

Pariwisata Indonesia: Peranannya dalam Perekonomian Nasional

Bimolaksono Bardosono, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20184738&lokasi=lokal>

Abstrak

Indonesia semakin giat menggalakkan peranan pariwisata untuk menunjang perekonomian nasional sejak tahun 1980-an. Investasi dan promosi dilakukan untuk mengantisipasi peningkatan kunjungan wisatawan. Skripsi ini mencoba untuk melihat dan menduga prospek pariwisata sebagai motor penggerak perekonomian nasional dan sebagai penghasil devisa terbesar Indonesia seperti apa yang telah ditetapkan dalam Rencana Pembangunan Jangka Panjang Tahap Kedua serta melihat dampak perekonomian dalam dan luar negeri terhadap perkembangan pariwisata nasional. Metode penelitian yang dilakukan adalah pertama-tama dengan menganalisa karakteristik wisatawan mancanegara (dari 13 negara asal wisatawan terbesar) dan kemudian menggunakan model makroekonomi struktural Tzong-Biau Lin - Yun-Wing Sung (1983). Model ini pada awalnya digunakan untuk menganalisa peranan pariwisata dalam perekonomian Hong Kong. Kemudian model ini disesuaikan dengan kondisikondisi perekonomian yang ada di Indonesia. Berdasarkan analisa karakteristik terlihat bahwa faktor yang mempengaruhi daya tarik wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke Indonesia adalah pendapatan per kapita dari penduduk negara asal wisatawan serta harga relatif berwisata di Indonesia. Hal tersebut diperkuat dan perhitungan dengan menggunakan model makroekonomi pariwisata. Perekonomian dalam negeri dapat dikatakan tidak mempunyai pengaruh terlalu besar dalam peningkatan daya tarik terhadap wisatawan mancanegara. Ini menunjukkan bahwa pengambil kebijakan tidak memiliki kemampuan yang cukup berarti untuk mengontrol pariwisata mancanegara. Karakteristik wisatawan mancanegara tersebut berarti bahwa selama ini wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia sebagian besar mencari liburan yang murah. Sedangkan dan sudut pandang penawaran, Indonesia tidak mempunyai keunikan khusus yang cukup kuat untuk menciptakan keterikatan bagi pengunjungnya. Hal ini ditunjukkan dengan kecilnya proporsi pengunjung mancanegara yang datang berulang dibandingkan dengan pengunjung yang pertama kali. Pesaing Indonesia dalam pariwisata, khususnya di Asia Tenggara, menawarkan produk yang serupa dengan Indonesia. Sehingga persaingan pada alchirnya terletak pada persaingan harga. Dilihat dari pengeluaran rata-rata wisatawan mancanegara, pengeluaran wisatawan yang bertujuan untuk berlibur mempunyai nilai terendah apabila dibandingkan dengan pengeluaran rata-rata wisatawan dengan tujuan lain, terutama tujuan bisnis. Pengeluaran rata-rata untuk tujuan bisnis mempunyai nilai tertinggi. Apabila Indonesia berhasil meningkatkan pariwisata MICE (meeting, incentive, convention dan exhibition), maka diharapkan dapat meningkatkan perolehan devisa dari sektor pariwisata.