, dan pengelola swasta. Destinasi wisata di Kabupaten Karawang banyak yang harus dikembangkan dari sisi sarana dan prasarana, karena banyak destinasi wisata di Kabupaten Karawang masih kurang memadai. Untuk itu Pemerintah Kabupaten Karawang harus peduli terhadap sarana dan prasarana yang ada di lingkungan destinasi wisata, yang tujuannya untuk meningkatkan perekonomian masyarakat di destinasi wisata.

Dalam rantai pasokan sektor pariwisata Kabupaten Karawang yaitu konsep PentaHelix ada tiga pengembangan yang sedang ditingkatkan oleh Pemerintah Kabupaten Karawang yaitu aksesibilitas, amenities dan atraksi. Yang pertama aksesibilitas berkaitan dengan infrastruktur, dimana infrastruktur yang ada di lingkungan destinasi pariwisata maupun industri wisata harus sesuai dengan kualitas wisatawan, tidak hanya itu akses jalan menuju destinasi wisata juga harus bagus, tetapi juga lokasi wisata atau tempat wisata harus sesuai yang diinginkan wisatawan sehingga tujuan dari rantai pasokan sektor pariwisata dengan tema PentaHelix dapat tercapai, dalam aksesibilitas juga Pemerintah Kabupaten Karawang membuat sebuah konsep yang bernama "Sapta Pesona", yaitu bersih, hijau, nyaman, aman dan lain sebagainya sampai kenangan. Sehingga pengelola wisata dan masyarakat yang ada di lingkungan destinasi wisata peduli terhadap lingkungan. Kedua adalah amenities berkaitan dengan sarana prasarana yang harus mendukung untuk operasional sektor pariwisata, yang ketiga atraksi, atraksi adalah kegiatan-kegiatan yang ada di dalam destinasi pariwisata harus menarik atau selalu ada kegiatan-kegiatan baru. Agar tercapainya rantai pasokan sektor pariwisata di kabupaten karawang harus ada juga kolaborasi atau kerjasama di semua dinas yang berkaitan dengan sektor pariwisata.

Ada beberapa faktor penghambat untuk mewujudkan rantai pasokan sektor pariwisata di Kabupaten Karawang dengan konsep PentaHelix, yaitu masih banyaknya sikap resistensi yang dilakukan oleh pengelola wisata dan masyarakat di lingkungan destinasi wisata, sikap resistensi

itu muncul karena masih banyak anggapan bahwa Pemerintah Kabupaten Karawang akan mengambil alih operasional wisata.

Disisi lain rantai pasokan sektor parawisata di Kabupaten Karawang dengan tema PentaHelix memiliki tiga konsep pemasaran untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, yang pertama berkaitan dengan media digital, di era saat ini media digital menjadi sangat penting untuk dapat mendorong peningkatan wisatawan di industri parawisata dan destinasi parawisata Kabupaten Karawang, dengan cara penguatan peralatan media digital, yang kedua adalah media sosial, media sosial merupakan unsur terpenting untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Kabupaten Karawang, karena zaman sekarang adalah era millennial sangat fokus dengan media sosial. Pemerintah Kabupaten Karawang dengan adanya rantai pasokan di sektor parawisata dapat membantu meningkatkan pemasaran destinasi wisata melalui media sosial yaitu facebook, instagram, twitter, youtube dan tiktok, yang ketiga, adalah konten storytelling. Dengan meningkatnya penggunaan media sosial Pemerintah Kabupaten Karawang fokus untuk mendorong rantai pasokan sektor parawisata dalam hal storytelling untuk di posting di akun media sosial Pemerintah Kabupaten Karawang.

Dengan adanya konsep Penthaelix untu rantai pasokan di sektor parawisata, Pemerintah Kabupaten Karawang akan mendorong untuk meningkatkan wisata industri, karena di Kabupaten ada Karawang ada sekitar lima kawasan industri yang merupakan kawasan terbsesar di Indonesia, tidak hanya itu Pemerintah Kabupaten Karawang dapat bekerjasama dengan Asosiasi Penyelenggara Perjalanan wisata Indonesia (ASPERWI), untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke tempat-tempat wisata yang ada di Kabupaten Karawang. Rantai pasokan di sektor parawisata sangat penting untuk ditingkatkan, karena dapat membantu menaikkan Pendapatan Asli Daerah dari Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat di Kabupaten Karawang.

KESIMPULAN

Rantai pasokan sektor parawisata di Kabupaten Karawang memiliki konsep yang bernama Pentahelix dengan tiga pengembangan yaitu pertama aksesibilitas untuk mendorong meningkatkan akses yang bagus menuju lokasi destinasi wisata, kedua amenities dalam menjaga dan meningkatkan sarana dan prasarana di lingkungan destinasi wisata, dan atraksi selalu ada kegiatan ataupun wahana-wahana baru di area wisata. Ketiga pengembangan tersebut didorong oleh tiga strategi pemasaran dalam rantai pasokan sektor parawisata Kabupaten Karawang melalui media digital, media sosial, dan storytelling. Dengan tiga konsep rantai pasokan sektor parawisata Pemerintah Kabupaten Karawang berharap dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Karawang dari sektor parawisata. Adapun saran yang harus di perbaiki oleh Pemerintah Kabupaten Karawang adalah strategi rantai pasokan sektor parawisata kabupaten karawang harus meningkatkan kerjasama dengan pengelola wisata, agen travel wisata, dan komunitas wisata

REFERENSI

- Abu Seman, N. A., Govindan, K., Mardani, A., Zakuan, N., Mat Saman, M. Z., Hooker, R. E., & Ozkul, S. (2019). The mediating effect of green innovation on the relationship between green supply chain management and environmental performance. *Journal of Cleaner Production*, 229, 115–127. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.03.211>
- Ajibade, P. (2019). Technology acceptance model limitations and criticisms: Exploring the practical applications and use in technology-related studies, mixed-method, and qualitative researches. *Library Philosophy and Practice*, 2019.
- Ardhanaputra, M. I., Ridwan, A. Y., & Akbar, M. D. (2019). Pengembangan Sistem Monitoring Indikator Kinerja Sustainable Distribution Berbasis Model Scor Pada Industri Penyamakan Kulit. *JISI (Jurnal Integrasi Sistem Industri)*, 6(1), 20–28.
- Argenti, G., & Purnamasari, H. (2021). Strategi Pemerintah Daerah Kabupaten Karawang Dalam Mengelola Pariwisata Di Era New Normal. *The Indonesian Journal of Politics and Policy (Ijpp)*, 3(1), 36–44. <https://doi.org/10.35706/ijpp.v3i1.5256>

- Arifin, M., Ibrahim, A., & Nur, M. (2019). Integration of supply chain management and tourism: An empirical study from the hotel industry of Indonesia. *Management Science Letters*, 9(2), 261–270. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2018.11.013>
- Ballou, R. H. (2007). The evolution and future of logistics and supply chain management. *European Business Review*, 19(4), 332–348. <https://doi.org/10.1108/09555340710760152>
- Dewi, I. K., Suarja, I. K., Mataram, I. G. A. B., & Pertiwi, I. G. A. I. M. (2020). Program Pengabdian Desa Mitra Desa Wisata Pelaga Menuju Terbentuknya Rantai Pasokan Pariwisata (Tourism Supply Chain). *Bhakti Persada*, 6(2), 97–106. <https://doi.org/10.31940/bp.v6i2.2002>
- Dharta, F. Y., Kusumaningrum, R., & Chaerudin, C. (2021). Penguatan Strategi Komunikasi Pada Pengelola Destinasi Wisata Di Kabupaten Karawang. *To Maega : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 133. <https://doi.org/10.35914/tomaega.v4i2.578>
- Di Vaio, A., & Varriale, L. (2020). Blockchain technology in supply chain management for sustainable performance: Evidence from the airport industry. *International Journal of Information Management*, 52(March), 0–1. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.09.010>
- Dumilah, D. R., Komarudin, M., Ubaidillah, R., Siagian, S., & Santoso, S. (2021). Peran Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Industri Pariwisata di Seaworld Ancol. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 7, 558. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2021.v07.i02.p10>
- Font, X., Tapper, T., Schwartz, K., & Kornilaki, M. (2008). [14] Sustainable supply change management in tourism. *Business Strategy and the Environment*, 17(July 2006), 260–271. http://www.peterlang.com/download/datasheet/36373/datasheet_52292.pdf
- Ghani, Y. A. (2017). Pengembangan Sarana Prasarana Destinasi Pariwisata Berbasis Budaya di Jawa Barat. *Jurnal Pariwisata*, 4(1), 22–31. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp22>
- Hamzah, F., & Hermawan, H. (2018). Evaluasi Dampak Pariwisata Terhadap Sosial Ekonomi Masyarakat Lokal. *Jurnal Pariwisata*, 5(3), 195–202. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp>
- He, P., He, Y., Xu, H., & Zhou, L. (2019). Online selling mode choice and pricing in an O2O tourism supply chain considering corporate social responsibility. *Electronic Commerce Research and Applications*, 38, 100894. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2019.100894>
- Hermawan, H. (2016). Dampak Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran Terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal. *Jurnal Pariwisata*, 3(2), 105–117.
- Hu, J., Liu, Y. L., Yuen, T. W. W., Lim, M. K., & Hu, J. (2019). Do green practices really attract customers? The sharing economy from the sustainable supply chain management perspective. *Resources, Conservation and Recycling*, 149(December 2018), 177–187. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2019.05.042>
- J. Richardson, A. (2018). The discovery of cumulative knowledge: Strategies for designing and communicating qualitative research. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 31(2), 563–585. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-08-2014-1808>
- Jaelani, A. K. (2018). Pengembangan Destinasi Pariwisata Halal Pada Era Otonomi Luas di Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Pariwisata*, 5(1), 56–67. <https://doi.org/10.31311/par.v5i1.3277>
- Katili, K., Kindangen, P., & Karuntu, M. (2020). Analisis Manajemen Rantai Pasok Ikan Roa Di Desa Kumu Kecamatan Tombariri. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(3), 261–270.
- Khofifah, W., Rahayu, D. N., & Yusuf, A. M. (2022). Analisis Sentimen Menggunakan Naive Bayes Untuk Melihat Review Masyarakat Terhadap Tempat Wisata Pantai Di Kabupaten Karawang Pada Ulasan Google Maps. *Jurnal Interkom: Jurnal Publikasi Ilmiah Bidang Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 16(4), 28–38. <https://doi.org/10.35969/interkom.v16i4.192>
- Kusumawardani, D. M., & Sedyono, E. (2016). Sistem Informasi Manajemen Rantai Pasok Pariwisata Untuk Pembuatan Produk Wisata Pada Agen Tour dan Travel dengan Analisis Swot dan Metode Analytic Network Process). *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 6(2), 177. <https://doi.org/10.21456/vol6iss2pp177-185>
- Liputra, D. T., Santoso, S., & Susanto, N. A. (2018). Pengukuran Kinerja Rantai Pasok Dengan

- Model Supply Chain Operations Reference (SCOR) dan Metode Perbandingan Berpasangan. *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, 7(2), 119. <https://doi.org/10.26593/jrsi.v7i2.3033.119-125>
- Muslimin, Mangun, N., Rombe, E., Taqwa, E., Sutomo, M., & Hadi, S. (2021). AHP structure for determining sustainable performance of Indonesian seafood supply chain from stakeholders perspective. *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 24(2), 1–10.
- Nasihin, I., Hendriani, M., Puspitasari, M., & Rahman, F. (2022). Analisis Rasio Keuangan Terhadap Perubahan Laba Saham Syariah Dengan Pertumbuhan Ekonomi Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 111–122.
- Nasihin, I., Suharman, H., & Handoyo, S. (2020). An Analysis of State-Owned Enterprise Holding Company Formation: The Case of Printing and Media Companies. *Journal of Accounting Auditing and Business*, 3(2), 1. <https://doi.org/10.24198/jaab.v3i2.26935>
- Pearce, P. L., Moscardo, G., & Ross, G. F. (1991). Tourism Impact and Community Perception: An Equity-Social Representational Perspective. *Australian Psychologist*, 26(3), 147–152. <https://doi.org/10.1080/00050069108257240>
- Rais Rachman, K., Edwardlis, O., Rahmanita, M., & Heny, H. R. (2022). Peran Pemangku Kepentingan Rantai Pasokan Pariwisata dalam Pengembangan Kepariwisata Desa Sedari. *Tourism Scientific Journal*, 7(1), 1–14. <https://doi.org/10.32659/tsj.v7i1.140>
- Retnosary, R., & Salleh, N. Z. B. M. (2020). *Government Responsibility as the Main Stakeholder in Tourism Development With Collaboration Approach: Literature Review on Heritage Tourism*. 149(Apmrc 2019), 18–22. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200812.004>
- Rohdayatin, A., Sugito, P., & Handayani, K. (2018). Green Supply Chain: Studi Keterkaitannya dengan Kinerja Lingkungan dan Kinerja Finansial. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2), 103–114. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v6i2.2513>
- Shaharudin, M. S., Fernando, Y., Chiappetta Jabbour, C. J., Sroufe, R., & Jasmi, M. F. A. (2019). Past, present, and future low carbon supply chain management: A content review using social network analysis. *Journal of Cleaner Production*, 218, 629–643. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.02.016>
- Sutono, A. (2019). Supply chain management: Implementation issues and research opportunities in tourism industry. *Uncertain Supply Chain Management*, 7(3), 427–438. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2018.12.004>
- Teguh, F. (2020). Strategi Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan. Retrieved Maret, September. [https://kkp.go.id/an-component/media/upload-gambar-pendukung/DitJaskel/publikasi-materi-2/strategi-pengembangan/Materi Seminar Online MSP Seri 8 - Dr. Frans Teguh, M.A.pdf](https://kkp.go.id/an-component/media/upload-gambar-pendukung/DitJaskel/publikasi-materi-2/strategi-pengembangan/Materi%20Seminar%20Online%20MSP%20Seri%208%20-%20Dr.%20Frans%20Teguh,%20M.A.pdf)
- Thahir, H., Rombe, E., & Hadi, S. (2018). Peningkatan nilai tambah sektor usaha pariwisata berkelanjutan berbasis manajemen rantai pasok: studi pustaka dan konsep. *Prosiding Semkaristek Seminar Nasional Kepariwisata Berbasis Riset Dan Teknologi*, 1(1), 142–147.
- Widyanesti, S., & Masyithah, S. (2018). Pengaruh Supply Chain Management Practices Dan Marketing Capability Terhadap Firm Performance Melalui Competitive Advantage. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(2), 208. <https://doi.org/10.22441/mix.2018.v8i2.002>
- Yin, R., & Yin, R. K. (2016). The Case Study Crisis: Some Answers. *Case Studies*, 26(1), III3–III3. <https://doi.org/10.4135/9781473915480.n38>
- Zhang, X., Song, H., & Huang, G. Q. (2009). Tourism supply chain management: A new research agenda. *Tourism Management*, 30(3), 345–358. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.12.010>
- Zulkarnaen, W., Fitriani, I. D., & ... (2020). Pengembangan Supply Chain Management Dalam Pengelolaan Distribusi Logistik Pemilu Yang Lebih Tepat Jenis, Tepat Jumlah Dan Tepat Waktu Berbasis Human *Ilmiah MEA (Manajemen ...)*, 4(June), 222–243. <http://www.journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/372>