

## **Dampak Pengembangan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika Terhadap Penurunan Daya Saing Destinasi Wisata Senggigi: Pendekatan Kuantitatif Berbasis Persepsi Stakeholder**

**Sulastri Rahayu Dewi, Muhammad Firmansyah**

Universitas Mataram

rhyyydewi@gmail.com

### **ABSTRACT**

*The rapid development of the Mandalika Special Economic Zone (KEK) has given rise to the phenomenon of decreasing the competitiveness of the Senggigi tourist destination as a tourist area that developed earlier. This research aims to analyze the impact of the development of the Mandalika SEZ on reducing the competitiveness of the Senggigi tourist destination by considering the perceptions of tourism stakeholders. The research approach used was quantitative by distributing questionnaires to 115 respondents consisting of Business Actors, Government/Private, Academics, Community, and Media/Influencers. Data analysis was carried out using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The research results show that promotion and competition variables have a significant effect on destination competitiveness, while facilities and accessibility do not have a significant effect. The coefficient of determination ( $R^2$ ) value of 0.641 indicates that the exogenous construct has strong explanatory power regarding endogenous variables. These findings confirm that adaptive promotional strategies and increasing competitiveness based on collaboration are the keys to the revitalization of Senggigi amidst the dominance of the Mandalika SEZ development.*

**Keywords:** *Mandalika SEZ, Destination Competitiveness, Stakeholders, PLS-SEM, Senggigi*

### **ABSTRAK**

Perkembangan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika yang pesat memunculkan fenomena penurunan daya saing destinasi wisata Senggigi sebagai kawasan wisata yang lebih dahulu berkembang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak pengembangan KEK Mandalika terhadap penurunan daya saing destinasi wisata Senggigi dengan mempertimbangkan persepsi para *stakeholder* pariwisata. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 115 responden yang terdiri atas Pelaku Usaha, Pemerintah/Swasta, Akademisi, Masyarakat, dan Media/Influencer. Analisis data dilakukan menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi dan persaingan berpengaruh signifikan terhadap daya saing destinasi, sedangkan fasilitas dan aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,641 mengindikasikan bahwa konstruk eksogen memiliki kemampuan penjelasan yang kuat terhadap variabel endogen. Temuan ini menegaskan bahwa strategi promosi yang adaptif dan peningkatan daya saing berbasis kolaborasi menjadi kunci revitalisasi Senggigi di tengah dominasi pengembangan KEK Mandalika.

**Kata kunci:** *KEK Mandalika, Daya Saing Destinasi, Stakeholder, PLS-SEM, Senggigi*

### **PENDAHULUAN**

Pariwisata merupakan salah satu sektor unggulan yang berkontribusi signifikan terhadap pembangunan ekonomi nasional sekaligus mendorong pertumbuhan daerah (Li et al., 2018). Pengembangan destinasi prioritas dilakukan melalui penetapan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) di Indonesia, salah satunya di Mandalika Lombok, Nusa Tenggara Barat (Satrio, 2021). Kawasan ini dirancang sebagai motor penggerak pariwisata internasional melalui pembangunan infrastruktur berkelas

dunia, penyelenggaraan ajang olahraga global, serta dukungan investasi yang massif (Tanuwijaya et al., 2025; Satiadji et al., 2024). Kehadiran KEK Mandalika diharapkan mampu meningkatkan daya tarik pariwisata Lombok sekaligus memperkuat posisi Indonesia dalam peta pariwisata global (Caraka et al., 2023).

Namun, konsentrasi pembangunan di Mandalika menimbulkan konsekuensi bagi keberlangsungan destinasi pariwisata lain di Lombok, khususnya Senggigi. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Nusa Tenggara Barat, jumlah kunjungan wisatawan ke Destinasi Wisata Senggigi mengalami tren penurunan sejak tahun 2017–2023, sedangkan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika menunjukkan peningkatan signifikan pada periode yang sama. Kondisi ini menunjukkan adanya pergeseran daya tarik wisata yang perlu dikaji lebih lanjut. Untuk memperjelas fenomena tersebut, berikut disajikan data kunjungan wisatawan ke Kabupaten Lombok Barat yang merepresentasikan kawasan Senggigi selama periode 2017–2023.

**Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Asing dan Domestik di Kabupaten Lombok Barat 2017-2023**

Tahun	Mancanegara	Nusantara	Jumlah
2017	312.845	412.000	724.845
2018	169.064	210.429	379.493
2019	226.675	201.364	428.039
2020	37.183	104.062	141.245
2021	5.362	162.401	167.763
2022	54.531	234.848	289.379
2023	60.829	259.829	320.658

Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Barat (Nahryah et al., 2025)

Berdasarkan Tabel 1, jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Lombok Barat didominasi oleh wisatawan nusantara dibandingkan wisatawan mancanegara. Hal ini menunjukkan bahwa Lombok Barat, yang di dalamnya termasuk Senggigi lebih banyak menarik minat wisatawan lokal atau nusantara, sedangkan kunjungan wisatawan mancanegara mengalami penurunan yang cukup tajam sejak tahun 2017 - 2023.

Sementara itu, pada Kabupaten Lombok Tengah yang merepresentasikan KEK Mandalika, terlihat kecenderungan sebaliknya. Kunjungan wisatawan mancanegara menunjukkan peningkatan signifikan terutama pada tahun 2022–2023. Kondisi ini menunjukkan bahwa Mandalika mulai dikenal secara internasional dan menjadi destinasi unggulan bagi wisatawan asing.

**Tabel 2. Jumlah Kunjungan Wisatawan Asing dan Domestik di Kabupaten**

Lombok Tengah 2017-2023			
Tahun	Mancanegara	Nusantara	Jumlah
2017	86.524	113.959	724.845
2018	70.539	83.176	379.493
2019	66.581	80.982	428.039
2020	26.710	17.849	141.245
2021	3.002	38.154	167.763
2022	70.991	33.892	289.379
2023	120.604	88.404	320.658

Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah (Dzulvawan, 2025)

Perbedaan karakteristik wisatawan ini mengindikasikan adanya pergeseran orientasi destinasi wisata di Pulau Lombok di mana Senggigi kini lebih berfokus pada pasar domestik, sedangkan Mandalika berkembang sebagai destinasi berkelas internasional.

Penurunan kunjungan wisatawan ke kawasan Senggigi tidak hanya terlihat dari data statistik, tetapi juga tercermin dari kondisi lapangan. Beberapa fasilitas wisata seperti *Hotel Santosa Villas & Resort* telah berhenti beroperasi (Vaneka, 2024), sementara aktivitas ekonomi di Pasar Seni Senggigi kini kurangnya perawatan fasilitas, penataan pedagang yang belum optimal, serta terbatasnya atraksi budaya dan promosi digital mengakibatkan pasar seni tidak lagi menjadi destinasi favorit wisatawan (Susanty et al., 2025). Fenomena ini memperkuat indikasi berkurangnya daya tarik Senggigi sebagai destinasi wisata utama di Pulau Lombok.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa tanpa upaya revitalisasi, Senggigi berpotensi semakin terpinggirkan akibat pergeseran arus wisatawan menuju Mandalika (Seventilofa, 2024). Kondisi ini menimbulkan pertanyaan penting mengenai bagaimana pengembangan KEK Mandalika memengaruhi daya saing Senggigi, khususnya dari perspektif para pemangku kepentingan yang berinteraksi langsung dengan industri pariwisata.

Sejumlah studi terdahulu lebih banyak menyoroti dampak pembangunan KEK terhadap pertumbuhan destinasi baru (Widjaja et al., 2023), namun masih terbatas penelitian yang mengkaji implikasinya terhadap destinasi lama yang telah mapan. Selain itu, kajian mengenai daya saing destinasi umumnya menitikberatkan pada aspek pengembangan destinasi itu sendiri, bukan pada dinamika kompetisi antara destinasi baru dan lama (Cronjé & Plessis, 2020). Dengan demikian, terdapat celah penelitian untuk menelaah bagaimana pembangunan Mandalika berdampak pada posisi daya saing Senggigi berdasarkan persepsi stakeholder.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini merumuskan pertanyaan utama: bagaimana pengembangan KEK Mandalika memengaruhi daya saing Senggigi berdasarkan persepsi stakeholder? Secara khusus, penelitian ini menganalisis pengaruh pengembangan KEK Mandalika terhadap fasilitas, aksesibilitas, dan promosi Senggigi, serta menilai persepsi stakeholder terhadap daya saingnya di tengah pertumbuhan Mandalika.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis dampak pengembangan KEK Mandalika terhadap tiga aspek utama-fasilitas, aksesibilitas, dan promosi Senggigi; (2) mengukur persepsi stakeholder terhadap daya saing Senggigi; serta (3) memberikan gambaran empiris mengenai hubungan antara pengembangan kawasan baru dan penurunan destinasi lama.

Kontribusi penelitian ini mencakup dua dimensi. Secara teoretis, penelitian memperkaya literatur mengenai daya saing destinasi dengan menyoroti interaksi kompetitif antara destinasi baru dan lama dalam konteks pembangunan pariwisata prioritas. Secara praktis, hasilnya diharapkan menjadi masukan bagi pemerintah daerah, pelaku usaha, dan masyarakat lokal dalam merumuskan strategi revitalisasi Senggigi agar tetap kompetitif dan adaptif terhadap perubahan arah pasar.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei. Pendekatan survei dipilih karena memungkinkan peneliti memperoleh informasi dari responden untuk menggambarkan, membandingkan, dan menganalisis pengetahuan, sikap, maupun perilaku mereka (Demas et al., 2024). Oleh karena itu, alasan pemilihan penelitian survei adalah karena peneliti ingin memperoleh tanggapan dari responden mengenai permasalahan yang terjadi, yaitu terkait dampak pengembangan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika terhadap penurunan daya saing Destinasi Wisata Senggigi: pendekatan kuantitatif berbasis persepsi stakeholder. Penelitian dilakukan pada non-contrived setting, yaitu kondisi alami tanpa adanya intervensi dari peneliti (Ravago et al., 2021). Unit analisis dalam penelitian ini adalah para stakeholder yang memiliki keterkaitan dengan pengembangan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika dan Destinasi Wisata Senggigi. Data primer dikumpulkan secara langsung dari persepsi stakeholder tanpa adanya intervensi dari peneliti (Rifai et al., 2024).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Identitas Responden**

Identitas responden dalam penelitian ini menggambarkan karakteristik dasar responden berdasarkan jenis kelamin, pendidikan terakhir, alamat, dan pekerjaan. Pada table 4 dibawah ini. Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden adalah perempuan sebanyak 71 orang (61,7%), sedangkan laki-laki berjumlah 44 orang (38,3%). Dari sisi pendidikan terakhir, sebagian besar responden berpendidikan SMA/SMK/MA sebanyak 67 orang (58,3%), disusul oleh lulusan Strata 1 sebanyak 40 orang (34,8%), sementara sisanya memiliki pendidikan SMP, Strata 2, Strata 3, dan lainnya dengan persentase yang lebih kecil. Dilihat dari domisili, responden terbanyak berasal dari Lombok Timur sebanyak 33 orang (28,7%), diikuti Kota Mataram 22 orang (19,1%), Lombok Tengah 18 orang (15,7%), dan Lombok Barat 17 orang (14,8%). Sisanya tersebar di Lombok Utara, Bima/Kota Bima/Dompu, serta Sumbawa. Sementara itu, dilihat dari kategori stakeholder, sebagian besar responden merupakan pelaku usaha sebanyak 58 orang (50,43%), kemudian pemerintah atau swasta sebanyak 21 orang (18,26%), akademisi sebanyak 17 orang (14,78%), masyarakat umum sebanyak 16 orang (13,91%), serta media dan influencer sebanyak 3 orang (2,61%). Secara keseluruhan, karakteristik responden menunjukkan keterlibatan dominan dari pelaku usaha dan perempuan dengan latar pendidikan menengah hingga perguruan tinggi yang tersebar di berbagai wilayah Lombok dan sekitarnya.

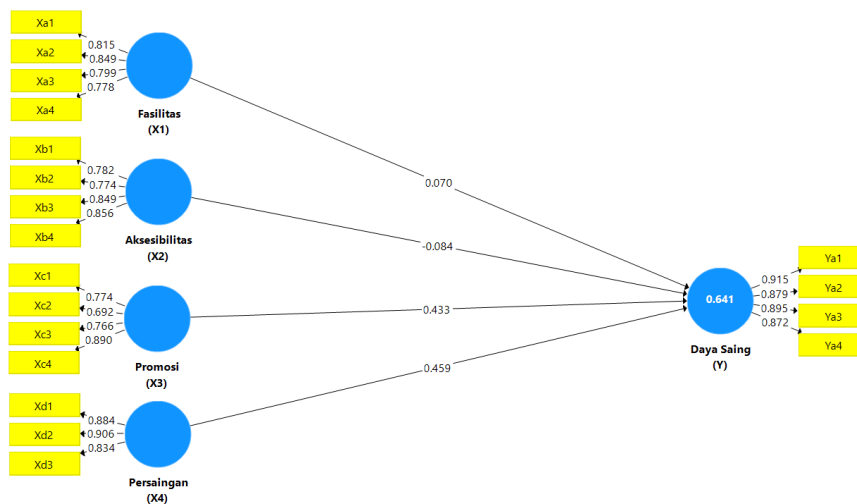
Table 4. Profil Demografi

Informasi	Jumlah	Persentase
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki-laki	44	38,3%
Perempuan	71	61,7%
<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100</b>
<b>Pendidikan Terakhir</b>		
SD	-	-
SMP	2	1,7%
SMA/SMK/MA	67	58,3%
Strata 1	40	34,8%
Strata 2	1	0,9%
Strata 3	1	0,9%
Lainnya	4	3,5%
<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100</b>
<b>Alamat</b>		
Kota Mataram	22	19,1%
Lombok Barat	17	14,8%
Lombok Tengah	18	15,7%
Lombok Timur	33	28,7%
Lombok Utara	11	9,6%
Bima/Kota Bima/Dompu	7	6,09%
Sumbawa	7	6,09%
<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100</b>
<b>Kategori Stakeholder</b>		
Pelaku Usaha	58	50,43%
Pemerintah/Swasta	21	18,26%
Akademisi	17	14,78%
Masyarakat	16	13,91%
Media & Influencer	3	2,61%
<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Primer (2025)

## Model PLS-Algorithm

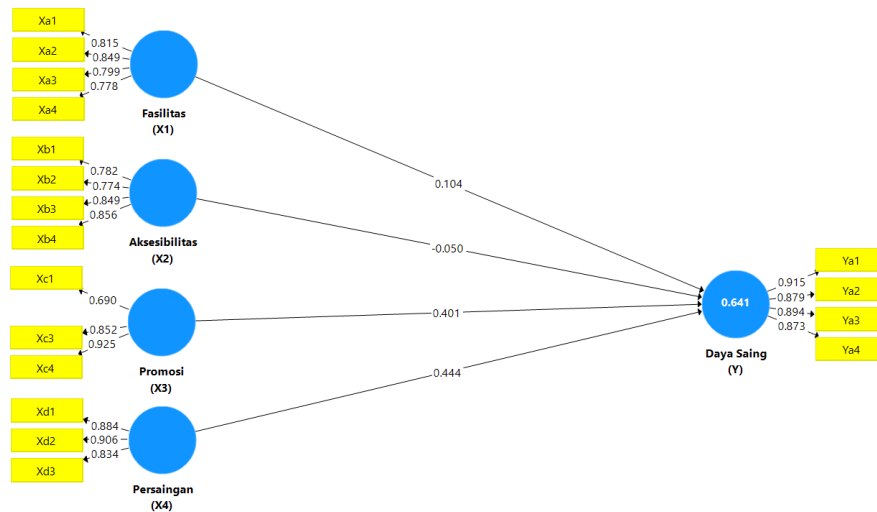
Model Algoritma PLS pada gambar 1 merupakan pendekatan dalam *Structural Equation Modeling* (SEM) yang digunakan untuk mengukur hubungan antara variabel laten dengan indikatornya. Pada tahap evaluasi model pengukuran, indikator dinyatakan valid apabila memiliki nilai outer loading di atas 0,70, sedangkan indikator dengan nilai di bawah 0,70 pada umumnya dieliminasi agar model tetap akurat, reliabel, dan memenuhi validitas konvergen (Urban & Govender, 2024). Namun, dalam penelitian ini ditemukan satu indikator dengan nilai 0,65 setelah tahap eliminasi awal. Mengingat konstruk akan kehilangan stabilitas jika hanya diukur oleh dua indikator, maka indikator tersebut dipertahankan. Keputusan ini sejalan dengan temuan (Shela et al., 2023) yang menyatakan bahwa indikator dengan loading 0,4–0,7 masih dapat dipertahankan selama nilai Average Variance Extracted (AVE)  $\geq 0,50$  dan Composite Reliability (CR)  $\geq 0,70$  pada konstruk yang bersangkutan.



**Gambar 1. Model 1 PLS Algorithm**

Sumber: Data diolah oleh peneliti menggunakan PLS-SEM (2025)

Model Algorithm pada gambar 2 merupakan model SEM-PLS yang telah diolah dan indikator yang tidak memenuhi syarat atau nilainya tidak valid sudah di hilangkan yaitu indikator pada variabel X3 (promosi Xc2) dan Setelah re-estimasi, terdapat satu indikator lain yang berubah dengan nilai outer loading 0,69.



**Gambar 2. Model 2 PLS Algorithm**

Sumber: Data diolah oleh peneliti menggunakan PLS-SEM (2025)

### Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Pada tahap ini, model reflektif dievaluasi menggunakan tiga aspek utama, yaitu *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *composite reliability* ketiga aspek ini penting untuk memastikan bahwa model pengukuran valid dan reliabel sebelum dilakukan pengujian model struktural (Cheung et al., 2024). Pada Tabel 5 ditunjukkan hasil pengujian validitas konvergen yang meliputi *factor loadings*, *Cronbach's alpha*, *composite reliability*, dan *Average Variance Extracted (AVE)*. Validitas konvergen dinilai dari nilai *outer loading* dengan kriteria  $> 0,70$  yang menunjukkan indikator valid (Tama et al., 2023). Hasilnya, hampir semua indikator memenuhi syarat, kecuali satu item pada konstruk Promosi (X3) dengan loading 0,690 ( $< 0,70$ ). Namun demikian, indikator dengan loading 0,60–0,70 masih dapat dipertahankan apabila nilai reliabilitas konstruk terpenuhi (Ghanbar, 2024). Selanjutnya, nilai *Cronbach's alpha* seluruh konstruk  $> 0,70$  yang berarti reliabel. Nilai *composite reliability* semua konstruk juga  $> 0,70$ , serta *AVE*  $> 0,50$  sehingga memenuhi kriteria konsistensi internal dan validitas konvergen (Edelsbrunner et al., 2025). Dengan demikian, secara keseluruhan konstruk dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid dan reliabel.

**Tabel. 5 Validitas Konstruk dan Konsistensi Internal**

Predictor	Item	Outer Loading > 0.7	Cronboch Alpa's	Composite Reliability	AVE > 0.5
Fasilitas (X1)	Xa1	0.815	0.826	0.885	0.657
	Xa2	0.849			
	Xa3	0.799			
	Xa4	0.778			
Aksesibilitas (X2)	Xb1	0.782	0.833	0.888	0.666
	Xb2	0.774			
	Xb3	0.849			
	Xb4	0.856			
Promosi (X3)	Xc1	0.690	0.765	0.866	0.685
	Xc3	0.852			

	Xc4	0.925			
Persaingan (X4)	Xd1	0.884	0.847	0.908	0.766
	Xd2	0.906			
	Xd3	0.834			
Daya Saing (Y)	Ya1	0.915	0.913	0.939	0.793
	Ya2	0.879			
	Ya3	0.894			
	Ya4	0.873			

Sumber: *SemPLS 3.0*

### Discriminant Validity (Fornell-Larcker)

Uji validitas diskriminan bertujuan memastikan bahwa setiap konstruk dalam model memiliki perbedaan konseptual yang jelas sehingga indikator hanya merefleksikan variabel laten yang dimaksud. Salah satu metode pengujiannya adalah kriteria Fornell–Larcker, yaitu dengan membandingkan akar nilai Average Variance Extracted (AVE) setiap konstruk terhadap korelasi antar konstruk, validitas diskriminan terpenuhi apabila akar AVE lebih tinggi dibandingkan korelasinya (Rönkkö & Cho, 2022). Dari tabel 6 menunjukkan nilai akar AVE dari setiap variabel lebih besar dari akar AVE dari korelasinya dengan variabel lain sehingga validitas diskriminan terpenuhi.

**Tabel. 6 Discriminant Validity (Fornell-Larcker Criterio)**

Predictor	Fasilitas (X1)	Aksesibilitas (X2)	Promosi (X3)	Persaingan (X4)	Daya Saing (Y)
Fasilitas (X1)	<b>0.811</b>	-			
Aksesibilitas (X2)	0.603	<b>0.816</b>	-		
Promosi (X3)	0.674	0.458	<b>0.828</b>	-	
Persaingan (X4)	0.552	0.646	0.605	<b>0.875</b>	-
Daya Saing (Y)	0.589	0.483	0.717	0.712	<b>0.890</b>

Sumber: *SemPLS 3.0*

### Discriminant Validity (Cross-Loading)

Validitas diskriminan dapat diuji melalui analisis cross-loading, yaitu dengan membandingkan nilai loading setiap indikator pada konstruk asalnya dengan loading pada konstruk lain. Indikator dinyatakan valid apabila memiliki loading tertinggi pada konstruk yang diukur sehingga benar-benar merefleksikan variabel laten yang sesuai. Berdasarkan Tabel 7, setiap indikator dalam penelitian ini menunjukkan loading tertinggi pada konstraknya masing-masing dibandingkan dengan konstruk lain, sehingga kriteria discriminant validity melalui cross-loading telah terpenuhi (Henseler et al., 2015).

**Tabel. 7 Discriminant Validity (Cross-Loading)**

Item	Fasilitas (X1)	Aksesibilitas (X2)	Promosi (X3)	Persaingan (X4)	Daya Saing (Y)
Xa1	<b>0.815</b>	0.562	0.606	0.476	0.534
Xa2	<b>0.849</b>	0.459	0.537	0.360	0.482

Xa3	<b>0.799</b>	0.429	0.518	0.465	0.465
Xa4	<b>0.778</b>	0.499	0.516	0.495	0.418
Xb1	0.450	<b>0.782</b>	0.290	0.562	0.328
Xb2	0.607	<b>0.774</b>	0.429	0.397	0.384
Xb3	0.506	<b>0.849</b>	0.363	0.490	0.353
Xb4	0.423	<b>0.856</b>	0.397	0.638	0.482
Xc1	0.722	0.524	<b>0.690</b>	0.473	0.461
Xc3	0.421	0.266	<b>0.852</b>	0.499	0.631
Xc4	0.591	0.397	<b>0.925</b>	0.537	0.668
Xd1	0.432	0.608	0.475	<b>0.884</b>	0.567
Xd2	0.536	0.587	0.573	<b>0.906</b>	0.640
Xd3	0.473	0.505	0.533	<b>0.834</b>	0.654
Ya1	0.557	0.477	0.677	0.624	<b>0.915</b>
Ya2	0.505	0.391	0.597	0.605	<b>0.879</b>
Ya3	0.600	0.440	0.667	0.696	<b>0.894</b>
Ya4	0.424	0.408	0.614	0.604	<b>0.873</b>

Sumber: *SemPLS 3.0*

### Discriminant Validity (*Heterotrait-Monotrait Ratio*)

Berdasarkan hasil uji Discriminant Validity dengan metode HTMT (*Heterotrait-Monotrait Ratio*) pada Tabel 8, seluruh nilai rasio antar konstruk berada di bawah ambang batas 0,90. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel dalam penelitian ini memenuhi kriteria discriminant validity sehingga dapat dikatakan valid untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut (Hair et al., 2020)

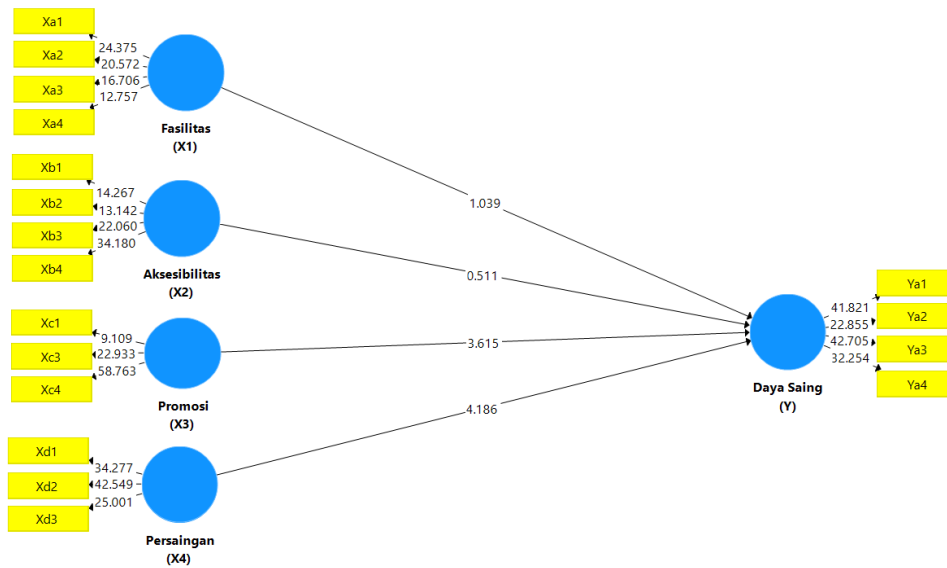
**Tabel. 8 Discriminant Validity (*Heterotrait-Monotrait Ratio*)**

Predictor	Fasilitas (X1)	Aksesibilitas (X2)	Promosi (X3)	Persaingan (X4)	Daya Saing (Y)
Fasilitas (X1)	-				
Aksesibilitas (X2)	0.730	-			
Promosi (X3)	0.877	0.595	-		
Persaingan (X4)	0.658	0.763	0.753	-	
Daya Saing (Y)	0.670	0.541	0.849	0.804	-

Sumber: *SemPLS 3.0*

### Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*) dilakukan untuk menilai hubungan antar konstruk dan kekuatan pengaruhnya. Dalam penelitian ini, bootstrapping digunakan untuk menguji signifikansi jalur antar variabel, sedangkan blindfolding digunakan untuk menilai relevansi prediktif model melalui perhitungan statistik  $Q^2$ . Kedua metode ini memastikan model yang digunakan valid, stabil, dan mampu memprediksi data dengan baik (Arunraju Chinnaraju, 2025).



**Gambar 3. Hasil Bootstrapping**

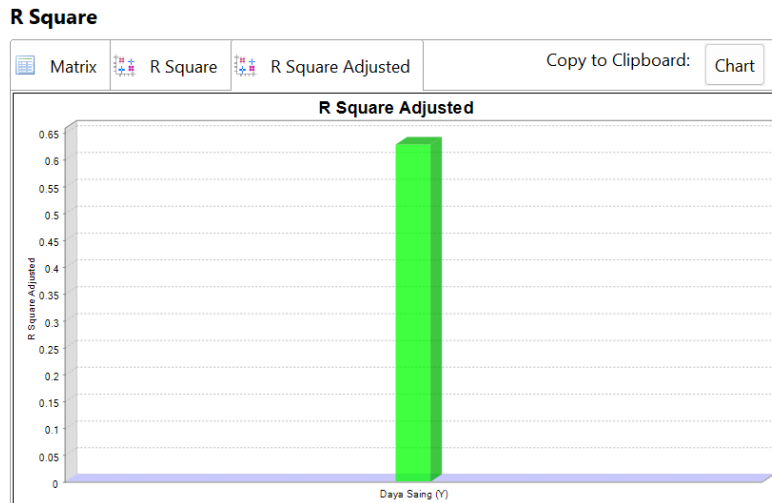
Sumber: Data diolah oleh peneliti menggunakan PLS-SEM (2025)

Hasil evaluasi model struktural menentukan apakah model struktural sesuai dengan penelitian atau tidak. Berdasarkan penelitian Alotaibi & Alshahrani (2022) yang mengacu pada kriteria penilaian dari Chin (1998) nilai  $R^2$  sebesar 0,19 dikategorikan lemah (*weak*), 0,33 sedang (*moderate*), dan 0,67 kuat (*substantial*). Mengacu pada batas nilai tersebut, hasil pada Tabel 9 menunjukkan bahwa nilai  $R^2$  untuk variabel Daya Saing (Y) sebesar 0,641 dan  $R^2$  Adjusted sebesar 0,628 yang berarti konstruk eksogen mampu menjelaskan sekitar 64,1% variasi pada variabel endogen. Dengan demikian, nilai tersebut termasuk dalam kategori kuat (*substantial*) karena mendekati batas 0,67. Selain itu, nilai  $Q^2$  sebesar 0,494 ( $> 0$ ) juga mengindikasikan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang baik (Damberg, 2023). Dengan demikian, inner model pada penelitian ini dapat dinyatakan memiliki kemampuan penjelasan dan prediksi yang memadai.

**Tabel. 9 R-Square**

Predictor	$R^2$	$R^2$ Adjusted	$Q^2$
Y	0.641	0.628	0.494

Sumber: SemPLS 3.0



**Gambar. 4 R Square Adjusted**

Sumber: Data diolah oleh peneliti menggunakan PLS-SEM (2025)

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menganalisis estimasi Original Sample (O) untuk menilai arah hubungan antar variabel. T-Statistics (T) dan P-Values (P) digunakan untuk mengukur signifikansi hubungan tersebut. Nilai koefisien yang mendekati +1 menunjukkan korelasi positif, sedangkan nilai mendekati -1 menunjukkan korelasi negatif. Hubungan antar variabel dianggap signifikan apabila nilai t-statistik > 1,96 atau  $p < 0,05$  (Kock, 2016). Hasil uji hipotesis penelitian ini disajikan pada Tabel 10 berikut:

**Tabel. 10 Hypothesis Results**

Hipotesis	Predictor	Original Sample	T-Statistics	P-Values	Keputusan
H1	Fasilitas (X1) → (Y)	0.104	1.039	0.299	Not Supported
H2	Aksesibilitas (X2) → (Y)	-0.050	0.511	0.610	Not Supported
H3	Promosi (X3) → (Y)	0.401	3.615	0.000	Supported
H4	Persaingan (X4) → (Y)	0.444	4.186	0.000	Supported

Sumber: *SemPLS 3.0*

Tabel 6 menjelaskan hasil uji hipotesis, antara lain: Fasilitas (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Daya Saing (Y), dimana nilai p-values  $0,299 > 0,05$  ( $\beta = 0,104$ ,  $t = 1,039$ ); Aksesibilitas (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Daya Saing (Y), dimana nilai p-values  $0,610 > 0,05$  ( $\beta = -0,050$ ,  $t = 0,511$ ); Promosi (X3) berpengaruh signifikan terhadap Daya Saing (Y), dimana nilai p-values  $0,000 < 0,05$  ( $\beta = 0,401$ ,  $t = 3,615$ ); Persaingan (X4) berpengaruh signifikan terhadap Daya Saing (Y), dimana nilai p-values  $0,000 < 0,05$  ( $\beta = 0,444$ ,  $t = 4,186$ ).

a. **Fasilitas & Daya Tarik (X1)** menunjukkan pengaruh positif terhadap daya saing destinasi wisata Senggigi dengan koefisien sebesar 0,104, namun tidak signifikan secara statistik ( $t = 1,039$ ;  $p = 0,299$ ). Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan fasilitas di kawasan KEK Mandalika belum berdampak nyata terhadap persepsi stakeholder mengenai penurunan daya saing Senggigi. Hasil ini sejalan dengan penelitian Albaladejo et al. (2024) yang menjelaskan bahwa peningkatan fasilitas di destinasi baru tidak selalu menyebabkan pergeseran

minat wisatawan dari destinasi yang telah lebih dahulu berkembang, karena faktor seperti citra dan pengalaman wisata masih menjadi pembeda utama antar destinasi wisata.

- b. **Aksesibilitas & Konektivitas (X2)** menunjukkan pengaruh negatif terhadap daya saing destinasi wisata Senggigi dengan koefisien sebesar  $-0,050$  dan tidak signifikan secara statistik ( $t = 0,511$ ;  $p = 0,610$ ). Hal ini menunjukkan bahwa konektivitas transportasi dan infrastruktur menuju destinasi wisata belum memberikan kontribusi nyata terhadap persepsi stakeholder mengenai daya saing Senggigi. Kondisi ini menggambarkan bahwa belum optimalnya integrasi transportasi antardestinasi di Pulau Lombok menghambat efisiensi mobilitas wisatawan. Hasil ini sejalan dengan temuan Wahyuni et al. (2013) yang menyatakan bahwa daya saing kawasan ekonomi khusus sangat dipengaruhi oleh keterpaduan infrastruktur dan akses transportasi, di mana kawasan dengan perencanaan akses yang belum optimal cenderung memiliki daya saing lebih rendah.
- c. **Promosi dan Citra Destinasi (X3)** berpengaruh positif dan signifikan terhadap penurunan daya saing Senggigi dengan nilai koefisien sebesar  $0,401$  ( $t = 3,615$ ;  $p = 0,000$ ). Hasil ini menunjukkan bahwa promosi intensif dan citra positif Mandalika berhasil meningkatkan daya tariknya sehingga menurunkan persepsi daya saing Senggigi. Temuan ini konsisten dengan penelitian Ruiz-Real et al. (2020) yang menyatakan bahwa strategi promosi dan *destination branding* berperan penting dalam memperkuat posisi kompetitif suatu destinasi. Demikian pula Styliadis, (2022) menegaskan bahwa citra destinasi memiliki pengaruh langsung terhadap keputusan wisatawan dalam memilih lokasi wisata.
- d. **Persaingan Harga dan Produk Wisata (X4)** menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap penurunan daya saing Senggigi dengan nilai koefisien sebesar  $0,444$  ( $t = 4,186$ ;  $p = 0,000$ ). Hasil ini mengindikasikan bahwa persepsi wisatawan terhadap harga yang lebih kompetitif dan variasi produk wisata di Mandalika menjadi faktor utama menurunnya daya saing Senggigi. Temuan ini sejalan dengan Rodríguez et al. (2023) yang menjelaskan bahwa *price competitiveness* merupakan komponen utama dalam menentukan posisi bersaing antar destinasi, karena biaya perjalanan dan harga layanan wisata secara langsung memengaruhi preferensi wisatawan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pengembangan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika memberikan dampak signifikan terhadap penurunan daya saing Destinasi Wisata Senggigi, terutama melalui faktor promosi dan citra destinasi serta persaingan harga dan produk wisata. Promosi Mandalika yang gencar serta citra Mandalika sebagai destinasi unggulan efektif mengurangi daya tarik Senggigi di mata wisatawan dan investor. Di sisi lain, faktor daya tarik dan fasilitas Mandalika serta aksesibilitas dan konektivitas wisatawan tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap penurunan daya saing Senggigi. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi stakeholder terhadap penurunan daya saing lebih dipengaruhi oleh strategi promosi, citra destinasi, dan kompetisi produk, dibandingkan faktor fasilitas atau kemudahan akses. Penelitian ini memberikan wawasan bahwa, meskipun pengembangan Mandalika menghadirkan fasilitas dan akses yang lebih baik, daya saing Senggigi lebih terpengaruh oleh citra dan persaingan pasar. Oleh karena itu, strategi penguatan promosi dan diferensiasi produk menjadi

kunci bagi Senggigi untuk mempertahankan posisinya sebagai destinasi wisata unggulan.

Namun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan pada indikator yang digunakan, di mana aspek keamanan destinasi belum tercakup dalam instrumen persepsi stakeholder. Padahal, faktor keamanan merupakan elemen penting yang sangat memengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih destinasi, serta berperan besar dalam menjaga citra dan keberlanjutan suatu kawasan wisata. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memasukkan indikator keamanan agar analisis daya saing destinasi dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Albaladejo, I. P., Arnaldos, F., & Martínez-García, M. P. (2024). Tourism distribution at competing destinations: Mobility changes and relocation. *Tourism Economics*, 30(2). <https://doi.org/10.1177/13548166221138991>
- Alotaibi, R. S., & Alshahrani, S. M. (2022). An extended DeLone and McLean's model to determine the success factors of e-learning platform. *PeerJ Computer Science*, 8. <https://doi.org/10.7717/peerj-cs.876>
- Andri Tanuwijaya, L., Fajrin, J., & Budastra, I. K. (2025). Priority Analysis of Road Infrastructure Development in the Mandalika Special Economic Area: Application of Analytic Network Process (ANP) and Topsis Methods. *Journal of World Science*, 4(2), 228–238. <https://doi.org/10.58344/jws.v4i2.1296>
- Arianadi, M., & Firmansyah, M. (2025). *Studies Management and Finance Economics, of Journal Analysis of the Impact of the Construction of the Lombok International Airport-Mandalika Bypass Road on the Economy Around the Mandalika Area*. <https://doi.org/10.47191/jefms/v8>
- Arunraju Chinnaraju. (2025). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) in the AI Era: Innovative methodological guide and framework for business research. *Magna Scientia Advanced Research and Reviews*, 13(2), 062–108. <https://doi.org/10.30574/msarr.2025.13.2.0048>
- Aulia Karimafikri, A., & Adella Vanindya Kusuma, P. (2024). *CRITICAL MANAGEMENT IN THE EVENTS OF INTERNATIONAL ORGANIZATION: MITIGATING HOTEL PRICE INCREASE OF 2024 MOTOGP MANAJEMEN KRITIS DALAM ACARA ORGANISASI INTERNASIONAL: MEMITIGASI KENAIKAN HARGA HOTEL PADA MOTOGP 2024*.
- Azizurrohman, M., Martayadi, U., Najmudin, M., Fathurrahim, F., & Bratayasa, I. W. (2023). Tourism Industry and Community Readiness: A Case Study of the Mandalika Special Economic Zone (KEK). *Journal of Economics Research and Social Sciences*, 7(1), 60–68. <https://doi.org/10.18196/jerss.v7i1.13652>
- Bigi, A., Cassia, F., & Ugolini, M. M. (2022). Who killed food tourism? Unaware cannibalism in online conversations about traveling in Italy. *British Food Journal*, 124(2). <https://doi.org/10.1108/BFJ-04-2021-0401>
- Brussevich, M. (2020). *The Socio-Economic Impact of Special Economic Zones: Evidence from Cambodia*.
- Budi, S., Yuli, C., Husnayeni Nahar, F., & Pramuja, R. A. (2023). *Economic and Social Benefits of Communities Around the Mandalika Special Economic Zone, Indonesia: A Qualitative Study*. 5, 189–205. [www.migrationletters.com](http://www.migrationletters.com)
- Cantika Yuli, S. B., Azizurrohman, M., Angga Pramuja, R., & Ginting, Y. M. (2025). Tourism-driven development: evaluating the benefits of the Mandalika Special Economic Zone. *Cogent Social Sciences*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2025.2460317>

- Caraka, R. E., Wardhana, I. W., Kim, Y., Sakti, A. D., Gio, P. U., Noh, M., & Pardamean, B. (2023). Connectivity, sport events, and tourism development of Mandalika's special economic zone: A perspective from big data cognitive analytics. *Cogent Business and Management*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2183565>
- Chandra, C. A., Kusuma, T. I. J., & Wijaya, S. (2023). Sport tourism quality and its influence on visitor satisfaction and revisit intention: an empirical study of Mandalika MotoGP. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 8(2), 186–194. <https://doi.org/10.26905/jpp.v8i2.10366>
- Cheung, G. W., Cooper-Thomas, H. D., Lau, R. S., & Wang, L. C. (2024). Reporting reliability, convergent and discriminant validity with structural equation modeling: A review and best-practice recommendations. *Asia Pacific Journal of Management*, 41(2), 745–783. <https://doi.org/10.1007/s10490-023-09871-y>
- Chin, W. W. (1998). *The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling*. <https://www.researchgate.net/publication/311766005>
- Cronjé, D. F., & du Plessis, E. (2020). A review on tourism destination competitiveness. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 256–265. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.06.012>
- Damberg, S. (2023). Advanced PLS-SEM models for bank customer relationship management using survey data. *Data in Brief*, 48. <https://doi.org/10.1016/j.dib.2023.109187>
- Dash, G., & Paul, J. (2021). CB-SEM vs PLS-SEM methods for research in social sciences and technology forecasting. *Technological Forecasting and Social Change*, 173. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121092>
- Demas, T., Putra, M., Laili Romadhona, N., & Abdullah, T. M. K. (2024). *Enhancing Patient Revisit Intention and Positive Word of Mouth: An Empirical Study of Medical Tourism*.
- Dian Nahryah, M. Hadi Wiratama, Shafa Rosea Surbakti Sirka Ayu Laksmi, Tri Harjanto, Yustini. (2025). *LOMBOK BARAT REGENCY IN FIGURES 2025*. 19, 261. <https://share.google/MuG2OqJVSAYR3lJbl>
- Dwyer, L., & Kim, C. (2003). Destination competitiveness: Determinants and indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5). <https://doi.org/10.1080/13683500308667962>
- Edelsbrunner, P. A., Simonsmeier, B. A., & Schneider, M. (2025). The Cronbach's Alpha of Domain-Specific Knowledge Tests Before and After Learning: A Meta-Analysis of Published Studies. *Educational Psychology Review*, 37(1). <https://doi.org/10.1007/s10648-024-09982-y>
- Enright, M. J., & Newton, J. (2004). Tourism destination competitiveness: A quantitative approach. *Tourism Management*, 25(6). <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.06.008>
- Franke, G., & Sarstedt, M. (2019). Heuristics versus statistics in discriminant validity testing: a comparison of four procedures. *Internet Research*, 29(3), 430–447. <https://doi.org/10.1108/IntR-12-2017-0515>
- Garcia & Lopez. (2024). Exploring tourism competitiveness in developing economies: residents' perspective. *Discover Sustainability*, 5(1). <https://doi.org/10.1007/s43621-024-00416-x>
- Ghanbar, H. (2024). *Educational Methods & Psychometrics Using SmartPLS for Structural Equation Modeling in Applied Linguistics: A Method Note*. <https://emp-open.de>

- González-Rodríguez, M. R., Díaz-Fernández, M. C., & Pulido-Pavón, N. (2023). Tourist destination competitiveness: An international approach through the travel and tourism competitiveness index. *Tourism Management Perspectives*, 47. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101127>
- Hair, J. F., Howard, M. C., & Nitzl, C. (2020). Assessing measurement model quality in PLS-SEM using confirmatory composite analysis. *Journal of Business Research*, 109, 101–110. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.069>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. In *European Business Review* (Vol. 31, Issue 1). <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hartono & Listifadah. (2020). *Akses dan Pelayanan Transportasi Menuju Destinasi Wisata Pantai Mandalika di Provinsi Nusa Tenggara Barat, Hartono dan Listifadah THE ACCESSIBILITY AND TRANSPORTATION SERVICES TOWARDS MANDALIKA BEACH AS TOURISM DESTINATION IN THE PROVINCE OF NUSA TENGGARA BARAT.*
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Joseph F. Hair Jr. · G. Tomas M. Hult · Christian M. Ringle · Marko Sarstedt · Nicholas P. Danks · Soumya Ray. (2021). *Classroom Companion: Business Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R AAWorkbook.* <http://www.>
- Kock, N. (2015). Common method bias in PLS-SEM: A full collinearity assessment approach. In *International Journal of e-Collaboration* (Vol. 11, Issue 4).
- Kock, N. (2016). *Hypothesis testing with confidence intervals and P values in PLS-SEM.*
- Li, K. X., Jin, M., & Shi, W. (2018). Tourism as an important impetus to promoting economic growth: A critical review. *Tourism Management Perspectives*, 26, 135–142. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.10.002>
- Mahendra Prastya, N., Muthia Maharani, B., & Nuraini Dewi Kodrat Ningsih, I. (2023). Instagram usage in destination branding through sports event: Study of Mandalika 2021 World Superbike. *Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 9(1). <http://journal.ubm.ac.id/>
- Mas Nugroho, A., & Pradini, G. (2022). *The Effect of Successful City Branding and MotoGP Tourism Events on Tourists' Decision to Revisit Mandalika.* <https://doi.org/10.33258/birci.v5i3.6280>
- Nafisah, A., Dinda Wahyuni, A., & Septiana. (2024). *Kajian Tentang Potensi dan Dampak Pengembangan Pariwisata di Mandalika, Kabupaten Lombok Tengah.* <https://jurnal.fe.unram.ac.id/index.php/jimpar/index>
- Nora Dzulvawan. (2025). *LOMBOK TENGAH REGENCY IN FIGURES 2025.* 43, 179. <https://share.google/ugGnt07kBKnmZXJB>
- Octova Seventilofa. (2024). *STRATEGIC POLICIES OF THE WEST LOMBOK REGIONAL GOVERNMENT IN INCREASING TOURIST INTEREST TO REVISIT THE SENGGIGI AREA AND ITS SURROUNDINGS [Kebijakan Strategis Pemerintah Daerah Lombok Barat Dalam Meningkatkan Minat Wisatawan untuk Berkunjung Kembali ke Kawasan Senggigi dan Sekitarnya] I Gusti Ngurah Octova Seventilofa.* <https://jurnal.yalamqa.com/index.php/pesolah>

- Perceka, J., Drianawati, S., & Undang, G. (2023). *DIPLOMASI MOTOGP MANDALIKA DALAM MENINGKATKAN PARIWISATA TERHADAP NATION BRANDING INDONESIA* (Vol. 01, Issue 1).
- Permadi, L. A., Tara, N. A. A., & Septiani, E. (2024). Analysis of marketing strategies in the context of revitalizing the tourist destination of Senggigi West Lombok. *SHS Web of Conferences*, 182, 04011. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202418204011>
- Rachmat Widjaja, H., Rizkiyah, P., Fahlevi Royanow, A., Mutiara Lemy, D., & Brian, R. (2023). *THE ECONOMIC IMPACT OF TOURISM DEVELOPMENT IN MANDALIKA LOMBOK INDONESIA O IMPACTO ECONÓMICO DO DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO EM MANDALIKA LOMBOK INDONÉSIA RESUMO*. <https://doi.org/10.55909/sdgs.v11i9.994>
- Ravago, M. L. V., Fabella, R. V., Jandoc, K. R. L., Frias, R. G., & Magadia, J. K. P. (2021). Gauging the market potential for natural gas among Philippine manufacturing firms. *Energy*, 237. <https://doi.org/10.1016/j.energy.2021.121563>
- Rifai, H., Lukman, K. M., Quevedo, J. M. D., Francis, P., Sjafrie, N. D. M., Triyono, Mckenzie, L., Hidayat, R., Nugraha, A. H., Kuriandewa, T. E., Suryawati, S. H., Prayudha, B., Suraji, S., Risandi, J., & Hernawan, U. E. (2024). Understanding stakeholders' perception on developing seagrass-associated tourism: Evidence from marine protected areas of Bintan Island, Indonesia. *Marine Pollution Bulletin*, 209. <https://doi.org/10.1016/j.marpolbul.2024.117063>
- Rönkkö, M., & Cho, E. (2022). An Updated Guideline for Assessing Discriminant Validity. *Organizational Research Methods*, 25(1), 6–14. <https://doi.org/10.1177/1094428120968614>
- Ruiz-Real, J. L., Uribe-Toril, J., & Gázquez-Abad, J. C. (2020). Destination branding: Opportunities and new challenges. *Journal of Destination Marketing and Management*, 17. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100453>
- Satiadji, A. R., Ali Muhtasom, Lilik Hidayati, Ardhana, V. Y. P., & Mohammad Javed Equbal. (2024). Super Priority Destination Mandalika: Quality of Sport Tourism Services. *Pusaka : Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event*, 265–274. <https://doi.org/10.33649/pusaka.v6i2.156>
- Satrio, M. A. (2021). Upaya Pemerintah Indonesia dalam Meningkatkan Pariwisata Mandalika Melalui Kerangka Branding “Wonderful Indonesia.” In *Indonesian Perspective* (Vol. 6, Issue 1).
- Šegota, T., Mihalič, T., & Perdue, R. R. (2024). Resident perceptions and responses to tourism: individual vs community level impacts. *Journal of Sustainable Tourism*, 32(2), 340–363. <https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2149759>
- Shang, F., Goh, H. C., & Masud, M. M. (2025). Stakeholder perceptions of tourism's impacts on the ecological environment of island destinations based on a systematic review and meta-analysis. *Scientific Reports*, 15(1). <https://doi.org/10.1038/s41598-025-05196-6>
- Shela, V., Ramayah, T., Aravindan, K. L., Ahmad, N. H., & Alzahrani, A. I. (2023). Run! This road has no ending! A systematic review of PLS-SEM application in strategic management research among developing nations. *Heliyon*, 9(12). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e22476>
- Shmueli, G., Sarstedt, M., Hair, J. F., Cheah, J. H., Ting, H., Vaithilingam, S., & Ringle, C. M. (2019). Predictive model assessment in PLS-SEM: guidelines for using PLSpredict. *European Journal of Marketing*, 53(11), 2322–2347. <https://doi.org/10.1108/EJM-02-2019-0189>

- Stylidis, D. (2022). Exploring Resident–Tourist Interaction and its Impact on Tourists' Destination Image. *Journal of Travel Research*, 61(1), 186–201. <https://doi.org/10.1177/0047287520969861>
- Suherlan, H., Hidayah, N., Mada, W. R., Nurrochman, M., & Wibowo, B. (2020). Kemitraan Strategis Antar Stakeholder Dalam Pengembangan Desa Wisata Gubugklakah Kab. Malang, Jawa Timur. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 4(1), 59. <https://doi.org/10.22146/jpt.53303>
- Sulfardin, Fatmawati, Suheldi, R., Juniati, Zitri, I., Ali, M., & Jaelani, M. A. (2024). ENHANCING SENGGIGI AS A LOMBOK TOURISM DESTINATION: A DEVELOPMENT STRATEGY. *KOMUNITAS*, 15(1), 51–78. <https://doi.org/10.20414/komunitas.v15i1.9457>
- Susanti, B. E., Ngudiyono, N., & Muhajirah, M. (2022). Analysis of Development Planning for Infrastructure with Land Consolidation Concept in the Mandalika Special Economic Zone (SEZ). *Civilla: Jurnal Teknik Sipil Universitas Islam Lamongan*, 7(1), 25. <https://doi.org/10.30736/cvl.v7i1.774>
- Susanty, S., Murianto, & Tinggi, S., & Mataram, P. (2025). REVITALISASI PASAR SENI SENGGIGI SEBAGAI DESTINASI WISATA BUDAYA, LOMBOK BARAT. In *JRTour Journal Of Responsible Tourism* (Vol. 5, Issue 1).
- Tama, R. A. Z., Hoque, M. M., Liu, Y., Alam, M. J., & Yu, M. (2023). An Application of Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) to Examining Farmers' Behavioral Attitude and Intention towards Conservation Agriculture in Bangladesh. *Agriculture (Switzerland)*, 13(2). <https://doi.org/10.3390/agriculture13020503>
- Tarka, P. (2018). An overview of structural equation modeling: its beginnings, historical development, usefulness and controversies in the social sciences. *Quality and Quantity*, 52(1), 313–354. <https://doi.org/10.1007/s11135-017-0469-8>
- Urban, B., & Govender, T. (2024). An integrated PLS-SEM model on the interplay of antecedents and moderators driving corporate entrepreneurship activity in South Africa. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 20(4), 5–25. <https://doi.org/10.7341/20242041>
- Vaneka. (2024). *Tidak Mampu Bayar Hutang, Hotel Santosa Senggigi Dipailitkan*. Lombokpost.Com. [https://lombokpost.jawapos.com/giri-menang/1505059959/tidak-mampu-bayar-hutang-hotel-santosa-senggigi-dipailitkan?utm\\_source](https://lombokpost.jawapos.com/giri-menang/1505059959/tidak-mampu-bayar-hutang-hotel-santosa-senggigi-dipailitkan?utm_source)
- Wahyuni, S., Astuti, E. S., & Utari, K. M. (2013). Critical Outlook at Special Economic Zone in Asia: A Comparison Between Indonesia, Malaysia, Thailand and China. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 28(3).
- WEF. (2019). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019 Travel and Tourism at a Tipping Point*.
- WEF. (2022). *Travel & Tourism Development Index 2021 Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future M A Y 2 0 2 2*.
- Wu, D., Li, H., & Wang, Y. (2023). Measuring sustainability and competitiveness of tourism destinations with data envelopment analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(6). <https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2042699>
- Wulandari & Arsyad. (2023). *Wonderful Indonesia Dalam Pelaksanaan Moto Grand Prix Mandalika Tahun 2022 Wonderful Indonesia In Carrying Out The 2022 Mandalika Grand Prix Motto*.