

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
JUMLAH WISATAWAN INTERNASIONAL KE INDONESIA**

**TESIS**

**WITA YUNIAWATI  
0606156911**



**UNIVERSITAS INDONESIA  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM MAGISTER PERENCANAAN DAN KEBIJAKAN PUBLIK  
JAKARTA  
DESEMBER 2008**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
JUMLAH WISATAWAN INTERNASIONAL KE INDONESIA**

**TESIS**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Ekonomi

**WITA YUNIAWATI  
0606156911**



**UNIVERSITAS INDONESIA  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM MAGISTER PERENCANAAN DAN KEBIJAKAN PUBLIK  
KEKHUSUSAN EKONOMI GLOBALISASI  
JAKARTA  
DESEMBER 2008**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar

Nama : Wita Yuniawati

NPM : 0606156911

Tanda Tangan :



Tanggal : 24 Desember 2008

## HALAMAN PENGESAHAN


Tesis ini diajukan oleh

Nama : Wita Yuniawati  
NPM : 0606156911  
Program Studi : Magister Perencanaan dan Kebijakan Publik  
Judul Skripsi : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah  
Wisatawan Internasional ke Indonesia


Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Ekonomi pada Program Studi Magister Perencanaan dan Kebijakan Publik Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia

### DEWAN PENGUJI

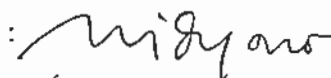
Pembimbing :

  
\_\_\_\_\_  
Riki Verico, MA

Penguji :

  
\_\_\_\_\_  
Dr. Djoni Hartono

Penguji :

  
\_\_\_\_\_  
Dr. Widyono Soetjipto

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 24 Desember 2008

## KATA PENGANTAR

Pariwisata berkontribusi terhadap perekonomian diantaranya dapat meningkatkan kesempatan berusaha dan kesempatan kerja, meningkatkan penerimaan pajak, meningkatkan pendapatan nasional, dan memberikan *multiflier effect* atas setiap nilai yang dibelanjakan oleh wisatawan di tempat tujuan wisata. Motif ekonomi diatas memotivasi tiap negara untuk mempromosikan diri sebagai negara tujuan wisata yang menarik didukung oleh kelengkapan fasilitas dan layanan pendukung.

Pariwisata di Indonesia merupakan salah satu sektor yang diharapkan terus berkembang dan berperan dalam pembangunan. Sayangnya, perkembangan pariwisata Indonesia belum menunjukkan hasil yang maksimal. Hal ini terlihat dari rendahnya jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia dan penerimaan yang diperoleh dari sektor pariwisata, bahkan jika pun dibandingkan dengan negara-negara ASEAN (Thailand, Malaysia, dan Singapura).

Penelitian ini mencoba melihat faktor apa yang sesungguhnya mempengaruhi jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia. Faktor-faktor yang dievaluasi mencoba melihat dari 2 sudut pandang yaitu dari sisi wisatawan dan dari sisi Indonesia sebagai negara tujuan wisata.

Saya meyakini bahwa penelitian ini jauh dari sempurna. Karenanya kritik dan saran untuk perbaikan sangat diharapkan. Bagaimanapun, Saya masih tetap berharap penelitian ini dapat bermanfaat untuk kalangan terkait.

Terwujudnya thesis ini, tentu saja tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Tulus hati, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Kiki Verico, MA selaku pembimbing dalam penyusunan thesis
2. Mbu & Yudi, *Only the Almighty God can repay your unlimited sincerity*
3. Apa, Dtin, Avi, Anis, Memey, Eno, Mufti, Yara, Atha, Arsa, *my soul so colorful because of u*
4. Mandala Manurung, ME , *your idea and support becomes things to be easier*

5. Teman-teman BOD, Mitsui, Tmedic, MPKP 15 Salemba, dan seluruh pihak yang tidak dapat dituliskan satu per satu

Jakarta, Desember 2008

Penulis



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wita Yuniawati  
NPM : 0606156911  
Program Studi : Magister Perencanaan dan Kebijakan Publik  
Departemen : Ilmu Ekonomi  
Fakultas : Ekonomi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Wisatawan Internasional ke Indonesia**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya tanpa meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Jakarta  
Pada tanggal 24 Desember 2008

Yang menyatakan



( Wita Yuniawati )

## ABSTRAK

Nama : Wita Yuniawati  
Program Studi : Magister Perencanaan dan Kebijakan Publik  
Judul : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Wisatawan Internasional ke Indonesia

Sektor pariwisata di Indonesia belum menunjukkan kinerja maksimal. Hal ini terlihat dari rendahnya jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia dibandingkan dengan jumlah wisatawan internasional yang berkunjung antar negara di dunia dan bahkan jika dibandingkan dengan negara sekawasan di Asia Tenggara (Malaysia, Thailand, dan Singapura).

Penelitian ini mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia dilihat dari 2 sisi yaitu sisi wisatawan dan sisi Indonesia sebagai negara tujuan wisata.

Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi data panel dengan pendekatan *fixed effect* terhadap 10 negara sebagai obyek penelitian (Singapura, Jepang, Malaysia, Australia, Taiwan, Korea selatan, Amerika Serikat, Jerman, Inggris, dan Belanda). Ke-10 negara tersebut adalah negara asal wisatawan yang berkontribusi besar terhadap kepariwisataan internasional di Indonesia. Penelitian menggunakan data tahun 1992-2006. Sebagai pelengkap, dilakukan juga analisis deskriptif berupa tabulasi dari penyebaran kuesioner yang dilakukan terhadap 30 responden wisatawan asing yang sedang dan pernah berkunjung ke Indonesia.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas dan variabel dummy dalam penelitian ini (PDB perkapita riil asal negara wisatawan periode 1 tahun sebelumnya, nilai tukar riil mata uang asal negara wisatawan terhadap Rupiah, jumlah wisatawan internasional dari masing-masing negara yang berkunjung ke Indonesia pada periode sebelumnya, infrastruktur jalan, tingkat pendidikan tertinggi jenjang SLTA yang ditamatkan penduduk Indonesia, keterbukaan ekonomi, anggaran pariwisata satu tahun sebelumnya, *travel warning*, dan bencana tsunami) berpengaruh signifikan secara statistik terhadap jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia. Dilihat dari tingkat perubahan antara variabel bebas terhadap variabel terikat menunjukkan bahwa faktor yang paling berpengaruh adalah infrastruktur jalan.

Kata kunci: jumlah wisatawan internasional yang berkunjung, infrastruktur jalan



## ABSTRACT

Name : Wita Yuniawati  
Study Program: Magister Perencanaan dan Kebijakan Publik  
Title : Determinant Factors of Inbound Tourism to Indonesia

Tourism sector in Indonesia haven't shown the good performance yet. This fact supported by low figure of inbound tourism to Indonesia compared to total inbound tourism in the world or even compared to South East Asian countries (Thailand, Malaysia, Singapore).

This research has identified which factors determined inbound tourism to Indonesia and evaluate based on 2 sides, namely, tourist side and Indonesia side as tourism destination country.

Research done by analysis of data panel regression with fixed effect approach to 10 countries (Singapore, Japan, Malaysia, Australia, Taiwan, South Korea, USA, German, UK, and Netherland). Those countries are the best ten contributors to Indonesia for inbound tourism in many years. Data has used for this research from 1992 to 2006. As compliments, this research also analyzed by descriptive analysis taken from questionnaire to 30 respondents as foreign residences who visiting and ever visited Indonesia.

The result finds that all independent and dummy variables from above 2 sides have statistically significant relation with inbound tourism to Indonesia. Those variables are GDP per capita real at one previous year from tourist country, real exchange rate, inbound tourism to Indonesia at one previous year, road infrastructure, the highest education level of tertiary school, openness of international trade, tourism budget at one previous year, travel warning, and tsunami disaster. The most determined factor for inbound tourism to Indonesia is road infrastructure.

Keywords: inbound tourism, road infrastructure

## DAFTAR ISI

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI JUMLAH WISATAWAN INTERNASIONAL KE INDONESIA .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GRAFIK.....	xiii
DAFTAR GRAFIK.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	6
1.3. Ruang Lingkup Penelitian.....	8
1.4. Tujuan Penelitian .....	9
1.5. Kerangka Pemikiran.....	9
1.6. Hipotesis Penelitian.....	11
1.7. Metode Penelitian.....	13
1.8. Sistematika Penulisan .....	14
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....	16
2.1. Pengertian Pariwisata .....	16
2.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kegiatan Pariwisata.....	18
2.2.1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kegiatan Pariwisata Dari Sisi Wisatawan .....	18
2.2.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kegiatan Pariwisata Dari Sisi Negara Tujuan Wisata/Penyedia.....	19
2.2.3. Faktor-faktor Lain yang Mempengaruhi Kegiatan Pariwisata...	22
2.3. Dampak Pariwisata Terhadap Perekonomian .....	22
2.3.1. Dampak Positif Pariwisata Terhadap Perekonomian.....	22
2.3.2. Dampak Negatif Pariwisata Terhadap Perekonomian .....	24
2.4. Penelitian Terdahulu .....	25
2.5. Pengertian Terhadap Indikator Penelitian.....	34
2.5.1 Produk Domestik Bruto per Kapita Riil.....	34
2.5.2 Nilai Tukar Riil .....	34
2.5.3. Infrastruktur Jalan .....	35
2.5.4. Kualitas Sumber Daya Manusia.....	35
2.5.5. Tingkat Keterbukaan Ekonomi .....	36
2.5.6. Anggaran Pariwisata .....	36
2.5.7. Travel Warning .....	36
2.5.7. Tsunami.....	37
BAB 3 GAMBARAN PENELITIAN.....	39

3.1.	Perkembangan Jumlah Wisatawan Internasional ke Indonesia .....	39
3.2.	Produk Domestik Bruto (PDB) Perkapita Riil Negara Asal Wisatawan	40
3.3.	Nilai Tukar Riil Mata Uang Asal Negara Wisatawan terhadap Rp .....	41
3.4.	Perkembangan Jalan Beraspal di Indonesia .....	43
3.5.	Tingkat Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan Penduduk Indonesia ..	44
3.6.	Tingkat Keterbukaan Ekonomi Indonesia Terhadap Perdagangan Internasional .....	45
3.7.	Anggaran Pariwisata di Indonesia.....	46
3.8.	<i>Travel Warning/Larangan Berkunjung ke Indonesia</i> .....	46
3.9.	Tsunami di Indonesia .....	47
<b>BAB 4</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>49</b>
4.1.	Model Penelitian .....	53
4.2.	Metode Analisis Regresi Data Panel.....	54
4.2.1.	Uji Kesesuaian Model Penelitian .....	57
4.2.2.	Uji Asumsi Klasik Model Penelitian .....	58
4.3.	Metode Analisis Deskriptif .....	63
<b>BAB 5</b>	<b>ANALISA DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>64</b>
5.1.	Hasil Penelitian Melalui Analisis Regresi.....	64
5.1.1.	Pengujian Kesesuaian Model .....	65
5.1.2.	Pengujian Asumsi Klasik .....	67
5.1.3.	Interpretasi Penelitian Melalui Analisis Regresi .....	67
5.1.4.	Pembahasan Hasil Penelitian Analisis Regresi .....	70
5.2.	Hasil Penelitian Melalui Analisis Deskriptif.....	81
5.2.1.	Pariwisata Indonesia Menurut Responden .....	87
5.2.2.	Pariwisata Indonesia dan Pariwisata di Asia Tenggara.....	89
<b>BAB 6</b>	<b>KESIMPULAN &amp; REKOMENDASI</b> .....	<b>94</b>
6.1.	Kesimpulan .....	94
6.2.	Rekomendasi .....	95
6.3.	Keterbatasan Penelitian .....	97
<b>DAFTAR REFERENSI</b>	.....	<b>99</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	Indikator Model Penelitian.....	50
Tabel 5.1.	Jenis Kelamin Responden .....	81
Tabel 5.2.	Usia Responden.....	82
Tabel 5.3.	Kebangsaan Responden .....	82
Tabel 5.4.	Alokasi Pendapatan Responden Untuk Kegiatan Pariwisata .....	82
Tabel 5.5.	Pilihan Responden Melakukan Kegiatan Pariwisata ke Indonesia .....	83
Tabel 5.6.	Pilihan Responden Melakukan Kegiatan Pariwisata Selain Ke Indonesia .....	83
Tabel 5.7.	Frekuensi Kunjungan Responden Ke Indonesia .....	83
Tabel 5.8.	Tujuan Kunjungan Responden yang Paling Sering ke Indonesia .....	84
Tabel 5.9.	Pilihan Responden Terhadap Akomodasi Selama di Indonesia.....	84
Tabel 5.10.	Pilihan Responden Terhadap Penerbangan ke Indonesia.....	84
Tabel 5.11.	Pendapat Responden Terhadap Harga Barang/Jasa di Indonesia .....	85
Tabel 5.12.	Pendapat Responden Terhadap Kondisi Infrastruktur di Indonesia.....	85
Tabel 5.13.	Referensi Responden Terhadap Kunjungan Pertamanya Ke Indonesia	85
Tabel 5.14.	Pendapat Responden Terhadap Kualitas Tenaga Kerja di Sektor Pariwisata .....	86
Tabel 5.15.	Pendapat Responden Mengenai Travel Warning Terhadap Kunjungannya ke Indonesia.....	86
Tabel 5.16.	Pendapat Responden Mengenai Bencana Alam Besar di Indonesia Terhadap Kunjungannya Ke Indonesia.....	86

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 1-1	Penerimaan Pariwisata Internasional di ASEAN 1995-2006.....	4
Grafik 1-2	Jumlah Wisatawan Internasional ke ASEAN 1995-2006.....	5
Grafik 1-3	Kerangka Pemikiran.....	11
Grafik 3-1	Jumlah Wisatawan Internasional ke Indonesia 1992-2006.....	35
Grafik 3-2	PDB Perkapita Riil Negara Wisatawan 1992-2006 .....	37
Grafik 3-3	Nilai Tukar Riil Mata Uang Negara Asal Wisatawan Terhadap Rupiah 1992-2006.....	38
Grafik 3-4	Panjang Jalan Beraspal di Indonesia 1992-2006.....	40
Grafik 3-5	Persentase Penduduk Indonesia Berijazah SLTA 1992-2006.....	41
Grafik 3-6	Tingkat Keterbukaan Ekonomi Indonesia Terhadap Perdagangan Internasional 1992-2006.....	42
Grafik 3-7	Anggaran Pariwisata Berdasarkan APBN 1992-2006 .....	44
Grafik 5-1	<i>Travel Warning</i> Terhadap Jumlah Wisatawan Internasional 2000-2001 .....	86

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Hasil Kuesioner .....	103
Lampiran 2	Form Kuesioner.....	104
Lampiran 3	Hasil Analisis Regresi.....	106



# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pariwisata internasional merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang mengalami pertumbuhan di seluruh dunia. Tahun 1950 jumlah wisatawan internasional di dunia hanya 25 juta orang dengan jumlah penerimaan sebesar USD2 milyar.<sup>1</sup> Jumlah wisatawan antar negara di dunia dan penerimaan sektor pariwisata mengalami peningkatan setiap tahunnya. Organisasi Pariwisata Dunia yang bernama *United Nation World Tourism Organization (UNWTO)* mencatat jumlah wisatawan internasional pada tahun 2006 mencapai 842 juta orang dengan total penerimaan yang diperoleh sebesar USD 735 milyar. Organisasi ini bahkan memprediksi bahwa jumlah wisatawan internasional (*inbound tourism*) di seluruh dunia pada tahun 2010 adalah 1,05 milyar orang dan bahkan 1,6 milyar orang pada tahun 2020.<sup>2</sup>

Pariwisata berpotensi untuk terus tumbuh mengingat kemajuan teknologi khususnya teknologi transportasi dan komunikasi yang berkembang pesat sehingga jarak antar negara dapat ditempuh lebih cepat, meluasnya bisnis lintas negara, adanya peluang individu untuk memperoleh peningkatan pendapatan, dan keinginan untuk menambah wawasan dengan menikmati keindahan alam di berbagai tempat/negara lain.

Pertumbuhan pariwisata di dunia disikapi oleh banyak negara dengan menawarkan berbagai bentuk pariwisata yang semakin menarik serta didukung oleh kelengkapan fasilitas agar menjadi negara yang dikunjungi oleh banyak wisatawan internasional. Salah satu motivasi utama tiap negara untuk

---

<sup>1</sup> Cazes, George. *Tourism Major Economics Stakes, Japan Railway and Transport Review* No. 15  
<<http://www.jtrr.net>>

<sup>2</sup> World Tourism Organization. *UNWTO World Tourism Barometer* 15:2, Juni 2007  
<<http://www.unwto.org>>

mempromosikan diri sebagai negara tujuan pariwisata adalah sebagai sumber pendapatan bagi perekonomian. Semakin banyak jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke negaranya, maka peluang untuk memperoleh penerimaan dari sektor pariwisata akan semakin besar, begitu pula dengan *multiflier effect* yang dihasilkan dari kegiatan pariwisata terhadap perekonomian.

Pariwisata berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi di banyak negara, termasuk negara maju. Bahkan, dalam kenyataannya, kelompok negara majulah yang mendominasi pendapatan yang diperoleh dari industri pariwisata dunia. Data organisasi pariwisata dunia selalu mencatatkan Amerika Serikat, Spanyol, Prancis, Itali, Jerman, Inggris, Austria, Swiss dan China sebagai negara berpendapatan terbesar dalam sektor pariwisata di dunia.<sup>3</sup>

Pariwisata di Indonesia merupakan salah satu sektor yang diharapkan terus berkembang dan berperan dalam pembangunan. Sedari awal pemerintah mencoba mengembangkan sektor pariwisata sesuai Instruksi Presiden RI Nomor 9 Tahun 1969, khususnya Bab II Pasal 3 yang menyatakan bahwa pengembangan pariwisata Indonesia bertujuan untuk meningkatkan pendapatan devisa negara, meningkatkan pendapatan masyarakat, memperluas kesempatan kerja, mendorong kegiatan industri penunjang lainnya, mengenalkan sekaligus memberdayakan keindahan alam dan kebudayaan Indonesia, serta meningkatkan persaudaraan/persahabatan baik dalam lingkup nasional dan internasional.<sup>4</sup> Berbagai produk hukum mengenai kepariwisataan kemudian diterbitkan di tahun-tahun setelahnya dengan tujuan agar kepariwisataan dapat dikelola dengan baik sehingga menjadi sumber pendapatan potensial bagi Indonesia.

Indonesia memiliki berpotensi untuk mengembangkan sektor pariwisata jika dilihat dari kondisi alam yang dimilikinya yaitu sebagai negara kepulauan,

<sup>3</sup> World Tourism Organization. *UNWTO World Tourism Barometer* 15:2, Juni 2007  
<<http://www.unwto.org>>

<sup>4</sup> Yoeti, Oka A. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung : Angkasa, 1987



beriklim tropis, memiliki keragaman flora dan fauna yang memperkaya isi daratan dan lautannya, serta keragaman budaya. Data *World Economic Forum* 2008 mengenai kepariwisataan di dunia masih menempatkan Indonesia sebagai negara yang memiliki keindahan alam yang menarik sebagai faktor potensial untuk mengembangkan sektor pariwisata.<sup>5</sup>

Upaya untuk mengembangkan sektor pariwisata khususnya pariwisata internasional di Indonesia ternyata hingga saat ini masih belum menunjukkan hasil yang maksimal. Di tahun 2006, hanya 4,9 juta wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia atau sekitar 0,6% dari jumlah wisatawan internasional yang melakukan perjalanan wisata di seluruh dunia di tahun tersebut. Pendapatan Indonesia dari sektor pariwisata internasional di tahun tersebut pun hanya sekitar USD 4,4 milyar atau 0,6% dari total pendapatan pariwisata internasional di seluruh dunia. Sebagai perbandingan, jumlah negara tertinggi yang dikunjungi wisatawan internasional di tahun tersebut adalah Prancis dengan 79,1 juta wisatawan internasional yang berkunjung dan negara yang menerima pendapatan terbesar dari sektor pariwisata internasional adalah Amerika Serikat dengan jumlah USD 85,7 milyar.<sup>6</sup>

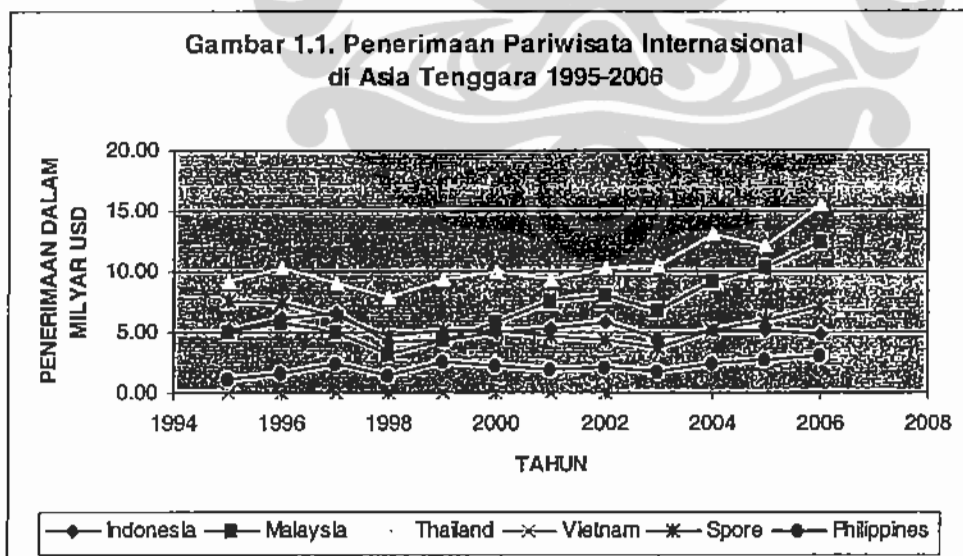
Pesaing utama Indonesia dalam pariwisata internasional bukanlah negara-negara maju yang telah memiliki infrastruktur yang lebih lengkap dan berteknologi tinggi, memiliki biaya promosi yang jauh lebih besar, sumber daya manusia di bidang kepariwisataan yang lebih handal, produk pariwisata yang beraneka ragam yang dikemas lebih menarik. Pesaing utama Indonesia dalam pariwisata Internasional adalah negara-negara sekawasan di Asia Tenggara yang memiliki kesamaan sebagai negara berkembang (kecuali Singapura yang merupakan negara maju) dan sebagai negara yang sama-sama memiliki iklim tropis yang secara alami memiliki keindahan alam yang tidak terlalu menunjukkan perbedaan.

<sup>5</sup> Travel & Tourism Competitiveness Report 2008 <<http://www.weforum.org>>

<sup>6</sup> World Tourism Organization. *UNWTO World Tourism Barometer* 15:2, Juni 2007 <<http://www.unwto.org>>

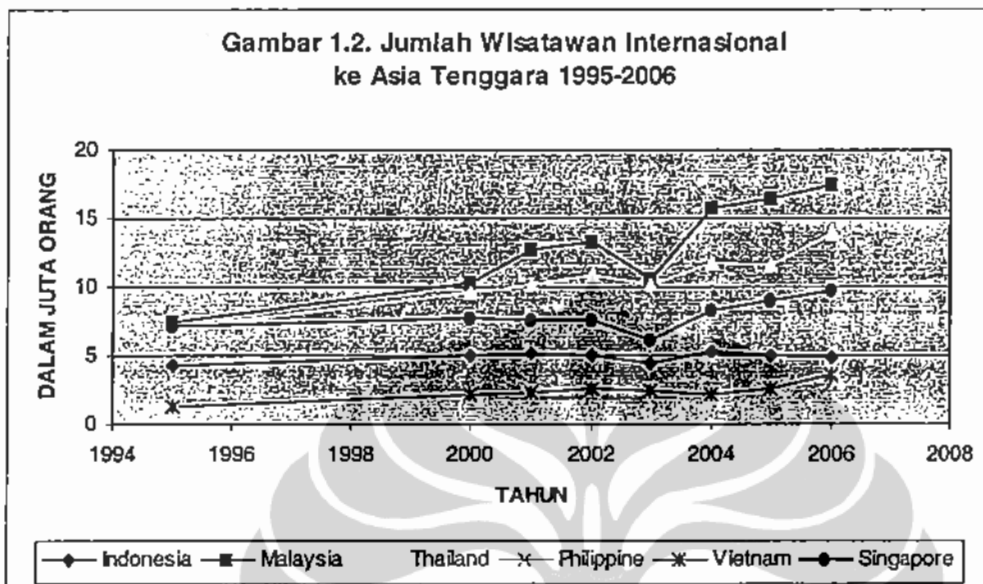
Data organisasi pariwisata dunia mengenai kepariwisataan di kawasan Asia Tenggara dalam beberapa tahun terakhir ini, mencatatkan bahwa Indonesia selalu menempati posisi terendah dalam jumlah kunjungan wisatawan internasional dibandingkan Malaysia, Singapura dan Thailand. Bahkan, di tahun 2006, ketika penerimaan pariwisata internasional Indonesia hanya memperoleh USD4,4 milyar, Thailand memperoleh pendapatan dari pariwisata internasional sebesar USD12,4milyar, jauh lebih tinggi dari Malaysia yang mendapatkan USD9,6milyar dan Singapura sebesar USD7,1milyar. Hal yang cukup mengejutkan adalah Vietnam yang telah dikunjungi 3,6 juta wisatawan internasional pada tahun 2006 dengan penerimaan sebesar USD 3,2 milyar dan berpotensi untuk menjadi negara tujuan wisata yang mulai banyak diminati dan bahkan memiliki kemungkinan untuk menyusul Indonesia dalam hal jumlah wisatawan internasional yang berkunjung di tahun-tahun mendatang.<sup>7</sup>

Jelasnya, mengenai posisi pariwisata Indonesia jika dilihat dari jumlah penerimaan dan jumlah wisatawan yang berkunjung dibandingkan dengan negara Asia Tenggara lainnya digambarkan sebagai berikut.



Sumber : Tourism Receipt International (May 2008). <http://www.data.un.org>

<sup>7</sup> World Tourism Organization. *UNWTO World Tourism Barometer* 6:1, Jan 2008 <<http://www.unwto.org>>



Sumber : Tourist Arrivals by Region of Origin (May 2008). <http://www.data.un.org>

Kenyataan yang menunjukkan bahwa masih rendahnya jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia sehingga berpengaruh terhadap rendahnya penerimaan pariwisata internasional di Indonesia, seolah mengesankan pariwisata Indonesia masih belum dikembangkan secara maksimal. Namun demikian, kesempatan Indonesia untuk terus memperbaiki sekaligus mengembangkan sektor pariwisata internasional masih terbuka lebar mengingat prediksi *United Nation World Tourism Organization (UNWTO)* yang menyatakan bahwa sampai tahun 2020, kawasan Asia Pasifik akan menerima jumlah kunjungan wisatawan internasional sebesar 397 juta orang.<sup>8</sup> Oleh karena itu, upaya mengembangkan sektor pariwisata perlu dilakukan dengan merancang kebijakan yang terencana, terpadu dan dapat menghadapi perubahan di masa mendatang.

<sup>8</sup> World Tourism Organization. *UNWTO World Tourism Barometer* 15:2, Juni 2007  
<<http://www.unwto.org>>

## 1.2. Perumusan Masalah

Rendahnya jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia dibandingkan dengan jumlah wisatawan yang berkunjung ke seluruh dunia, dan bahkan ke negara sekawasan di Asia Tenggara (Malaysia, Singapura, dan Thailand) menyebabkan masih rendahnya penerimaan pariwisata internasional bagi Indonesia. Hal tersebut selayaknya menjadikan Indonesia untuk terus berbenah dalam merancang kebijakan pengembangan kepariwisataan. Catatan lain menunjukkan bahwa program promosi pariwisata *Visit Indonesia Year 2008*, bahkan gemanya tidak terlalu terdengar baik di tingkat nasional maupun internasional sehingga target *Visit Indonesia Year 2008* sebanyak 7 juta wisatawan internasional dan akan menyumbang devisa sebesar USD6,4milyar, seolah masih jauh dari harapan. Data Badan Pusat Statistik (BPS) awal Agustus 2008 menyatakan bahwa jumlah kumulatif wisatawan internasional dari bulan Januari hingga Juni 2008 baru mencapai 2,9 juta orang.<sup>9</sup>

Untuk mengkaji rendahnya jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia, maka penelitian ini mencoba mengupas dari 2 sudut pandang yaitu dari sisi wisatawan yang berkunjung ke Indonesia dan Indonesia sebagai negara tujuan wisata/penyedia pariwisata. Sudut pandang wisatawan mengidentifikasi bahwa keputusan untuk melakukan kegiatan pariwisata dipengaruhi oleh harga dan pendapatan yang dimilikinya.<sup>10</sup> Sementara itu, dari sudut pandang negara tujuan wisata, untuk mengembangkan sektor pariwisata harus memiliki faktor sumber daya alam/lingkungan, pembangunan infrastruktur dasar, transportasi, tingkat pelayanan serta kebudayaan yang dimiliki.<sup>11</sup> Namun demikian, pariwisata selalu tergantung pada nilai dan

<sup>9</sup> Badan Pusat Statistik. *Perkembangan Pariwisata dan Transportasi Nasional Juni 2008*. 1 Agustus 2008 <<http://www.bps.go.id>>.

<sup>10</sup> Song, Haiyan dan Stephen, Witt F. *Tourism Demand Modeling & Forecasting, Modern Econometric Approaches: Annals of Tourism Research* 28:4 (2001)

<sup>11</sup> Gabriela, Pascario C dan Dragon, Gabriela. *The Role of Public Private Partnership in The Sustainable Development of The Rural Tourist Destination*. Romania: Dept of Economics Univ Alexandro Bucharest. <<http://www.ersa.org>>

persepsi yang diterima oleh masing-masing wisatawan.<sup>12</sup> Pariwisata juga selalu melibatkan pendekatan kognitif/pengalaman pribadi disamping pendekatan *ideographic*/tempat tujuan wisata serta fasilitasnya, dan pendekatan organisasi berupa kerjasama antara obyek-obyek yang memiliki daya tarik.<sup>13</sup>

Selain terdapat 2 sisi yang harus dikaji dalam pengembangan kepariwisataan (wisatawan/konsumen dan penyedia pariwisata), UNWTO menyebutkan bahwa masih terdapat faktor lain yang juga mempengaruhi kunjungan wisatawan internasional ke suatu negara. Faktor tersebut bukan merupakan rancangan wisatawan dan negara tujuan wisata. Faktor yang dimaksud misalnya kenaikan harga avtur, isu-isu dibidang kesehatan, bencana alam, dan tingkat keamanan termasuk terorisme.<sup>14</sup>

Untuk kasus Indonesia, hal lain yang seringkali diungkapkan di beberapa media massa bahwa salah satu pemicu kurang berkembangnya sektor pariwisata di Indonesia adalah rendahnya anggaran pemerintah di sektor pariwisata termasuk untuk pengembangan pemasaran/promosi.

Paparan di atas menghasilkan rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Dari sisi wisatawan, apakah terdapat pengaruh antara pendapatan perkapita riil negara asal wisatawan, harga barang/jasa di Indonesia, dan jumlah wisatawan yang berkunjung dari masing-masing negara pada periode sebelumnya terhadap jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia?
2. Dari sisi Indonesia sebagai negara tujuan wisata, apakah terdapat pengaruh antara pembangunan infrastruktur jalan beraspal, tingkat pendidikan tertinggi jenjang SLTA yang ditamatkan penduduk, tingkat keterbukaan ekonomi terhadap perdagangan internasional, jumlah anggaran pemerintah

<sup>12</sup> Opperman, Martin. *Travel Life Cycle: Annals of Tourism Research* Vol 22, 1995

<sup>13</sup> Lew, Anthony A. *A Model of Tourist Attraction Research: Annals of Tourism Research* Vol 14 (1987) <<http://www.jtr.sagepub.com>>

<sup>14</sup> World Tourism Organization. *UNWTO World Tourism Barometer* 6:1, Jan 2008 <<http://www.unwto.org>>

pada sektor pariwisata, *travel warning*, dan faktor bencana tsunami terhadap jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia?

### 1.3. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia menggunakan data tahun 1992-2006. Terbatasnya durasi waktu penelitian dikarenakan kekuranglengkapan data diluar periode tersebut yang dapat penulis kumpulkan. Selain itu, kurun waktu 15 tahun diharapkan cukup menunjukkan kedinamisan pengembangan kepariwisataan internasional di Indonesia dilihat dari sisi wisatawan yang berkunjung, pembangunan di Indonesia yang mendukung kegiatan kepariwisataan, dan kondisi lain yang dialami Indonesia yaitu bencana tsunami dan *travel warning* yang terjadi diluar keinginan Indonesia sebagai negara penyedia pariwisata.

Penelitian ini juga dibatasi pada asal negara wisatawan yang diteliti yaitu hanya 10 negara yang berkontribusi besar terhadap pariwisata Indonesia (Singapura, Jepang, Malaysia, Australia, Taiwan, Korea Selatan, Amerika Serikat, Inggris, Jerman, dan Belanda). Selama periode penelitian, jumlah wisatawan internasional dari 10 negara tersebut berkontribusi sekitar 80% dari total jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia setiap tahunnya.

Variabel terikat pada penelitian ini adalah jumlah wisatawan yang berkunjung. Sementara itu, variabel bebasnya adalah pendapatan perkapita riil negara asal wisatawan satu tahun sebelumnya, nilai tukar riil mata uang asal negara wisatawan terhadap Rp, jumlah wisatawan dari masing-masing negara pada 1 tahun sebelumnya, panjang jalan beraspal di Indonesia, tingkat pendidikan tertinggi penduduk yang menamatkan SLTA, tingkat keterbukaan ekonomi Indonesia dalam perdagangan internasional, dan jumlah anggaran pariwisata dalam periode satu tahun sebelumnya. Variabel dummy yang

digunakan dalam penelitian ini adalah *travel warning* ke Indonesia yang diterbitkan oleh beberapa Negara dan tsunami yang terjadi di Indonesia.

#### 1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah terjawabnya pertanyaan dalam perumusan masalah yaitu:

1. Dari sisi wisatawan, apakah terdapat pengaruh antara pendapatan perkapita riil negara asal wisatawan, nilai tukar riil, dan jumlah wisatawan yang berkunjung dari masing-masing negara pada periode sebelumnya terhadap jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia?
2. Dari sisi Indonesia sebagai negara tujuan wisata, apakah terdapat pengaruh antara pembangunan infrastruktur jalan beraspal, tingkat pendidikan tertinggi penduduk yang menamatkan SLTA, tingkat keterbukaan ekonomi terhadap perdagangan internasional, jumlah anggaran pariwisata, *travel warning*, dan bencana tsunami terhadap jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia?

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi ilmu pengetahuan, khususnya sebagai referensi tambahan dalam menentukan kebijakan sektor pariwisata di Indonesia.

#### 1.5. Kerangka Pemikiran

Seperti dijelaskan dalam perumusan masalah, memahami pariwisata dari sisi wisatawan akan diawali dari suatu keputusan individu yang dibatasi oleh pendapatan dan harga. Sedangkan dari sisi negara tujuan wisata, teori perdagangan menjadi dasar untuk menekankan pentingnya keunggulan komparatif yang dilakukan oleh suatu negara agar produk exportnya dapat bersaing dibandingkan negara lain.

Dalam kegiatan pariwisata, keindahan alam tidak selalu menjadi persyaratan mutlak bahwa negara tersebut menarik untuk dikunjungi, melainkan negara tujuan wisata harus dapat memadukannya dengan komponen

Universitas Indonesia

infrastruktur, transportasi, tingkat pelayanan, kebudayaan/nilai sejarah yang dimiliki, kepastian hukum, kondisi politik yang kondusif, dan koordinasi antara pemerintah, swasta, dan partisipasi masyarakat di negara tujuan wisata.

Hal yang tidak seharusnya terlewatkan adalah pariwisata merupakan kegiatan yang selalu didasari oleh persepsi konsumen terhadap suatu tempat, semakin banyak orang yang berkunjung ke suatu tempat tujuan wisata seringkali menjadi indikator sederhana bahwa tempat tersebut menarik untuk dikunjungi. Keputusan untuk mengunjungi suatu tempat tujuan wisata pun seringkali didasari atas pengalaman masa lalu, teman, keluarga, dan sumber promosi lainnya. Selain itu, salah satu tujuan melakukan kegiatan pariwisata dari sisi konsumen adalah mencari kesenangan dan ketenangan, sehingga faktor keamanan dan kenyamanan merupakan faktor penting yang mutlak tersedia di negara tujuan wisata.

Pembuatan kerangka berpikir dalam penelitian ini pun berdasarkan pada penelitian sebelumnya mengenai pengembangan sektor pariwisata yang melibatkan sisi wisatawan dan negara tujuan wisata. Beberapa penelitian terdahulu menyatakan bahwa variabel terikat dari penelitian pariwisata internasional adalah jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke suatu negara. Sedangkan variabel bebas yang digunakan terbagi menjadi dua kategori yaitu dari sisi wisatawan dan negara tujuan wisata. Variabel bebas dari sudut pandang wisatawan yaitu pendapatan, harga, dan persepsi wisatawan internasional yang telah mengunjungi Indonesia. Variabel bebas dari sudut pandang negara tujuan wisata yang umumnya digunakan adalah tingkat pendidikan, kapasitas hotel, jumlah penanaman modal asing, nilai *purchasing power parity*, pembangunan infrastruktur, tingkat harapan hidup, dan rasio perdagangan terhadap Produk Domestik Bruto.<sup>15</sup>

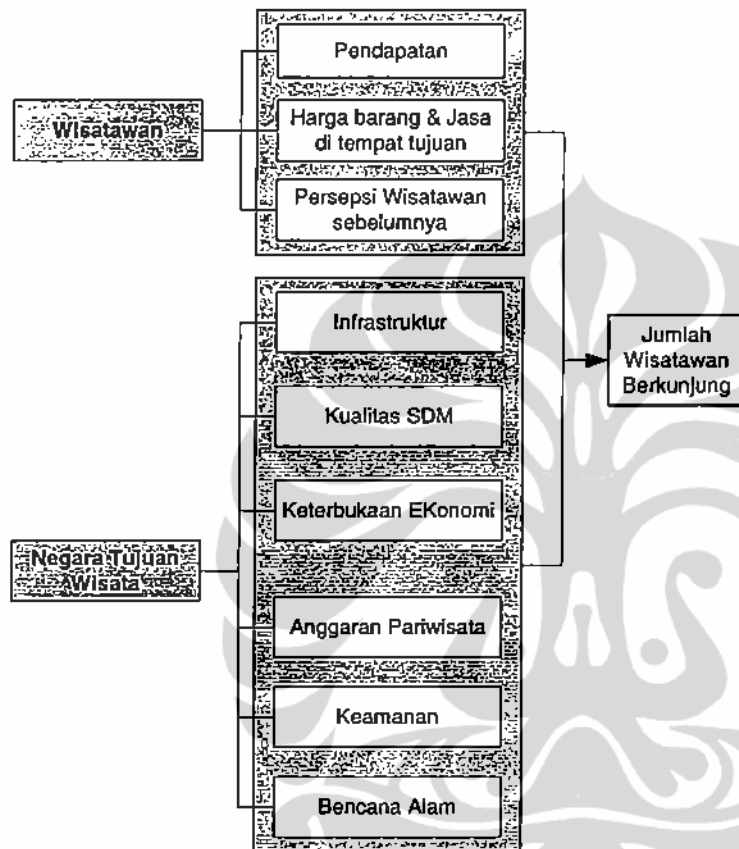
---

<sup>15</sup> Proenca, Sara A dan Soukiazis, Elias. *Demand for Tourism in Portugal : A Panel Data Approach*, 2005 <<http://www.fe.uc.pt/ceue>>



Lengkapnya, kerangka pemikiran dalam penelitian ini dijelaskan dalam gambar berikut.

**Gambar 1.3. Kerangka Pemikiran**



### 1.6. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan literatur ekonomi dan penelitian sebelumnya, maka penelitian yang akan dilakukan memiliki hipotesis sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif antara PDB perkapita riil negara asal wisatawan pada periode satu tahun sebelumnya (variabel bebas) terhadap jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia (variabel terikat). Jika PDB perkapita riil negara asal wisatawan pada satu tahun sebelumnya meningkat, maka jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia juga akan meningkat.

2. Terdapat pengaruh negatif antara nilai tukar riil mata uang negara asal wisatawan terhadap Rupiah (variabel bebas) dengan jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia (variabel terikat). Jika nilai tukar riil mata uang negara asal wisatawan terhadap Rupiah menguat yang mengindikasikan harga barang/jasa di Indonesia lebih murah dibandingkan dengan negara asal wisatawan, maka jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia akan bertambah
3. Terdapat pengaruh positif antara kunjungan wisatawan internasional dari masing-masing negara asal wisatawan pada periode sebelumnya (variabel bebas) terhadap jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia (variabel terikat). Jika jumlah wisatawan internasional dari masing-masing negara asal wisatawan meningkat pada tahun sebelumnya, maka jumlah wisatawan internasional yang berkunjung di tahun berjalan akan meningkat juga.
4. Terdapat pengaruh positif antara pembangunan infrastruktur, dalam penelitian ini yaitu panjang jalan beraspal (variabel bebas) terhadap jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia (variabel terikat). Jika panjang jalan beraspal di Indonesia meningkat, maka jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia akan meningkat
5. Terdapat pengaruh positif antara tingkat pendidikan tertinggi yang ditamatkan penduduk pada jenjang SLTA (variabel bebas) terhadap jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia (variabel terikat). Jika tingkat pendidikan tertinggi yang ditamatkan penduduk Indonesia pada jenjang SLTA meningkat, maka jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia akan meningkat.
6. Terdapat pengaruh positif antara tingkat keterbukaan ekonomi Indonesia (variabel bebas) terhadap jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia (variabel terikat). Jika perekonomian Indonesia semakin terbuka terhadap perdagangan internasional, maka jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia akan meningkat.

Universitas Indonesia

7. Terdapat pengaruh positif antara anggaran pariwisata pada periode satu tahun sebelumnya (variabel bebas) terhadap jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia (variabel terikat). Jika anggaran pariwisata meningkat, maka jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia akan meningkat.
8. *Travel warning* yang diterbitkan oleh negara asal wisatawan berpengaruh dalam menurunkan jumlah wisatawan internasional dari negara tersebut untuk berkunjung ke Indonesia.
9. Bencana tsunami berpengaruh dalam menurunkan jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia.

#### 1.7. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi data panel dengan pendekatan *fixed effect*. Observasi penelitian dilakukan pada 10 negara yang berkontribusi besar dalam mendatangkan wisatawan internasional ke Indonesia. Negara-negara tersebut adalah Singapura, Jepang, Malaysia, Australia, Taiwan, Korea Selatan, Amerika Serikat, Inggris, Jerman, dan Belanda. Penelitian menggunakan data tahun 1992-2006. Variabel terikat pada penelitian ini adalah jumlah wisatawan yang berkunjung. Sementara itu, variabel bebasnya adalah pendapatan perkapita riil negara asal wisatawan pada periode 1 tahun sebelumnya, nilai tukar riil mata uang asal negara wisatawan terhadap Rupiah, jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia dari masing-masing negara pada periode satu tahun sebelumnya, panjang jalan beraspal di Indonesia, tingkat pendidikan tertinggi penduduk Indonesia jenjang SLTA, tingkat keterbukaan ekonomi Indonesia, dan jumlah anggaran sektor pariwisata pada periode satu tahun sebelumnya. Penelitian ini menggunakan 2 variabel dummy yaitu *travel warning* dari negara asal wisatawan ke Indonesia dan bencana tsunami. Pengumpulan data sekunder diperoleh melalui sumber-sumber berikut ini:

Universitas Indonesia

- a. Data jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia diperoleh dari Departemen Kebudayaan dan Pariwisata tahun 2006.
- b. Data Produk Domestik Bruto perkapita riil diperoleh dari *IMF World Economic Outlook Database* Apr 2008.
- c. Data nilai tukar riil diperoleh dari *IMF World Economic Outlook Database* Apr 2008.
- d. Data perkembangan jalan beraspal diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) 1992-2006.
- e. Data tingkat pendidikan tertinggi jenjang SLTA yang ditamatkan penduduk diperoleh dari Badan Pusat Statistik tahun 1990-2006
- f. Data tingkat keterbukaan ekonomi diperoleh dari *Key Indikator* Asian Development Bank (ADB) tahun 2007.
- g. Data anggaran pariwisata diperoleh dari laporan APBN dan Nota Keuangan tahun 1992-2006.
- h. Data travel warning diperoleh dari website Departemen Luar Negeri Republik Indonesia dan website masing-masing negara pemberi travel warning (Amerika Serikat, Australia, dan Inggris)
- i. Data tsunami diperoleh dari website Wikipedia

Selain melalui analisis regresi, penelitian ini juga dilengkapi dengan analisis deskriptif berupa pendapat dari 30 responden wisatawan internasional yang pernah/sedang melakukan kegiatan pariwisata di Indonesia melalui kuesioner. Analisis deskriptif yang dilakukan hanya berupa tabulasi data.

### 1.8. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab 1 Pendahuluan terdiri dari latar belakang, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, maksud dan tujuan penelitian, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab 2 Tinjauan Kepustakaan mengenai pengertian pariwisata, faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan dari sisi wisatawan dan negara tujuan wisata, dampak positif dan negatif pariwisata terhadap perekonomian, dilengkapi juga dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang menjadi referensi bagi penelitian ini, serta pengertian terhadap variabel penelitian.

Bab 3 Gambaran Penelitian mengenai perkembangan jumlah wisatawan internasional ke Indonesia, PDB perkapita riil negara asal wisatawan, nilai tukar riil mata uang negara asal wisatawan terhadap Rp, perkembangan panjang jalan beraspal di Indonesia, tingkat pendidikan tertinggi penduduk Indonesia yang menamatkan SLTA, tingkat keterbukaan ekonomi Indonesia, perkembangan anggaran pariwisata, *travel warning* ke Indonesia, dan gambaran tsunami di Indonesia.

Bab 4 Metodologi Penelitian berisi mengenai model penelitian melalui analisis regresi data panel dan metode analisis deskriptif.

Bab 5 Analisa dan Pembahasan mengenai hasil penelitian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia berdasarkan data dari berbagai sumber yang diolah melalui pendekatan analisis regresi data panel dan dilengkapi dengan analisis deskriptif. Sebagai tambahan, disajikan perbandingan pembangunan sektor pariwisata Indonesia terhadap negara sekawasan di Asia Tenggara (Singapura, Malaysia, Thailand, dan Vietnam).

Bab 6 Penutup berupa kesimpulan dan rekomendasi mengenai hasil penelitian dilengkapi juga dengan keterbatasan penelitian.

## BAB 2

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Pengertian Pariwisata

*United Nation World Travel Organization* (UNWTO) mendefinisikan pariwisata internasional sebagai kegiatan melakukan perjalanan dan tinggal di suatu tempat di luar lingkungan/negaranya, tidak lebih dari satu tahun, dengan tujuan untuk berbisnis, mencari kesenangan, mengunjungi keluarga/teman, dan tidak untuk mencari nafkah di tempat/negara yang ditujunya.<sup>16</sup> Pariwisata dalam skala global adalah perpindahan konsumen yang bersifat sementara dari satu negara ke negara lain untuk mengkonsumsi barang dan jasa yang tidak diperdagangkan/*non trade*.<sup>17</sup>

Studi empiris dan literatur ekonomi mengenai pariwisata menyimpulkan bahwa pariwisata telah berkembang menjadi sebuah industri, karena di dalamnya terdapat berbagai aktivitas untuk menghasilkan produk berupa barang dan jasa. Para wisatawan memerlukan barang/jasa sejak mereka pergi dari tempat asalnya, ketika berada di tempat tujuan dan hingga kembali ke tempat asalnya. Seperti juga industri lainnya, pariwisata dirancang dan diproduksi agar sesuai dengan standar yang berlaku. Dalam industri pariwisata, tingkat kepuasan wisatawan tidak hanya tergantung pada barang/jasa yang dikonsumsinya (akomodasi, makanan, hiburan, dan transportasi) tetapi juga dihubungkan dengan fasilitas publik yang melengkapinya seperti infrastruktur, fasilitas kesehatan, tingkat keamanan dan kenyamanan.<sup>18</sup>

Enzensberger (2003) menyatakan bahwa industri pariwisata melibatkan elemen yang terlihat dan tak terlihat. Elemen yang dapat dilihat adalah sistem

---

<sup>16</sup> World Tourism Organization ([www.unwto.org](http://www.unwto.org))

<sup>17</sup> Hazari, Bharat R dan Sgro, Pasquale M. *Tourism, Trade and National Welfare*. Amsterdam: Elsevier Science, 2004

<sup>18</sup> Enzensberger, Magnus H. *Theory of Tourism* 1962 dalam Pagenstecher, Cord. *The Construction of the Tourist Gaze – How Industrial was post-war German Tourism, International Perspectives*. Neuchatel Alphil, 2003.

transportasi, jasa pelayanan di bidang pariwisata, dan jasa lain yang mendukung kepariwisataan. Elemen tak terlihat termasuk diantaranya yaitu budaya, teknologi, keamanan, dan sumber daya manusia.<sup>19</sup>

*World Trade Organization* (WTO) mengelompokan pariwisata ke dalam bentuk kegiatan perdagangan jasa antar negara yang dinamakan *consumption abroad* yaitu transaksi perdagangan jasa antar negara yang terjadi ketika konsumen yang akan mengkonsumsi jasa tersebut harus keluar dari negaranya.<sup>20</sup> Oleh karena itu, pariwisata pun dikategorikan sebagai bentuk export dalam kegiatan ekonomi. Walaupun kegiatan export yang terjadi adalah di luar kebiasaan, karena yang bergerak adalah konsumennya bukan barang yang di exportnya.<sup>21</sup> Namun demikian, jika kegiatan pariwisata dilihat dari aspek yang lebih luas, ternyata tidak hanya merupakan perdagangan jasa antar negara dalam bentuk *consumption abroad* tapi mencakup seluruh bentuk perdagangan jasa antar negara seperti yang diatur dalam *General Agreement Trade Services* (GATS) yaitu *cross border supply* (transaksi jasa lintas negara yang dilakukan melalui teknologi dan komunikasi), *commercial presence* (transaksi jasa antar negara dimana perusahaan dari negara lain mendirikan perusahaan jasa di luar negaranya), dan *temporary movement of natural persons* (transaksi jasa antar negara yang terjadi ketika individu berpindah ke negara lain untuk sementara waktu dengan maksud melakukan pekerjaan baik atas nama individu ataupun organisasi).<sup>22</sup>

<sup>19</sup>Enzensberger, Magnus H. *Theory of Tourism* 1962 dalam Pagenstecher, Cord. *The Construction of the Tourist Gaze – How Industrial was post-war German Tourism, International Perspectives*. Neuchatel Alphil, 2003.

<sup>20</sup> World Trade Organization. *Manual on Statistics of International Trade In Services Series M:86* (2002). <<http://www.wto.org>>.

<sup>21</sup> Jimenez, Isabel C dan Ortuno, Manuel A. *The Role of Tourism Sector in Economic Development, Lessons from The Spanish Experience*, 2006 <<http://www.ere.ub.es>>  
Batiz, Francisco Rivera dan Batiz, Luis Rivera. *International Finance and Open Economy Macroeconomics: 2<sup>nd</sup> Edition*. New York: Macmillan Publishing Company, 1994

<sup>22</sup> World Trade Organization. *Manual on Statistics of International Trade In Services Series M:86* (2002). <<http://www.wto.org>>.

## 2.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kegiatan Pariwisata

Pariwisata merupakan aktivitas ekonomi yang harus dilihat dari 2 sisi yaitu wisatawan dan negara tujuan wisata/penyedia pariwisata. Keberhasilan pengembangan pariwisata di suatu tempat sangat tergantung pada kemampuan perencana dalam mengintegrasikan kedua sisi tersebut secara seimbang. Pemahaman untuk mengembangkan pariwisata dari sisi wisatawan diharapkan akan mengidentifikasi wisatawan potensial yang mengunjungi tempat tujuan wisata dan mengetahui faktor-faktor yang menjadi daya tarik wisatawan untuk mengunjungi tempat tersebut. Sementara itu, memahami perkembangan pariwisata dari sisi negara tujuan wisata dapat mengidentifikasi kemampuan negara tersebut dalam mengelola sektor pariwisata sekaligus mengetahui tingkat pembangunan di negara tersebut yang turut mendukung peningkatan kualitas sektor pariwisata.<sup>23</sup>

### 2.2.1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kegiatan Pariwisata Dari Sisi Wisatawan

Kegiatan pariwisata umumnya menekankan pada kegiatan individu. Oleh karena itu, literatur ekonomi yang digunakan adalah pendekatan mikro ekonomi dimana setiap individu/entitas berperan dalam fungsi perekonomian dan menjelaskan bagaimana keputusan-keputusan ekonomi dibuat. Dalam mikro ekonomi, salah satunya dijelaskan bagaimana konsumen membuat keputusan pembelian dipengaruhi harga dan pendapatan yang berubah-ubah dan bagaimana mengalokasikan sumber daya yang langka untuk barang dan jasa yang tersedia untuk dibeli/dikonsumsi.<sup>24</sup>

Dalam kegiatan pariwisata, individu selain memiliki keterbatasan pendapatan dan harga, juga memiliki keterbatasan waktu untuk dihabiskan dalam kegiatan pariwisata.<sup>25</sup>

<sup>23</sup> Gunn, Clare A. *Tourism Planning: 2<sup>nd</sup> Edition*. New York: Taylor & Francis, 1988

<sup>24</sup> Pindyck, Roberts S dan Rubinfeld, Daniel L. *Mikro Ekonomi Edisi ke 5*. Terj oleh Jenie Aldi. PT. Indeks Jakarta, 2003. Terj. dari *Microeconomics 5th Edition*, 2003

<sup>25</sup> Stucka, T Thomir. *A Comparison of 2 Econometric Models (OLS & SUR) for Forecasting Croatian*  
Universitas Indonesia



Literatur ekonomi dan studi empiris menyebutkan bahwa teori permintaan dan teori perilaku konsumen merupakan dasar dalam menentukan kegiatan pariwisata.<sup>26</sup> Permintaan terhadap pariwisata berupa sejumlah produk wisata yang konsumen ingin peroleh dalam waktu tertentu dengan kondisi dibatasi oleh faktor-faktor tertentu.<sup>27</sup>

Teori permintaan menerangkan tentang hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Permintaan adalah kebutuhan masyarakat/ individu terhadap suatu jenis barang/jasa yang tergantung pada harga barang/jasa itu sendiri, harga barang/jasa lain, pendapatan konsumen, selera, jumlah penduduk, dan prediksi masa yang akan datang. Hukum permintaan yaitu makin rendah harga suatu barang, maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tsb. Sementara itu teori perilaku konsumen menjelaskan bagaimana konsumen mengalokasikan pendapatan di antara barang/jasa yang berbeda-beda untuk memaksimalkan kesejahteraan mereka. Perilaku konsumen dipahami melalui 3 langkah yaitu preferensi konsumen, kendala anggaran/keterbatasan pendapatan, dan pilihan konsumen mengenai berapa banyak jumlah barang/jasa yang dipilih untuk dibeli tergantung harganya.<sup>28</sup>

### 2.2.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kegiatan Pariwisata Dari Sisi Negara Tujuan Wisata/Penyedia

Konsep perdagangan internasional dilatarbelakangi oleh paham merkantilisme yang berkeyakinan bahwa perekonomian suatu negara akan semakin makmur jika dapat memaksimalkan surplus perdagangan. Kelemahan paham merkantilisme diperbaharui oleh Adam Smith melalui teori keunggulan

---

*Tourism Arrivals*. Croatian National Bank Working Paper July 2002. Croatia: Croatian National Bank, 2002

<sup>26</sup> Proenca, Sara A dan Soukiazis, Elias. *Demand for Tourism in Portugal : A Panel Data Approach*, 2005 <<http://www.fe.uc.pt/ceue>>

<sup>27</sup> Song, Haiyan dan Stephen, Witt F. *Tourism Demand Modeling & Forecasting, Modern Econometric Approaches: Annals of Tourism Research* 28:4 (2001)

<sup>28</sup> Pindyck, Roberts S dan Rubinfeld, Daniel L. *Mikro Ekonomi Edisi ke 5*. Terj oleh Jenie Aldi. PT. Indeks Jakarta, 2003. Terj. dari *Microeconomics 5th Edition*, 2003

absolut (*absolute advantage*) yang mengutamakan perdagangan bebas dengan melakukan spesialisasi dalam upaya meningkatkan efisiensi. Spesialisasi dilakukan berdasarkan keunggulan absolut suatu negara dengan melihat kemampuannya dalam memproduksi dengan biaya rendah. Teori keunggulan absolut mengalami perkembangan untuk menjawab apa yang harus dilakukan jika suatu negara memiliki keunggulan absolut pada banyak komoditi, sehingga munculah teori keunggulan komparatif David Ricardo (*comparative advantage*) dimana masing-masing negara melakukan spesialisasi berdasarkan keunggulan komparatif antar negara. Teori keunggulan komparatif terus dikembangkan, salah satunya oleh Heckscher Ohlin dengan melihat aspek kepemilikan dari faktor produksi. Analisa Heckscher Ohlin menyatakan bahwa negara-negara yang memiliki sumber daya yang secara proporsional lebih banyak akan mengexport produk-produk yang menggunakan faktor produksi tersebut.<sup>29</sup>

Teori-teori perdagangan internasional di atas secara sederhana dapat dianalogkan kedalam kegiatan pariwisata antar negara. Dalam kegiatan pariwisata, negara yang memiliki sumber daya yang lebih unggul (keindahan alam, sumber daya manusia yang berkualitas, infrastruktur, kelembagaan, keamanan, dan hal lainnya yang mendukung kepariwisataan) akan mengexport kegiatan jasa pariwisata yang dimilikinya untuk memperoleh pendapatan sebagai modal pembangunan negara tersebut.

Negara tujuan wisata selayaknya memiliki persyaratan dasar yang harus dimiliki:<sup>30</sup>

- Sumber daya alam & lingkungan (udara, iklim, struktur tanah, flora fauna, pantai, dan keindahan alam lainnya)

<sup>29</sup> Rahardja, Prathama dan Manurung, Mandala. *Teori Ekonomi Makro, Suatu Pengantar*. Jakarta: LP FEUI, 2004

<sup>30</sup> Gabriela, Pascario C dan Dragon, Gabriela. *The Role of Public Private Partnership in The Sustainable Development of The Rural Tourist Destination*. Romania: Dept of Economics Univ Alexandro Bucharest. <<http://www.ersa.org>>

- Pembangunan infrastruktur dasar (sistem pengairan, jalan, jaringan komunikasi, airport, pelabuhan, akomodasi)
- Transportasi (pesawat, kapal, bis, taxi)
- Tingkat pelayanan dan kebudayaan (keramahtamahan masyarakat setempat, keahlian pekerja dan nilai sejarah suatu tempat).

Beberapa hal lain yang harus dipenuhi untuk menjadi tempat tujuan wisata adalah sebagai berikut:

- Layanan pendukung (fasilitas komersial, kesehatan, komunikasi, perbankan, dan pelayanan umum)
- Lingkungan
- Perilaku masyarakat setempat
- Kepastian hukum
- Kondisi politik yang kondusif di tempat tujuan
- Koordinasi antara pemerintah, swasta, masyarakat setempat, dan pihak lain yang terkait.

Namun demikian, kelengkapan komponen tersebut di atas tidak selalu dapat meramalkan akan menariknya suatu tempat. Alasan yang mendasarinya adalah karena kegiatan pariwisata selalu tergantung pada nilai dan persepsi yang diterima oleh masing-masing wisatawan.<sup>31</sup>

Lew (1987) menyatakan bahwa terdapat 3 pendekatan untuk menentukan menariknya suatu tempat sebagai tempat tujuan wisata yaitu *ideographic*, organisasi dan kognitif. *Ideographic* berhubungan dengan tempat dan fasilitasnya. Organisasi berhubungan dengan saling berkoordinasinya antara obyek-obyek/hal-hal yang menarik tersebut. Kognitif berdasarkan pengalaman pribadi terhadap hal-hal yang disuguhkan di tempat wisata tsb.<sup>32</sup>

<sup>31</sup> Opperman, Martin. *Travel Life Cycle: Annals of Tourism Research* Vol 22, 1995

<sup>32</sup> Lew, Anthony A. *A Model of Tourist Attraction Research: Annals of Tourism Research* Vol 14 (1987) <<http://www.jtr.sagepub.com>>

### 2.2.3. Faktor-faktor Lain yang Mempengaruhi Kegiatan Pariwisata

*United Nation World Tourism Organization* (UNWTO) menyebutkan terdapat faktor eksternal yang mempengaruhi kunjungan wisatawan internasional. Faktor tersebut tidak berasal dari wisatawan dan negara tujuan wisata. Faktor eksternal yang dimaksud adalah misalnya kenaikan harga avtur, fluktuasi nilai tukar, isu-isu di bidang kesehatan, bencana alam, dan tingkat keamanan, termasuk ancaman terorisme.<sup>33</sup>

### 2.3. Dampak Pariwisata Terhadap Perekonomian

Pembangunan sektor pariwisata menghasilkan konsekuensi positif dan negatif. Oleh karena itu, agar pariwisata dapat berkembang sesuai tujuan diperlukan informasi yang terpercaya mengenai keuntungan dan kerugian dari pelaksanaannya. Pengembangan pariwisata diharapkan menghasilkan lebih banyak manfaatnya daripada hanya sekedar menghabiskan anggaran pemerintah.<sup>34</sup>

#### 2.3.1. Dampak Positif Pariwisata Terhadap Perekonomian

Motif utama pembangunan pariwisata adalah keuntungan ekonomi berupa peningkatan kesempatan kerja dan pendapatan negara. Pariwisata berkontribusi secara langsung maupun tidak langsung terhadap suatu perekonomian. Dalam kegiatan pariwisata antar negara, kontribusi pariwisata secara langsung dalam perekonomian terurai mulai dari sektor jasa layanan kedutaan di luar negeri, jasa penerbangan yang menggunakan fasilitas negara tujuan, dan akomodasi di tempat tujuan wisata. Sedangkan, kontribusi tidak langsung dari pariwisata

---

<sup>33</sup> World Tourism Organization. *UNWTO World Tourism Barometer* 6:1, Jan 2008  
<<http://www.unwto.org>>

<sup>34</sup> Fletcher, John E. *Input Output Analysis & Tourism Impact Studies: Annals of Tourism Research* 16:14, 1989

berupa *multiflier effect* yaitu setiap nilai yang dibelanjakan oleh wisatawan internasional akan menggerakkan perekonomian di negara tersebut.<sup>35</sup>

Keuntungan lain dari pariwisata adalah mendorong perbaikan infrastruktur/fasilitas publik yang dapat dinikmati oleh wisatawan dan masyarakat setempat, peningkatan pendapatan pajak, pelestarian lingkungan/tempat-tempat sejarah, menumbuhkan jiwa wirausaha dan pembangunan ekonomi masyarakat skala kecil dan menengah, terutama untuk kelompok yang tidak dapat mengakses pasar tenaga kerja di bidang formal.<sup>36</sup>

Pariwisata juga berperan dalam meningkatkan produksi yang berpengaruh pada penyerapan angkatan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat. Hal ini terjadi jika para wisatawan internasional mengkonsumsi lebih banyak produk lokal daripada produk yang berasal dari negaranya. Peningkatan konsumsi produk lokal juga dapat menyebabkan peningkatan efisiensi melalui persaingan antar perusahaan dan antar tempat tujuan wisata.<sup>37</sup>

Dampak positif lain dari pembangunan pariwisata adalah mengurangi ketergantungan negara pengexport dari komoditi utama yang menjadi sumber pendapatan. Ketergantungan yang tinggi terhadap satu komoditi selalu menimbulkan risiko, terutama untuk komoditi yang harganya berfluktuasi tinggi dan terpengaruh atas kebijakan negara maju yang seringkali menekan harga pasar dunia.<sup>38</sup>

Dorodjatun (2008) menyatakan sedikitnya terdapat 8 manfaat yang diperoleh dalam menggerakkan sektor pariwisata di Indonesia yaitu peningkatan kesempatan berusaha, kesempatan kerja, peningkatan penerimaan pajak, peningkatan pendapatan nasional, percepatan proses pemerataan pendapatan,

<sup>35</sup> Mc. Carthy, Machel dan Serju, Prudence. *Tourism, Economic Growth & Employment*. Jamaica: Bank of Jamaica, 2006

<sup>36</sup> Gabriela, Pascario C dan Dragon, Gabriela. *The Role of Public Private Partnership in The Sustainable Development of The Rural Tourist Destination*. Romania: Dept of Economics Univ Alexandro Bucharest. <<http://www.ersa.org>>

<sup>37</sup> Eugenio, Noelia M dan Scarpa Riccardo. *Tourism and Economic Growth in Latin American Countries : A Panel Data Approach*: Christel De Haan Toursim & Travel Research Institute 2004. Nottingham: Natural Resources Mgm Univ of Nottingham UK. <<http://www.teem.it>>

<sup>38</sup> Brown, H Frances. *Tourism Reassessed Blight or Blessing*. Butterworth Heinems Oxford. Feb 2000

meningkatkan nilai tambah produk hasil kebudayaan, memperluas pasar produk dalam negeri, dan memberikan *multiplier effect* dalam perekonomian sebagai akibat pengeluaran wisatawan.<sup>39</sup>

### 2.3.2. Dampak Negatif Pariwisata Terhadap Perekonomian

Disamping keuntungan ekonomi, pariwisata juga berpotensi membebani pembangunan. Sekalipun pariwisata tidak mengganggu pembangunan di sektor lainnya, tetapi negara tetap terbebani untuk mengeluarkan anggaran untuk kegiatan pariwisata, misalnya untuk kegiatan promosi. Selain itu, sejumlah dana diperlukan untuk mengembangkan infrastruktur di daerah tujuan wisata. Biaya tambahan lain mungkin diperlukan ketika pemerintah harus menyediakan semacam subsidi/insentif untuk menarik investor agar dapat bekerja sama membangun sektor pariwisata.<sup>40</sup>

Dampak negatif lain dari pariwisata yaitu jika terjadi kegagalan dalam pengembangan pariwisata maka akan memicu peningkatan jumlah pengangguran baru, terutama yang berkeahlian rendah dan tidak memiliki akses untuk meningkatkan kualitasnya. Kegagalan pengembangan pariwisata juga akan berdampak pada menurunnya pendapatan dan kelangsungan hidup masyarakat sekitar.<sup>41</sup>

PBB melalui *United Nations Environment Program* (UNEP) menyatakan bahwa dampak negatif dari pariwisata sebagai berikut.<sup>42</sup>

- Peningkatan harga tanah/bangunan di tempat tujuan wisata karena tingginya permintaan barang/jasa di tempat tujuan wisata.

<sup>39</sup> Djakti-Dorodjatun Kuntjoro dalam Yoeti, Oka A. *Ekonomi Pariwisata Introduksi, Informasi, dan Implementasi*. Jakarta: Kompas Media Nusantara, 2008

<sup>40</sup> Wood R. C. *The Last Feather Bedded Industry? Government, Politics & The Hospitality International During & After 1992 General Election*. Tourism Management Volume 17:8, 1996.

<sup>41</sup> Gabriela, Pascario C dan Dragon, Gabriela. *The Role of Public Private Partnership in The Sustainable Development of The Rural Tourist Destination*. Romania: Dept of Economics Univ Alexandro Bucharest. <<http://www.ersa.org>>

<sup>42</sup> United Nations Environment Program. *Economic Impact of Tourism* <<http://www.unep.org>>

- Peningkatan biaya hidup masyarakat di daerah tujuan wisata.
- Pemindahan keuntungan ke luar tempat tujuan wisata atau *leakage* yaitu kegiatan yang secara tidak langsung dilakukan untuk memindahkan pendapatan dari negara tujuan wisata ke negara asal wisatawan/negara lain yang kebanyakan merupakan negara maju. Hal ini terjadi karena kebanyakan wisatawan asing menggunakan/ mengkonsumsi barang dan jasa dari negara asalnya (bukan hasil produk/jasa lokal dari negara tujuan wisata). Pengaruh kegiatan konsumsi wisatawan internasional terhadap produk negaranya akan semakin luas jika masyarakat lokal ataupun wisatawan domestik meniru selera wisatawan internasional tersebut dengan lebih senang mengkonsumsi barang/jasa import daripada barang/jasa lokal.
- Terganggunya infrastruktur akibat terbatasnya kapasitas yang tersedia di tempat tujuan wisata. Masalah ini seringkali terjadi di negara-negara berkembang.
- Kerusakan lingkungan

#### 2.4. Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai ketertarikan wisatawan terhadap suatu tempat tujuan wisata umumnya diukur melalui variabel terikat yaitu berdasarkan jumlah wisatawan yang berkunjung dalam periode tertentu dan jumlah penerimaan pariwisata dengan melihat jumlah pengeluaran yang dikeluarkan oleh wisatawan.<sup>43</sup> Terdapat pula penelitian pariwisata melalui proses *multiplier*.<sup>44</sup>

Crouch (2003) menyatakan bahwa dari 85 penelitian pariwisata yang dikumpulkannya, 53% menggunakan jumlah wisatawan yang berkunjung sebagai variabel terikat dan 47% menggunakan jumlah penerimaan dari

<sup>43</sup> Zhou, Bonham Carl dan Gangnes Byron. *Modelling the Supply and Demand for Tourism: A Fully Identified VECM Approach*. Dept of Economics University of Hawaii Working Paper No 7, 17 July 2007

<sup>44</sup> Sinclair, M Thea. *Tourism and Economic Development : A Survey*: Journal of Development Studies Vol 34, 1998 <<http://www.econpapers.repec.org>>

pariwisata. Namun demikian, tidak ada standard tertentu dalam permodelan ekonomi yang dapat diterima secara universal untuk mengukur dan memodelkan penelitian di sektor pariwisata. Jenis analisis penelitian pariwisata pun berbeda-beda dengan menggunakan data runtut waktu/*time series* ataupun data panel. Pilihan untuk menentukan variabel bebas pun bervariasi tergantung dari ketersediaan data dan keterkaitan antar variabel. Literatur ekonomi menunjukkan bahwa negara maju lebih sering menjadi obyek penelitian pariwisata baik melalui jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke kelompok negara tersebut ataupun kegiatan pariwisata penduduk di negara maju ke negara berkembang. Hal ini tidak semata disebabkan oleh tingkat pendapatan negara maju yang lebih tinggi, melainkan juga dikarenakan faktor keragaman produk pariwisata yang ditawarkan, infrastruktur yang lengkap, tingkat pembangunan manusia yang tinggi yang juga menunjukkan ketersediaan sumber daya manusia yang lebih berkualitas, dan kemudahan akses terhadap tempat tujuan wisata baik dari sisi teknologi, transportasi, maupun sumber informasi.<sup>45</sup>

### Sisi Wisatawan

Dilihat dari sisi wisatawan, keinginan untuk melakukan kegiatan wisata selain dipengaruhi oleh ketersediaan waktu juga dipengaruhi oleh tingkat pendapatan dan tingkat pengeluaran konsumsi. Stucka (2002) menjelaskan bahwa penelitian dengan tujuan melihat faktor yang mempengaruhi kegiatan pariwisata dari sisi wisatawan umumnya berkonsentrasi pada 2 hal yaitu variabel tingkat perekonomian negara wisatawan dan indeks harga relatif 2 negara yaitu negara asal wisatawan dan negara tujuan wisata.<sup>46</sup> Variabel tingkat perekonomian umumnya menggunakan tingkat pendapatan sebagai indikatornya. Studi empiris menyatakan tingkat pendapatan dapat diukur

---

<sup>45</sup> Crouch, Geoffrey I. "The Study of International Tourism Demand : A Survey of Practice." *Journal of Travel Research* 33:1. <<http://www.jtr.sagepub.com>>.

<sup>46</sup> Stucka, Thomir T. *A Comparison of 2 Econometric Models (OLS & SUR) for Forecasting Croatian Tourism Arrivals*. Croatian National Bank Working Paper July 2002. Croatia: Croatian National Bank, 2002.



melalui Produk Domestik Bruto, Produk Nasional Bruto, tingkat pendapatan perorangan ataupun indikator output lainnya baik secara agregat ataupun per kapita, dan secara riil ataupun nominal.<sup>47</sup>

Kunjungan pariwisata ke suatu tempat juga ditentukan oleh harga yang ditawarkan. Dalam kegiatan pariwisata yang terjadi antar negara, indikator yang umumnya digunakan adalah Indeks Harga Konsumen (IHK) di negara tujuan. Walaupun hal ini dikritik oleh beberapa kalangan karena biaya hidup penduduk lokal tidak selalu sama dengan biaya hidup wisatawan. Indikator lain yang dapat digunakan adalah harga akomodasi, biaya transportasi antara negara asal dan negara tujuan.<sup>48</sup> Beberapa penelitian lain menggunakan indikator harga melalui variabel indeks harga deflator, nilai tukar nominal, nilai tukar riil.<sup>49</sup>

Menurut Martin & Witt (1987), nilai tukarlah yang layak untuk dijadikan indikator harga dalam menentukan perkiraan biaya hidup wisatawan di suatu negara. Nilai tukar tersebut dapat berupa nilai tukar nominal ataupun riil.<sup>50</sup> Nilai tukar adalah tingkat harga yang disepakati penduduk kedua negara untuk saling melakukan perdagangan<sup>51</sup> Perhitungan nilai tukar riil dalam kegiatan pariwisata adalah dengan menghitung rasio harga indeks konsumen di negara tujuan wisata dan negara asal wisatawan yang diadjust dengan nilai tukar nominal antar dua negara.<sup>52</sup>

<sup>47</sup> Zhou, Bonham Carl dan Gangnes Byron. *Modelling the Supply and Demand for Tourism: A Fully Identified VECM Approach*. Dept of Economics University of Hawaii Working Paper No 7, 17 July 2007

<sup>48</sup> Song, Haiyan dan Stephen, Witt F. *Tourism Demand Modeling & Forecasting, Modern Econometric Approaches: Annals of Tourism Research* 28:4 (2001)

<sup>49</sup> Zhou, Bonham Carl dan Gangnes Byron. *Modelling the Supply and Demand for Tourism: A Fully Identified VECM Approach*. Dept of Economics University of Hawaii Working Paper No 7, 17 July 2007

<sup>50</sup> Christine, Martin A dan Stephen Witt F. *Tourism Demand Forecasting Models: Choice of Appropriate Represent Tourist's Cost of Living*. Tourism Management Vol 8, 1987

<sup>51</sup> Mankiw, Gregory N. *Teori Makroekonomi edisi kelima*. Terj. Nurmawan Iman, Jakarta: Erlangga, 2003. Terj. dari *Macroeconomics 5th Edition*, 2003

<sup>52</sup> Kulendran, Nada dan Wilson, Kenneth. *Modelling Business Travel: Tourism Economics Volume 6* Mar 2000. IP Public Ltd <<http://jtr.sagepub.com>>

Penelitian Crouch (1994) dan Lim (1997) menyatakan bahwa faktor yang mendorong kunjungan wisatawan dari satu negara ke negara lainnya adalah:<sup>53</sup>

- Tingkat pendapatan nasional negara asal wisatawan
- Harga produk pariwisata yang ditawarkan
- Biaya hidup wisatawan biasanya ditunjukkan lewat tingkat inflasi atau Indeks Harga konsumen antara negara asal wisatawan dan negara tujuan wisata
- Jumlah populasi di negara asal wisatawan
- Jarak antara negara asal wisatawan dan negara tujuan wisata serta biaya transportasi
- Nilai tukar
- Kualitas produk sebagai hasil perbandingan antara kualitas dan harga.

#### **Sisi Negara Tujuan Wisata**

Penelitian ekonomi mengenai pariwisata selalu mengutamakan sudut permintaan daripada penawaran. Hal yang berlawanan dengan teori perdagangan tradisional yang menekankan keunggulan komparatif sebagai faktor utama yang menggerakkan kegiatan export. Penelitian pariwisata yang hanya melihat faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan dari sisi wisatawan hanya bermanfaat untuk mengidentifikasi kegiatan pariwisata dalam jangka pendek. Model pariwisata yang menekankan sisi permintaan, seolah tidak hanya mengabaikan keunggulan komparatif, tetapi juga mengabaikan tingkat persaingan, tingkat pembangunan, serta kebijakan/upaya yang telah dilakukan oleh negara tujuan wisata.

---

<sup>53</sup> Crouch, Geoffrey I. "The Study of International Tourism Demand : A Survey of Practice." *Journal of Travel Research* 33:1. <<http://www.jtr.sagepub.com>>.

Lim, Christine. *Review of International Tourism Demand Models*. *Annals of Tourism Research* 24:4

Pada beberapa penelitian sebelumnya, untuk menentukan tingkat pembangunan pariwisata yang telah dilakukan oleh negara tujuan wisata, umumnya menggunakan indikator infrastruktur, kapasitas akomodasi, jumlah penanaman modal asing, pengeluaran biaya publik di sektor pendidikan, tingkat pendidikan, tingkat harapan hidup, dan keterbukaan dalam perdagangan internasional.

Penggunaan variabel dummy dalam penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, umumnya menggunakan peristiwa/event yang sifatnya sesekali, misalnya hambatan travel/*travel warning* dan krisis minyak.<sup>54</sup>

Penelitian terdahulu yang mendasari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. “*A Demand for Tourism in Portugal: A Panel Data Approach*”<sup>55</sup>

Penelitian dilakukan di Portugal tahun 2005 dengan menggunakan data panel untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepariwisataan di Portugal dengan melihat 4 asal negara wisatawan yang paling banyak melakukan kunjungan ke Portugal selama 25 tahun (1977-2001). Ke 4 negara tersebut adalah Spanyol, Jerman, Prancis, dan Inggris. Jumlah wisatawan dari ke 4 negara tersebut merupakan 90% dari total jumlah wisatawan internasional di Portugal.

Dari sisi wisatawan, variabel yang diukur adalah pendapatan per kapita dan harga relatif. Sementara dari sisi Portugal sebagai negara tujuan wisata, variabel yang diteliti adalah rasio investasi publik dan kapasitas akomodasi.. Jelasnya sebagai berikut.

- a. Variabel terikat (W) adalah tingkat pengeluaran seluruh wisatawan yang merupakan rasio pengeluaran wisatawan dari masing-masing keempat negara asal terhadap total seluruh pengeluaran wisatawan di Portugal.

<sup>54</sup> Proenca, Sara A dan Soukiazis, Elias. *Demand for Tourism in Portugal : A Panel Data Approach*, 2005 <<http://www.fe.uc.pt/ceue>>

<sup>55</sup> Proenca, Sara A dan Soukiazis, Elias. *Demand for Tourism in Portugal : A Panel Data Approach*, 2005 <<http://www.fe.uc.pt/ceue>>

$$W_{i,t} = \frac{\text{Pengeluaran Wisatawan dari masing-masing Negara Asal}}{\text{Total Pengeluaran Wisatawan di Portugal}}$$

Dimana  $i$  adalah 1, ..., 4 (4 negara utama asal wisatawan Spanyol, Jerman, Prancis, dan Inggris)

$t$  = tahun penelitian

b. Variabel bebasnya terdiri dari 3 variabel yaitu:

- Pendapatan riil per kapita ( $Y$ ) asal negara wisatawan dengan mengukur rasio antara PDB dan perjumlahan dari perkalian indeks harga konsumen dan populasi di negara tujuan.

$$Y_{i,t} = \frac{PDB_{i,t}}{IHKI_{i,t} \cdot POP_{i,t}}$$

- Kapasitas akomodasi ( $A$ ) berupa jumlah tempat tidur yang tersedia setiap tahunnya.
- Harga relatif ( $P$ ) antara Portugal dan masing-masing ke 4 negara asal wisatawan. Harga relatif diperoleh melalui rasio indeks harga konsumen di negara Portugal dibandingkan dengan penjumlahan antara perkalian indeks harga konsumen dan nilai tukar.

$$P_{i,t} = \frac{IHKI_{p,t}}{IHK_{i,t} \cdot EX_{i,t}}$$

- Pembangunan Infrastruktur yang merupakan rasio antara investasi publik terhadap PDB (IP)
- Variabel dummy yang digunakan ( $D$ ) adalah integrasi Portugal ke Uni Eropa. Tahun setelah bergabung ke Uni Eropa disimbolkan dengan angka 1, sementara tahun sebelum pengintegrasian ke Uni Eropa dilambangkan dengan angka nol. Hal ini dilakukan untuk mengetahui keterbukaan yang lebih luas dari Portugal. Penggabungan Portugal ke Uni Eropa diharapkan akan meningkatkan jumlah wisatawan internasional ke negara tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan **pendapatan per kapita** merupakan faktor yang menentukan kunjungan wisatawan dari 4 negara tersebut ke Portugal. Sementara, jika dilihat dari sisi supply, variabel yang paling menentukan jumlah kunjungan wisatawan ke Portugal adalah **kapasitas akomodasi** yang tersedia.

Model penelitian sbb:

$$\ln W_{i,t} = \alpha_i + \beta_1 \ln Y_{i,t} + \beta_2 \ln P_{i,t} + \beta_3 \ln A_{i,t} + \beta_4 \ln IP_{i,t} + \beta_5 D_{i,t} + u_{i,t}$$

2. *'Comparative Advantage in Tourism: A Supply Side Analysis of Tourism Flows'*<sup>56</sup>

Penelitian dilakukan dengan menggunakan data tahun 1985 – 1999 dengan melibatkan 133 negara dan mengelompokannya menjadi 6 kelompok negara yaitu Afrika, Amerika, Asia, Middle East, Uni Eropa, dan kelompok negara OECD. Jenis data penelitian adalah data panel. Variabel-variabel yang digunakan sbb:

- a. Variabel terikat yaitu jumlah wisatawan internasional yang berkunjung
- b. Variabel bebasnya yaitu sebagai berikut.
  - Populasi (POP) sebagai ukuran jumlah populasi di negara tujuan. Semakin banyak populasi di negara tujuan, semakin banyak wisatawan internasional diharapkan berkunjung.
  - Produk Domestik Bruto perkapita (GDPCAP) sebagai ukuran tingkat perekonomian di negara tujuan. Hubungan yang positif diharapkan antara PDB per kapita dan jumlah wisatawan internasional yang berkunjung
  - Kapasitas hotel (HOTELCAP) berupa jumlah kamar hotel yang tersedia di negara tujuan wisata. Semakin tinggi kapasitas hotel yang tersedia, semakin banyak wisatawan internasional yang berkunjung

<sup>56</sup>Jie, Zhang dan Camilla, Jensen. *Comparative Advantage in Tourism: A Supply Side Analysis of Tourism Flows*. Working Paper May 2005 <<http://www.akf.dk>>

- Jumlah penanaman modal asing (FDIST) merupakan indikator jumlah perusahaan asing yang menanamkan modalnya di negara tujuan wisata
- Tingkat keterbukaan (OPEN) merupakan indikator total export dan total import dibagi PDB negara. Semakin banyak kegiatan perdagangan internasional terjadi maka semakin banyak wisatawan asing yang berkunjung.
- Nilai *Purchasing Power Parity* (PPP) yang dihitung sebagai rasio produk domestik bruto deflator terhadap produk domestik bruto nilai berlaku di negara tujuan. Rasio tersebut menunjukkan tingkat harga relatif di negara tujuan. Semakin rendah tingkat harga di negara tujuan, semakin kompetitif dan semakin banyak wisatawan yang berkunjung
- *Island* (S) adalah variabel dummy untuk mengukur bahwa negara kepulauan menjadi daya tarik wisatawan.

Model yang digunakan adalah

$$Arrival_{it} = \alpha + \beta_1 POP_{it} + \beta_2 GDPCAP_{it} + \beta_3 HOTELCAP_{it} + \beta_4 FDIST_{it} + \beta_5 OPEN_t + \beta_6 PPP_{it} + S_{it} + e_{it}$$

Hasil penelitian menyatakan bahwa **kapasitas hotel, keterbukaan terhadap perdagangan internasional dan penanaman modal asing** memberikan indikator yang positif dalam menentukan jumlah wisatawan yang berkunjung ke 5 kelompok negara tersebut.

### 3. "Tourism and Economic Growth in Latin American Countries : A Panel Data Approach"<sup>57</sup>

<sup>57</sup> Eugenio, Noelia M dan Scarpa Riccardo. *Tourism and Economic Growth in Latin American Countries : A Panel Data Approach*: Christel De Haan Tourism & Travel Research Institute 2004. Nottingham: Natural Resources Mgm Univ of Nottingham UK. <<http://www.teem.it>>

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah wisatawan internasional ke Amerika Latin dengan melihat variabel-variabel bebas yang mempengaruhinya.

- a. Variabel terikat adalah Jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Amerika Latin (TOURPC)
- b. Variabel terikatnya
  - Investasi Tetap Domestik per kapita (GDIFPC) pada 1 tahun sebelumnya yaitu investasi infrastruktur dan peralatan lainnya termasuk pengembangan lahan, mesin, peralatan, kontruksi jalan, kereta, kegiatan komersial, pembangunan kawasan industri, sekolah, kantor, rumah sakit).
  - Produk domestik bruto perkapita (GDPPC) pada periode 1 tahun sebelumnya.
  - Harga (PRICE) yang merupakan rasio antara nilai tukar dan *purchasing power parity conversion factor*.
  - Pengeluaran biaya publik untuk bidang pendidikan (EDUCPC) pada periode 1 tahun sebelumnya.
  - Jumlah siswa yang terdaftar di tingkat sekolah menengah pertama (SECUNDAR) pada periode 1 tahun sebelumnya.
  - Jumlah siswa yang terdaftar di tingkat sekolah menengah atas (TERTIARY) pada periode 1 tahun sebelumnya.
  - Tingkat Harapan hidup (LIFEEXP) pada periode 1 tahun sebelumnya berupa indikasi angka kelahiran bayi yang hidup dibandingkan dengan angka seluruh kelahiran bayi.
  - Perdagangan (TRADE) merupakan rasio antara penjumlahan export dan import dibagi nilai GDP PPP

Model Penelitiannya sebagai berikut.

$$\begin{aligned}
 TOURPC_{i,t} = & c + \beta_1 GDIFPC_{i,t-1} + \beta_2 GDPPC_{i,t-1} + \beta_3 PRICE + \beta_4 EDUCPC_{i,t-1} + \\
 & \beta_5 SECUNDAR_{i,t-1} + \beta_6 TERTIARY_{i,t-1} + \beta_7 LIFEEXP_{i,t-1} + \\
 & \beta_8 TRADE + error\ terms
 \end{aligned}$$

Universitas Indonesia

Hasil penelitiannya adalah **Produk Domestik Bruto per Kapita, tingkat harapan hidup, dan keterbukaan dalam perdagangan** merupakan faktor yang berpengaruh signifikan terhadap jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Amerika Latin.

## 2.5. Pengertian Terhadap Indikator Penelitian

### 2.5.1 Produk Domestik Bruto per Kapita Riil

Perhitungan Produk Domestik Bruto (PDB) merupakan output perekonomian tanpa memperhatikan siapa pemilik faktor produksi tersebut, sedangkan PDB perkapita merupakan jumlah PDB dibagi dengan jumlah penduduk di negara asal wisatawan. PDB perkapita merupakan ringkasan mengenai tingkat kemakmuran suatu negara. Makin tinggi angka PDB per kapita, kemakmuran rakyat negara tersebut dianggap makin tinggi. Indikator PDB perkapita yang digunakan yaitu PDB riil agar dapat mengukur tingkat kesejahteraan wisatawan di negara asalnya dengan memperhitungkan perubahan harga yang terjadi di negaranya (tingkat inflasi). Walaupun demikian, PDB perkapita sulit menunjukkan aspek distribusi pendapatan sehingga gambaran lebih rinci tentang kemakmuran suatu negara sulit dijelaskan. Jika perbaikan distribusi pendapatan dan tingginya PDB terjadi di waktu bersamaan, maka dipastikan tingkat kesejahteraan sosial, daya beli, dan produktivitas masyarakat negara tersebut akan meningkat.<sup>58</sup>

### 2.5.2 Nilai Tukar Riil

Nilai tukar riil adalah harga relatif dari barang-barang antara dua negara. Kurs riil menyatakan tingkat dimana barang-barang dari suatu negara diperdagangkan ke negara lain. Kurs riil dari kedua negara dihitung dari kurs nominal dan perbandingan tingkat harga di kedua negara tersebut. Jika kurs riil

<sup>58</sup> Rahardja, Prathama dan Manurung, Mandala. *Teori Ekonomi Makro, Suatu Pengantar*. Jakarta: LP FEUI, 2004



suatu negara lebih tinggi dari negara lainnya, maka barang-barang di luar negara tersebut lebih murah dan barang-barang domestik relatif lebih mahal.<sup>59</sup>

RER = Nilai tukar Nominal X IHI Asing

IHI Ind

### 2.5.3. Infrastruktur Jalan

Kondisi infrastruktur jalan merupakan salah satu prasyarat bahwa pembangunan telah terlaksana dengan baik. Ketersediaan jalan dalam kondisi yang baik akan memudahkan akses dari satu tempat ke tempat lain baik dari segi jarak maupun waktu. Dalam kaitannya dengan sektor pariwisata, ketersediaan jalan beraspal akan mendukung akses wisatawan internasional untuk mengunjungi tempat tujuan wisata di Indonesia. Semakin mudah akses menuju tempat tujuan wisata, diharapkan akan semakin banyak wisatawan internasional datang berkunjung dan semakin banyak obyek wisata yang dikunjungi.

### 2.5.4. Kualitas Sumber Daya Manusia

Sebagian besar ekonom sepakat, sumber daya manusia dari suatu bangsa merupakan faktor yang menentukan karakter dan kecepatan pembangunan sosial dan ekonomi bangsa bersangkutan. Tingginya tingkat pendidikan diharapkan akan meningkatkan taraf intelektualitas angkatan kerja yang akan berdampak pada keahlian mereka dalam mengisi kesempatan kerja yang ada.<sup>60</sup>

Salah satu cara mengukur kualitas sumber daya manusia adalah dengan melihat tingkat pendidikan tertinggi (TPT) yang ditamatkan penduduk pada jenjang pendidikan tertentu.<sup>61</sup>

$$\text{TPT} = \frac{\text{Jumlah Penduduk menamatkan jenjang tertentu} \times 100\%}{\text{Jumlah Penduduk 10 thn ke atas}}$$

<sup>59</sup> Mankiw, Gregory N. *Teori Makroekonomi edisi kelima*. Terj. Nurmawan Iman, Jakarta : Erlangga, 2003. Terj. dari *Macroeconomics 5th Edition*, 2003

<sup>60</sup> Todaro, Michael P. *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga*, Edisi ke tujuh. Terj. Munandar, Haris. Erlangga, 2000. Terj. dari *Economic Development/Seventh Edition*, 2000

<sup>61</sup> Susanti, Ikhsan Mohamad, dan Widyanti. *Indikator-Indikator Makro Ekonomi*. Jakarta: LP FEUI, 2007

### 2.5.5. Tingkat Keterbukaan Ekonomi

Tingkat keterbukaan ekonomi suatu negara terhadap negara lain dapat dihitung berdasarkan rasio antara penjumlahan export dan import perdagangan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB).<sup>62</sup>

$$\text{Tingkat Keterbukaan} = \frac{\text{Nilai Import} + \text{Nilai Export}}{\text{PDB}}$$

### 2.5.6. Anggaran Pariwisata

Anggaran pariwisata yang dimaksud adalah sejumlah angka yang dialokasikan pemerintah dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) tiap tahunnya yang digunakan untuk sektor pariwisata. Anggaran tersebut digunakan untuk penyelenggaraan sarana penunjang pariwisata, pendukung kegiatan pemasaran, pembinaan industri pariwisata dan obyek wisata, pembinaan hubungan dengan lembaga wisata internasional, pembinaan akomodasi dan aneka wisata, pembinaan usaha perjalanan wisata, penyuluhan masyarakat, pembinaan kelompok kesenian dan kebudayaan, pembinaan industri kerajinan, peningkatan kualitas produk-produk wisata nasional, peningkatan daya tarik, dan citra kepariwisataan Indonesia, pembinaan dan peningkatan kemampuan manajerial dalam mengelola berbagai jenis produk wisata, penyelenggaraan pameran pariwisata di beberapa negara, peningkatan hubungan antar lembaga pariwisata, peningkatan promosi tentang obyek wisata Indonesia di luar negeri, serta peningkatan kerjasama bilateral dan multilateral di bidang kepariwisataan.<sup>63</sup>

### 2.5.7. Travel Warning

*Travel Warning* merupakan salah satu instrumen yang dilakukan oleh suatu negara untuk melindungi warga negaranya dari bahaya potensial di negara tujuan. Larangan berkunjung merupakan salah satu hal yang wajar dilakukan

<sup>62</sup> Rahardja, Prathama dan Manurung, Mandala. *Teori Ekonomi Makro, Suatu Pengantar*. Jakarta: LP FEUI, 2004

<sup>63</sup> APBN dan Nota Keuangan

oleh suatu negara untuk melindungi warga negaranya, apalagi jika tujuan kunjungan hanya untuk sekedar berlibur yang selalu berasosiasi dengan menikmati waktu di luar keseharian, yang tentu saja membutuhkan faktor keamanan dan kenyamanan.<sup>64</sup>

*Travel warning* yang diberikan oleh beberapa negara tertentu merupakan indikator tidak amannya Indonesia di mata dunia internasional. Amerika Serikat, Kanada, Australia, Denmark, dan Inggris merupakan negara yang pernah melakukan kebijakan *travel warning* untuk warga negaranya ke Indonesia. *Travel warning* diberlakukan sebagai puncak dari kondisi keamanan Indonesia dalam 10 tahun terakhir yang dirasa kurang kondusif di mata Internasional (huru-hara pada krisis ekonomi, peralihan orde baru ke orde reformasi, konflik internal antar suku, peledakan bom, dan terorisme).

#### 2.5.8. Tsunami

Tsunami berasal dari bahasa Jepang yang artinya gelombang laut yang sangat tinggi akibat terjadinya gempa bumi tektonik di dasar laut.<sup>65</sup>

Tsunami mempengaruhi jumlah wisatawan yang berkunjung ke suatu tempat tujuan karena umumnya produk pariwisata yang ditawarkan oleh banyak negara adalah pariwisata yang mengandalkan keindahan alam, misalnya pantai yang sangat rentan terhadap kejadian alam. Obyek pariwisata yang mengandalkan keindahan alam seperti pantai seringkali berada di area yang memiliki potensi bahaya secara geografis.<sup>66</sup> Di waktu yang sama, seringkali wisatawan asing tidak familiar dengan potensi bahaya yang timbul. Hal ini dikarenakan mereka tidak memahami geografis, budaya lokal, dan bahkan

<sup>64</sup> Travel Warning. <<http://www.wikipedia.com>>

<sup>65</sup> Tsunami. <<http://www.wikipedia.com>>

<sup>66</sup> Drabek, Thomas E. *Disaster Evacuation and The Tourist Industry*: Monograph No.57 Institute of Behavioral Science. Colorado:University of Colorado, 1994

bahasa setempat sehingga penyampaian informasi mengenai potensi bahaya di sekitar lokasi wisata terabaikan.<sup>67</sup>



---

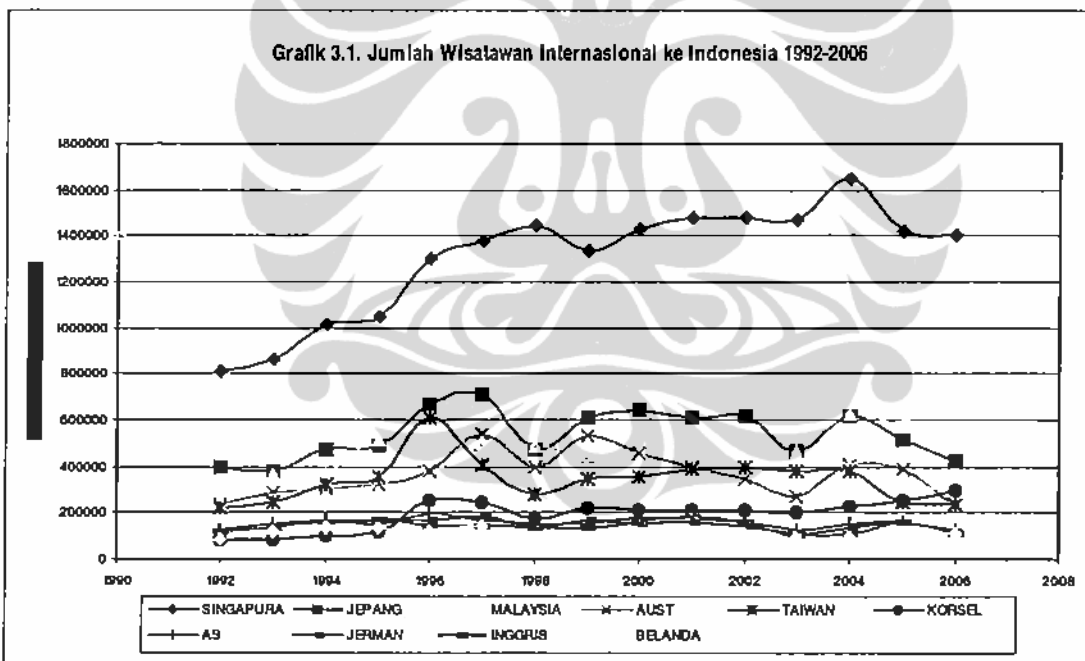
<sup>67</sup>Faulkner, Bill. *The Future ain't What It Used to be, Coping with Change, Turbulence and Disasters in Tourism Research and Destination Management: Griffith University Professorial Lecture Series No.6.* Queensland

### BAB 3 GAMBARAN PENELITIAN

#### 3.1. Perkembangan Jumlah Wisatawan Internasional ke Indonesia

Selama kurun waktu penelitian, jumlah wisatawan internasional yang paling banyak berkunjung ke Indonesia berasal dari 10 negara yaitu Singapura, Jepang, Malaysia, Australia, Taiwan, Korea Selatan, Amerika Serikat, Jerman, Inggris, dan Belanda. Mereka berkontribusi sebesar 80% dari jumlah seluruh wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia dalam periode tersebut.

Grafik berikut menunjukkan jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia dalam tahun 1992-2006.



Sumber : Departemen Kebudayaan dan Pariwisata, 2006

Kedatangan wisatawan internasional dari 10 negara tersebut cenderung berfluktuatif. Selama kurun waktu penelitian, rata-rata jumlah wisatawan internasional yang mengunjungi Indonesia dari 10 negara tersebut adalah

sebesar 378.504 orang setiap tahunnya dengan standar deviasi sebesar 355.417 orang.

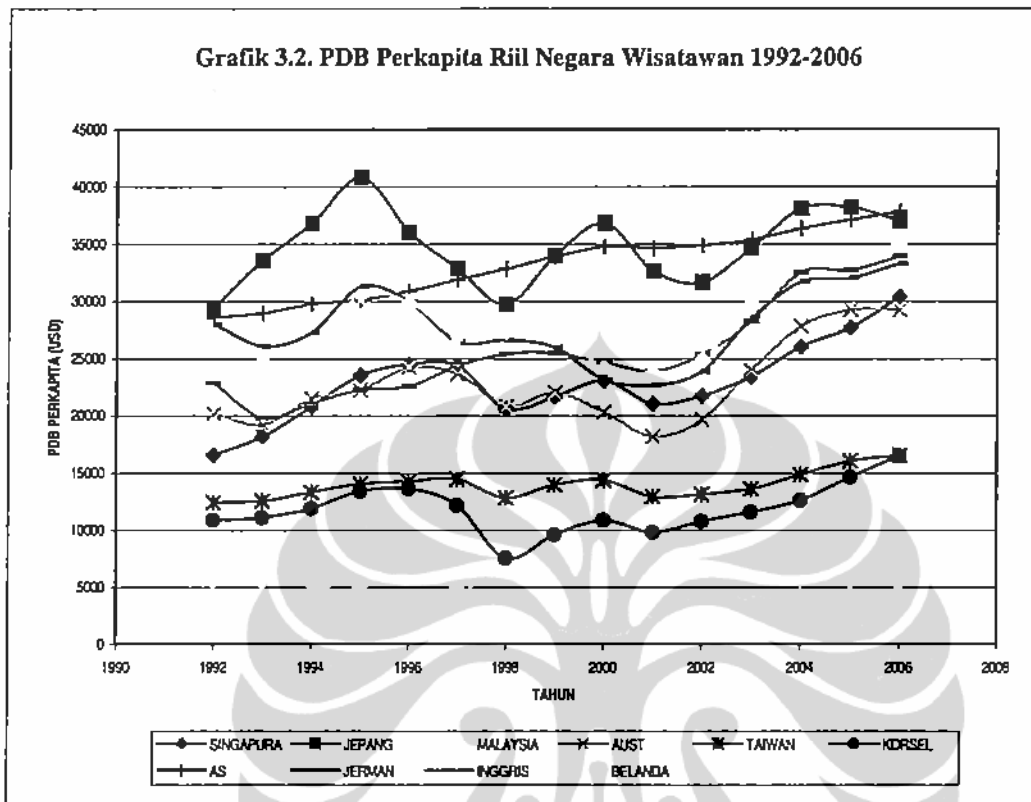
Wisatawan yang berasal dari Singapura merupakan wisatawan terbanyak yang mengunjungi Indonesia. Jumlah wisatawan dari Singapura pernah mencatat jumlah tertinggi pada tahun 2004 sebesar 1.644.717 orang. Sementara itu, wisatawan dari Belanda merupakan wisatawan yang paling sedikit mengunjungi Indonesia. Jumlah wisatawan terendah dari negara tersebut ke Indonesia terjadi pada tahun 1998 sebanyak 81.507 orang.

Semakin banyak wisatawan yang berkunjung diharapkan akan meningkatkan jumlah pendapatan negara dari sektor pariwisata. Apalagi jika hal ini didukung oleh bertambahnya waktu tinggal wisatawan tersebut di Indonesia dan tingginya jumlah pengeluaran yang dibelanjakan wisatawan di Indonesia.

### **3.2. Produk Domestik Bruto (PDB) Perkapita Riil Negara Asal Wisatawan**

Selama kurun waktu penelitian, negara asal wisatawan yang memiliki PDB perkapita riil tertinggi adalah Jepang. Angka PDB perkapita riil tertingginya terjadi di tahun 1995 dengan nilai USD40.848. Sementara itu, negara asal wisatawan yang memiliki PDB perkapita riil terendah adalah Malaysia. Angka terendah yang pernah dicapai adalah USD3.550. Secara rata-rata, PDB perkapita riil dari negara wisatawan ke Indonesia selama kurun waktu penelitian adalah USD22.599 dengan standar deviasi sebesar USD9.706.

Tingginya PDB per kapita asal negara wisatawan diharapkan berasosiasi dengan bertambahnya jumlah wisatawan dari negara tersebut ke Indonesia, lamanya mereka berkunjung ke Indonesia atau meningkatnya jumlah pengeluaran wisatawan tersebut di Indonesia.

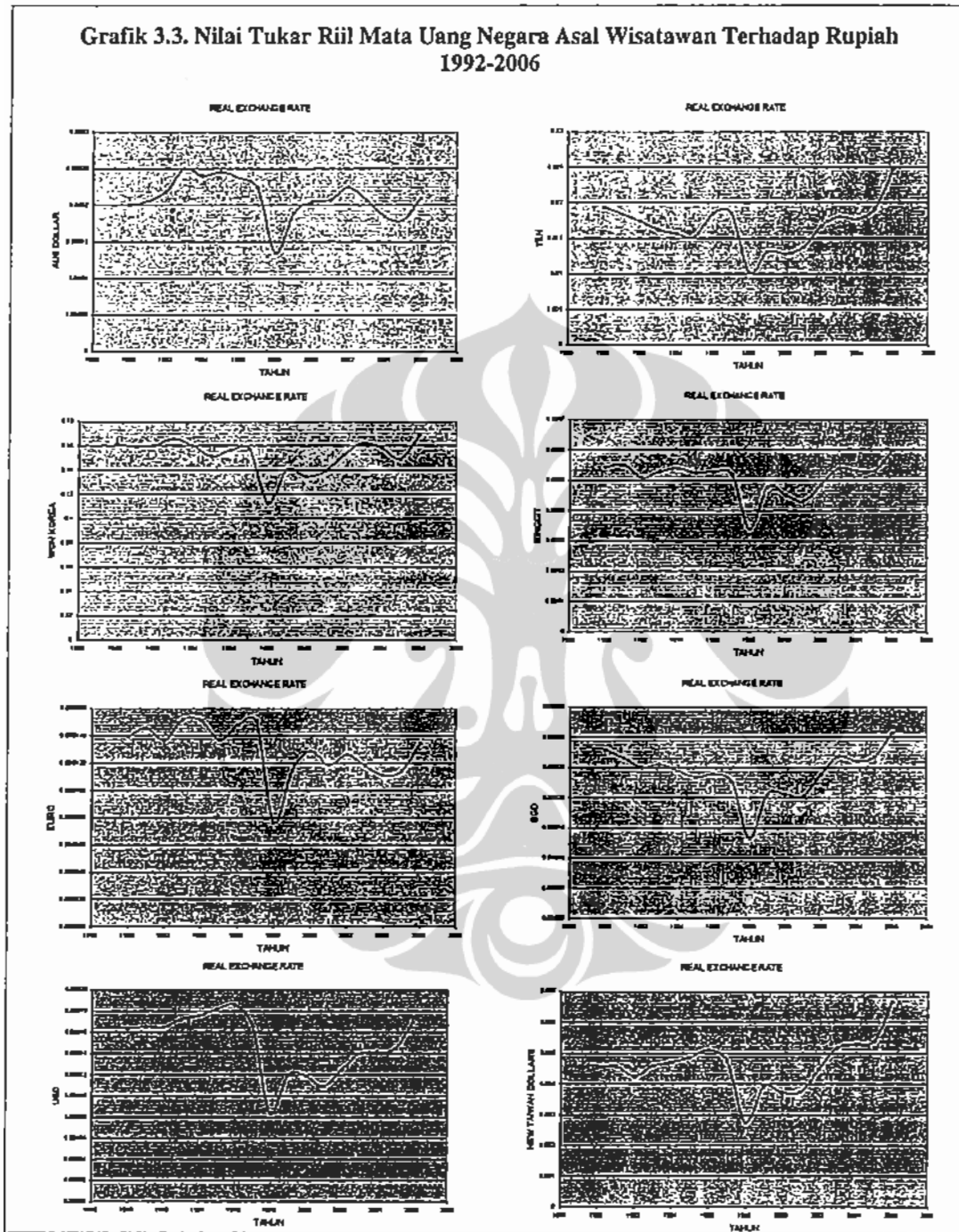


Sumber : IMF, World Economic Outlook Database Apr 2008

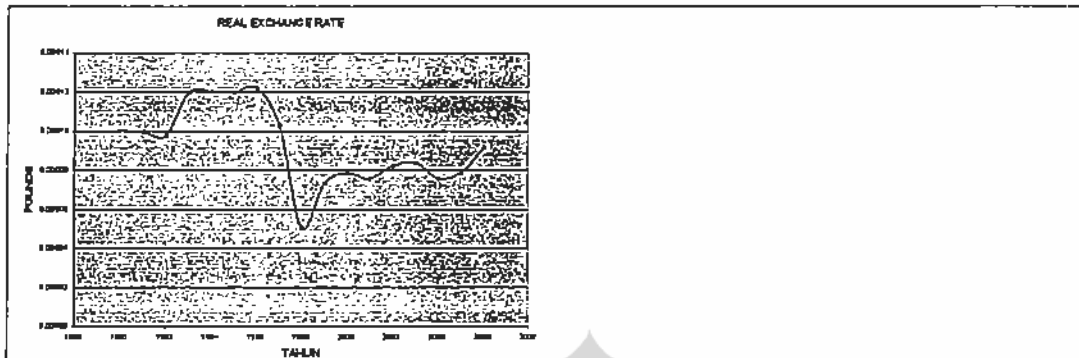
### 3.3. Nilai Tukar Riil Mata Uang Asal Negara Wisatawan terhadap Rp

Dalam kurun waktu penelitian, seluruh mata uang asal wisatawan (Yen, Singapura Dollar, USD, Won Korea, Ringgit, Austalian Dollar, New Taiwan Dollar, Euro dan Poundsterling) memiliki nilai tukar riil yang lebih kuat dari Rupiah. Sehingga, harga barang/jasa di Indonesia lebih murah dibandingkan harga barang/jasa di masing-masing 10 negara wisatawan tersebut. Murahanya harga barang/jasa di Indonesia dibandingkan dengan di negara asalnya diharapkan akan meningkatkan jumlah wisatawan internasional ke Indonesia.

Grafik 3.3. Nilai Tukar Riil Mata Uang Negara Asal Wisatawan Terhadap Rupiah 1992-2006



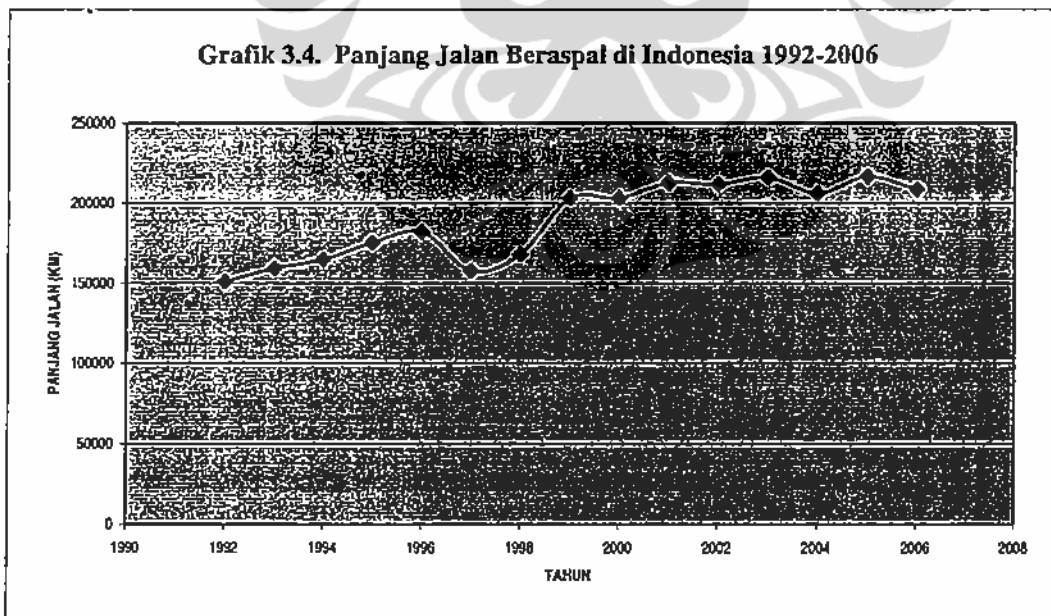




Sumber : IMF, World Economic Outlook Database April 2008, data diolah kembali

### 3.4. Perkembangan Jalan Beraspal di Indonesia

Jalan beraspal terpanjang di Indonesia terjadi pada tahun 2003 dengan panjang 216.714km. Sedangkan jalan beraspal terpendek di Indonesia terjadi pada tahun 1992 dengan panjang 189.153km. Panjang jalan beraspal di Indonesia secara rata-rata adalah sepanjang 150.930km dengan standar deviasi 23.561km.

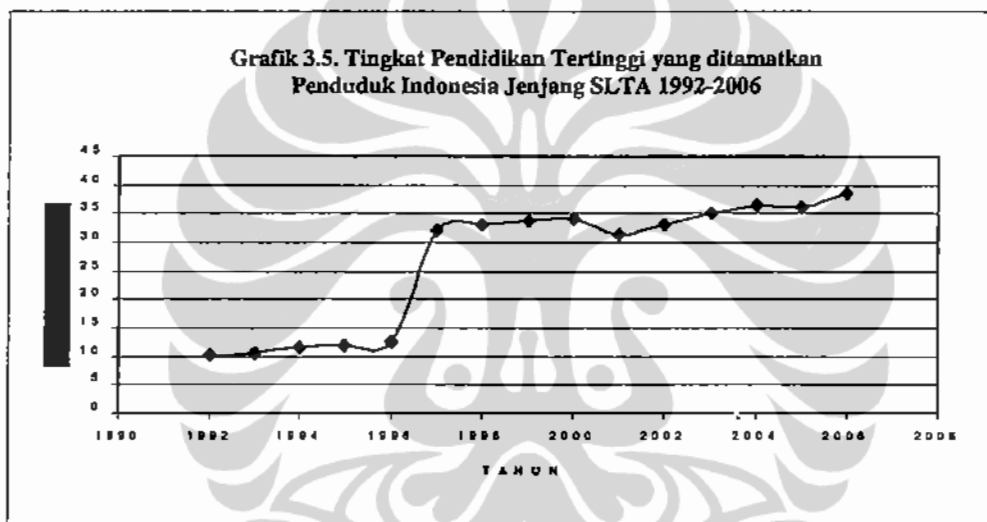


Sumber: Statistik Indonesia, BPS dalam berbagai edisi tahunan

### 3.5. Tingkat Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan Penduduk Indonesia

Tingkat pendidikan tertinggi yang ditamatkan penduduk Indonesia secara tidak langsung dapat sedikit menunjukkan kualitas tenaga kerja Indonesia. Dalam penelitian ini, tingkat pendidikan tertinggi yang dimaksud adalah pada jenjang SLTA.

Perkembangan jumlah penduduk yang menamatkan pendidikan SLTA di Indonesia tergambar dalam grafik berikut ini.



Sumber : Statistik Indonesia, BPS dalam berbagai seri tahunan

Selama kurun waktu penelitian, persentase penduduk yang memiliki tingkat pendidikan tertinggi jenjang SLTA meningkat dari tahun ke tahun. Persentase tertinggi penduduk yang memiliki tingkat pendidikan SLTA terjadi tahun 2006 sebesar 38,47% dan persentase terendah penduduk yang memiliki tingkat pendidikan SLTA terjadi tahun 1992 sebesar 10,09%. Rata-rata penduduk yang memiliki ijazah tertinggi SLTA dalam kurun waktu penelitian adalah sebesar 26,69% dengan standar deviasi sebesar 11,03%.

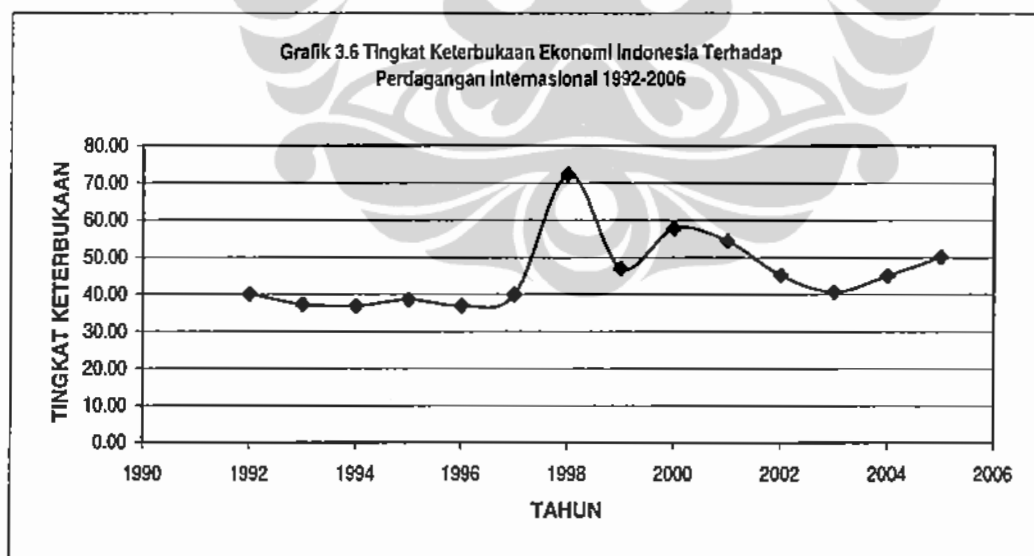
Semakin banyak angkatan kerja yang memiliki jenjang pendidikan yang lebih tinggi diiringi dengan tingginya keahlian yang dimilikinya diharapkan dapat meningkatkan kualitas mereka dalam bekerja, termasuk jika mereka bekerja dalam sektor pariwisata. Peningkatan kepuasan wisatawan terhadap

Universitas Indonesia

layanan jasa sektor pariwisata di Indonesia yang diperoleh melalui kualitas tenaga kerja Indonesia diharapkan akan membuat wisatawan tersebut mengulangi kunjungannya ke Indonesia di waktu mendatang atau bahkan merekomendasikannya pada teman/kerabat di negara asalnya.

### 3.6. Tingkat Keterbukaan Ekonomi Indonesia Terhadap Perdagangan Internasional

Grafik berikut menunjukkan tingkat keterbukaan perekonomian Indonesia. Jika tingkat keterbukaan ekonomi Indonesia semakin meningkat, maka diharapkan semakin banyak wisatawan internasional berkunjung ke Indonesia yang mengawalinya dengan kegiatan bisnis dan institusional kemudian melanjutkan kunjungannya di Indonesia untuk berlibur. Data Departemen Kebudayaan dan Pariwisata selama kurun waktu penelitian menunjukkan kegiatan wisatawan ke Indonesia untuk tujuan bisnis menempati posisi ke dua setelah tujuan liburan setiap tahunnya.



Sumber : Key Indikator 2007, Asian Development Bank

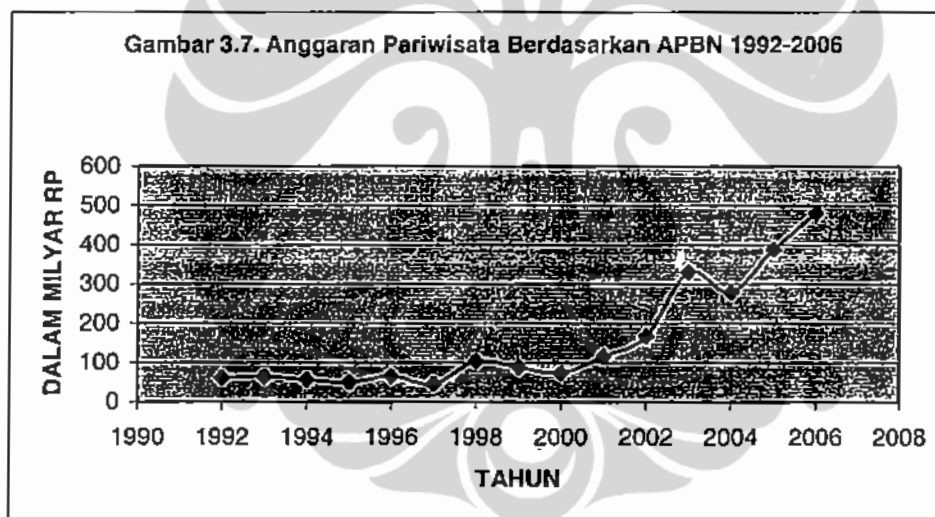
Tingkat keterbukaan Indonesia terhadap perdagangan internasional pernah mengalami titik tertinggi pada tahun 1998 yaitu sebesar 72,23% dan titik terendah pada tahun 1994 sebesar 34,85%. Rata-rata tingkat keterbukaan

Universitas Indonesia

Indonesia terhadap perdagangan internasional adalah sebesar 46,85% dengan standar deviasi sebesar 9,6%.

### 3.7. Anggaran Pariwisata di Indonesia

Anggaran pariwisata tertinggi dialokasikan pemerintah melalui APBN pada tahun 2006 sebesar Rp 481 milyar sedangkan anggaran pariwisata terendah terjadi pada tahun 1997 dengan nilai anggaran Rp 45 milyar. Selama kurun waktu penelitian, rata-rata anggaran yang dialokasikan pemerintah tiap tahunnya untuk sektor/sub sektor pariwisata adalah Rp 158 milyar dengan standar deviasi sebesar Rp 137milyar.



### 3.8. Travel Warning/Larangan Berkunjung ke Indonesia

Kondisi keamanan yang kurang kondusif di Indonesia diawali dari kerusuhan Mei 1998, dilanjutkan dengan konflik internal antar suku di beberapa wilayah di Indonesia dan isu terorisme melalui teror/peledakan bom yang terjadi di beberapa tempat/wilayah sepanjang tahun 2000-2005. Hal lain yang turut mempengaruhi adalah tragedi *World Trade Center (WTC)* di Amerika Serikat.

Teror bom yang memakan korban terbesar di Indonesia yaitu bom Bali pertama di tahun 2002 yang menewaskan 202 orang yang mayoritas berasal dari Australia serta membuat 300 orang terluka.

Kondisi keamanan yang kurang kondusif di Indonesia ditanggapi oleh beberapa negara maju dengan mengeluarkan *travel warning*/larangan berkunjung untuk warga negaranya. Larangan berkunjung ke Indonesia mulai diberlakukan November tahun 2000 ketika pertama kali Amerika Serikat memutuskan untuk melarang warga negaranya mengunjungi Indonesia. *Travel warning* ini pun diikuti oleh beberapa negara lain sesudahnya diantaranya yaitu Australia, Kanada, Denmark, dan Inggris. Keempat negara tersebut memberlakukan *travel warning* di tahun 2001. Hingga akhir waktu penelitian (2006), Indonesia masih menjadi negara yang dilarang untuk dikunjungi oleh keempat negara tersebut, meskipun seringkali *travel warning* tersebut dicabut namun sifatnya sementara karena kemudian akan di berlakukan kembali. Kesemuanya tergantung pada isu-isu yang terjadi di Indonesia.

Banyaknya warga negara asing yang menjadi korban dari peledakan dan sasaran teror bom yang selalu ditujukan terhadap komunitas warga negara asing di Indonesia diperkirakan semakin mempengaruhi pandangan dunia terhadap tingkat keamanan di Indonesia. Adanya *travel warning* dari beberapa negara diperkirakan akan menyebabkan menurunnya kunjungan wisatawan ke Indonesia.

### 3.9. Tsunami di Indonesia

Menurut Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), seringkali pariwisata terpengaruh oleh faktor eksternal, salah satunya adalah bencana alam yang terjadi di negara tujuan wisata.

Dalam kurun waktu penelitian, Indonesia pernah mengalami bencana alam terbesar yaitu Tsunami Aceh pada 26 Desember 2004 dengan gempa berskala Richter sebesar 9,3 dan merupakan gempa terhebat dalam kurun waktu sekitar 40 tahun terakhir. Gempa ini juga terjadi di beberapa daerah pantai di negara

lain secara bersamaan (Thailand, India, Bangladesh, Somalia, Srilanka, Maladewa, Malaysia). Namun korban jiwa yang paling banyak adalah Indonesia yaitu sebesar 126,915 orang meninggal, sekitar 100 orang luka-luka, sekitar 37,000 ribu orang hilang dan sekitar 517,000 rumah hilang.<sup>68</sup>

Bencana alam dalam skala besar diperkirakan akan menurunkan jumlah wisatawan internasional ke Indonesia.



---

<sup>68</sup>Tsunami. <<http://www.wikipedia.com>>

## BAB 4 METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah wisatawan internasional ke Indonesia, dilakukan dengan menggunakan pendekatan ekonomi yang diolah melalui teknik analisis regresi dan dilengkapi dengan analisis deskriptif melalui penyebaran kuesioner.

Pendekatan ekonomi digunakan sebagai dasar untuk membentuk model penelitian. Analisis regresi dilakukan untuk mengestimasi suatu hubungan antara variabel-variabel bebas (Produk domestik bruto riil perkapita negara asal wisatawan, nilai tukar riil mata uang negara asal wisatawan terhadap Rupiah, jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia periode sebelumnya, perkembangan jalan beraspal, tingkat pendidikan SLTA yang ditamatkan penduduk Indonesia, tingkat keterbukaan ekonomi Indonesia, anggaran pariwisata yang tercantum dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara) dan variabel dummy (*travel warning* terhadap Indonesia dan tsunami di Indonesia) terhadap jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia. Selain itu, analisis regresi juga diharapkan dapat memprediksi jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia berdasarkan seluruh variabel bebas dan variabel dummy seperti disebutkan di atas. Analisis deskriptif melalui penyebaran kuesioner terhadap warga negara asing yang pernah/sedang berkunjung ke Indonesia dilakukan hanya sebagai pelengkap penelitian dengan maksud untuk mengetahui respon langsung dari para wisatawan.

Pengujian ekonometri yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi data panel yang menggabungkan analisis data antar waktu dan antar negara. Penggunaan analisis data panel diharapkan dapat memberikan data yang lebih informatif, dapat mengontrol heterogenitas individu, dan menghindari kolinieritas antar variabel.

Data antar waktu yang digunakan dalam penelitian ini dimulai dari tahun 1992 hingga 2006. sedangkan data silang digunakan dengan melihat 10 negara asal negara wisatawan yaitu Singapura, Jepang, Malaysia, Australia, Taiwan, Korea Selatan,

Amerika Serikat, Jerman, Inggris, dan Belanda. Ke-10 negara tersebut merupakan negara yang berkontribusi besar terhadap jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia setiap tahunnya (selama periode penelitian berkontribusi sekitar 80% per tahun terhadap jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia).

Penelitian ini menggunakan variabel bebas yang menggunakan selama 1 tahun, sehingga total observasi menghasilkan 140 data (dari seharusnya 150 data). Jumlah observasi sebanyak 140 data berasal dari data 10 negara dikalikan dengan jumlah tahun sebanyak 14 tahun.

Tabel 4.1. Indikator Model Penelitian

Nama Variabel	Keterangan	Sumber Data	Tanda yang Diharapkan
$LW_{isman}_{it}$	Log Wisatawan Internasional ke Indonesia yang berasal dari negara $i$ , pada tahun $t$ .  Peningkatan jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia dijadikan indikator berhasilnya sektor pariwisata di Indonesia	Departemen Kebudayaan dan Pariwisata, 2006	
$LGDPKAPR_{it-1}$	Log Produk Domestik Bruto per kapita riil dari masing-masing negara asal wisatawan $i$ , pada tahun $t-1$ .  Semakin tinggi PDB riil per kapita dari tiap negara asal wisatawan pada periode 1 tahun sebelumnya, maka kesempatan penduduk dari negara tsb untuk membelanjakan pendapatannya semakin tinggi, termasuk diantaranya untuk melakukan kegiatan pariwisata ke luar negaranya (termasuk ke Indonesia)	IMF, World Economic Outlook Database Apr 2008	Positif



Nama Variabel	Keterangan	Sumber Data	Tanda yg Diharapkan
LRER <sub>it</sub>	<p>Log Nilai Tukar Riil antara mata uang dari ke-10 negara asal wisatawan dari negara i ( SGD, Yen, Ringgit, AUD, Won, New Taiwan Dollar, USD, Euro, Pounds) terhadap Rp pada periode t.</p> <p>Nilai Tukar Riil merupakan rasio antara Indeks Harga Implisit (IHI) masing-masing negara asal wisatawan terhadap IHI Indonesia dikalikan dengan nilai tukar nominal antara Indonesia dan masing-masing negara tsb pada tahun t. Jika kurs riil suatu negara lebih tinggi dari negara lainnya, maka barang-barang di luar negara tersebut lebih murah dan barang-barang di dalam negara tersebut relatif lebih mahal.</p> <p>Murahnya barang/jasa di Indonesia diharapkan akan meningkatkan jumlah wisatawan internasional yang mengunjungi Indonesia</p>	IMF, World Economic Outlook Database Apr 2008	Negatif
L Wisman <sub>it-1</sub>	<p>Log Jumlah Wisatawan Internasional asal negara i yang berkunjung ke Indonesia pada periode t-1 (satu tahun sebelumnya)</p> <p>Jumlah kunjungan wisatawan tahun sebelumnya menjadi indikator untuk menentukan jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung pada tahun berjalan. Hal ini diperkuat dengan fakta bahwa pilihan untuk berkunjung ke suatu tempat wisata umumnya diperoleh melalui pengalaman pribadi di waktu sebelumnya ataupun pengalaman/cerita/rekomendasi dari keluarga/teman/kerabat/agen perjalanan/media massa mengenai tempat tujuan wisata</p>	Departemen Kebudayaan dan Pariwisata, 2006	Positif
LJALAN <sub>t</sub>	<p>Log Pembangunan jalan beraspal di Indonesia pada periode t</p> <p>Pembangunan jalan beraspal diharapkan akan meningkatkan jumlah wisatawan internasional yang berkunjung.</p> <p>Infrastruktur jalan yang baik akan menjadikan tempat tujuan wisata menjadi mudah diakses sehingga dapat menghemat waktu, biaya, dan tenaga</p>	Statistik Indonesia, BPS, berbagai edisi tahunan	Positif

Nama Variabel	Keterangan	Sumber Data	Tanda yg Diharapkan
LEDU <sub>t</sub>	<p>Log Tingkat Pendidikan jenjang SLTA yang ditamatkan penduduk Indonesia pada periode t.</p> <p><math display="block">\frac{\text{Jumlah Penduduk tamat SLTA} \times 100\%}{\text{Jumlah Penduduk 10 thn ke atas}}</math></p> <p>Semakin tinggi persentase penduduk Indonesia yang menamatkan pendidikan SLTA diharapkan akan menghasilkan angkatan kerja yang lebih berkualitas, termasuk angkatan kerja di bidang pariwisata..</p>	Statistik Indonesia, BPS berbagi edisi Tahunan	Positif
L OPEN <sub>t</sub>	<p>Log Tingkat Keterbukaan Ekonomi Indonesia pada periode t</p> <p>Nilai Keterbukaan/Open diperoleh melalui</p> <p><math display="block">\text{OPEN} = \frac{\text{Nilai Import} + \text{Nilai Export}}{\text{PDB}}</math></p> <p>Semakin terbuka ekonomi Indonesia melalui perdagangan internasional diharapkan akan meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia</p>	Key Indikator 2007, ADB	Positif
LANGGARAN <sub>t-1</sub>	<p>Log Anggaran Pariwisata Indonesia pada tahun t.</p> <p>Anggaran pariwisata merupakan anggaran dari pemerintah untuk sektor/sub sektor pariwisata yang tercantum dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) di setiap tahunnya yang digunakan untuk pengembangan kepariwisataan. Semakin banyak anggaran pariwisata dialokasikan oleh pemerintah, termasuk didalamnya biaya pemasaran pariwisata, maka jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia akan makin meningkat.</p>	APBN & Nota Keuangan berbagai seri tahunan	Positif

Universitas Indonesia

Nama Variabel	Keterangan	Sumber Data	Tanda yang Diharapkan
TRAVWAR <sub>t</sub>	<p><i>Travel Warning</i>/larangan berkunjung ke Indonesia yang diberikan oleh suatu negara kepada warga negaranya akibat tingkat keamanan di Indonesia yang kurang kondusif menurut Negara tersebut. <i>Travel warning</i> mulai ditujukan kepada Indonesia di akhir tahun 2000 dan masih terjadi hingga akhir tahun 2006. Dalam penelitian ini, 3 negara melakukan <i>travel warning</i> ke Indonesia yaitu USA (2000-2006), Australia (2001-2006), dan Inggris (2001-2006).</p> <p>Indikator 0 diberikan pada negara yang dalam periode tertentu tidak melakukan <i>travel warning</i> ke Indonesia dan indikator 1 diberikan kepada negara yang melakukan <i>travel warning</i> ke Indonesia</p> <p><i>Travel warning</i> diprediksi akan menurunkan jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia</p>	Departemen Luar Negeri dan website masing-masing negara (Amerika Serikat, Inggris, dan Australia)	Negatif
TSUNAMI <sub>t</sub>	<p>Bencana alam Tsunami di akhir tahun 2004 yang dampaknya masih terlihat hingga tahun berikutnya dikhawatirkan akan menyebabkan menurunnya jumlah wisatawan internasional ke Indonesia.</p> <p>Tsunami diprediksi akan menurunkan jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia</p>	Wikipedia	Negatif
Et	Error term		
A	Konstanta		
$\beta_{123456789}$	Koefisien Parameter dari masing-masing variable		

#### 4.1. Model Penelitian

Variabel terikat dalam model penelitian ini adalah jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia. Penentuan variabel terikat dalam model penelitian ini sama dengan yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya yaitu Jie & Camilla pada tahun 2005 dengan menggunakan data runtut waktu terhadap 133 negara di dunia pada periode 1985-1999 dan Martin, Morales, & Scarpa di tahun 2004 dengan menggunakan data panel terhadap 21 negara di Amerika Latin pada

Universitas Indonesia

periode 1985-1998. Perbedaan hanya terjadi pada pemilihan indikator beberapa variabel bebas yang digunakan dalam permodelan. Hal ini dikarenakan jika pun digunakan variabel bebas yang sama dengan yang dilakukan oleh 2 peneliti sebelumnya, tidak menjamin bahwa hasil yang didapat akan memberikan kesimpulan yang sama karena indikator ekonomi negara asal wisatawan maupun negara tujuan wisata berbeda dengan kedua penelitian sebelumnya. Kesamaan pemilihan variabel bebas antara model penelitian ini dengan kedua penelitian di atas adalah menjelaskan variabel bebas dilihat dari sisi wisatawan dan sisi negara tujuan wisata.

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Produk Domestik Bruto (PDB) perkapita riil negara asal wisatawan pada periode 1 tahun sebelumnya, nilai tukar riil antara mata uang negara asal wisatawan terhadap Rupiah, jumlah wisatawan yang berasal dari 10 negara pada 1 tahun sebelumnya, infrastruktur melalui panjang jalan yang diaspal, tingkat pendidikan tertinggi yang ditamatkan penduduk Indonesia pada level SLTA, tingkat keterbukaan ekonomi Indonesia, dan jumlah anggaran pariwisata pada periode satu tahun sebelumnya. Sementara itu, variabel dummy yang digunakan adalah *travel warning* dan bencana tsunami.

Permodelan penelitian menggunakan bentuk logaritma agar standar deviasinya semakin kecil sehingga hasil regresi diharapkan lebih baik. Permodelannya sebagai berikut.

$$LWISMAN_{it} = \alpha + \beta_1 LGDPKAPR_{i,t-1} + \beta_2 LRER_{i,t} + \beta_3 LWISMAN_{i,t-1} + \beta_4 LJALAN_t + \beta_5 LEDU_t + \beta_6 LOPEN_t + \beta_7 LANGGARAN_{t-1} + \beta_8 TRAVWAR_t + \beta_9 TSUNAMI + e_{it}$$

#### 4.2. Metode Analisis Regresi Data Panel

Seperti telah disebutkan di awal, metode analisis regresi data panel menjadi pilihan dalam penelitian ini dikarenakan beberapa kelebihanannya.

Analisis model data panel dikenal memiliki 3 macam pendekatan estimasi yang ditawarkan yaitu:<sup>69</sup>

- a. Metode *Common Effect/Pooled Least Square*, yaitu metode estimasi dimana besarnya parameter  $\alpha$  dan  $\beta$  adalah sama untuk setiap individu. Hasil analisis regresi dianggap berlaku pada semua obyek pada semua waktu. Kelemahan asumsi ini adalah ketidaksesuaian model dengan keadaan sesungguhnya. Kondisi tiap obyek saling berbeda, bahkan satu obyek pada suatu waktu akan sangat berbeda dengan kondisi obyek tersebut di waktu yang lain. Asumsi bahwa individu bersifat homogen membuat hasil penelitian sulit untuk melihat perubahan yang terjadi antar individu.
- b. Metode *Individual Effect* yaitu metode estimasi parameter dengan memperhatikan sifat dari individu tanpa memperhatikan struktur kovarian error termnya. Metode ini terbagi 2 menjadi *Fixed Effects* dan *Random Effects*.

- Metode *Fixed Effects*,

Metode ini dapat menunjukkan perbedaan konstan antar obyek meskipun dengan koefisien regresor yang sama. Efek tetap yang dimaksud adalah bahwa satu obyek memiliki konstan dan koefisien regresi yang besarnya tetap untuk berbagai periode waktu. Untuk membedakan antar obyek digunakan variabel dummy, karenanya model ini sering disebut *Least Squares Dummy Variables*. Perbedaan antar individu dapat diketahui melalui perbedaan nilai intersep. Kelemahan model ini, jika data individu yang digunakan cukup banyak, penambahan variabel dummy akan mengurangi derajat kebebasan yang pada akhirnya akan mempengaruhi tingkat efisiensi dari parameter yang diestimasi.

---

<sup>69</sup> Winarno, Wahyu W. *Analisis Ekonometri dan Statistika Dengan E-Views*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2007

- *Random Effect*,

Metode ini digunakan untuk mengatasi kelemahan metode efek tetap yang menggunakan variabel dummy yang dikhawatirkan akan membuat model mengalami ketidakpastian. Sebagai pengganti variabel dummy pada metode *fixed effect*, metode efek random menggantinya dengan menggunakan residual, yang diduga memiliki hubungan antar waktu dan antar obyek. Pada model random, konstanta diasumsikan bersifat random. Prasyarat menggunakan efek random adalah obyek data silang harus lebih besar dari banyaknya koefisien.

Untuk memilih pendekatan analisis data panel yang digunakan, maka dapat menggunakan berdasarkan pemahaman. Jika dampak dari gangguan diasumsikan bersifat acak, maka yang dipilih adalah model *Random Effect*. Namun jika gangguan diasumsikan memiliki pengaruh yang tetap yang dianggap sebagai bagian dari intersep, maka yang dipilih adalah *Fixed Effect*. Selain itu, jika dampak gangguan tidak dapat ditentukan dan data yang digunakan (seluruh individu dalam populasi ataupun hanya berupa sampel) tidak dapat diambil secara acak, maka *Fixed Effect* merupakan metode yang tepat. Sebaliknya, bila data yang digunakan tersebut diambil berdasarkan sampel secara acak dari populasi yang besar, maka yang digunakan adalah model *Random Effect*.

Uji statistik juga dapat dilakukan untuk menentukan metode pendekatan data panel mana yang digunakan yaitu dengan menggunakan Chow Test untuk menguji metode antara *Common Effect* dan *Fixed Effect*. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka model yang digunakan adalah model *Fixed Effect*, begitu pula sebaliknya.

Untuk memilih antara metode pendekatan *Fixed Effect* dan *Random Effect* dapat dilakukan dengan test Hausman. Jika hasilnya menunjukkan nilai  $w > \text{nilai chi squared tabel}$ , maka digunakan *Random Effect*, sedangkan jika nilai  $w < \text{Nilai Chi Squared}$ , maka model yang tepat digunakan adalah *Fixed Effect*.

Universitas Indonesia

#### 4.2.1. Uji Kesesuaian Model Penelitian

Model Penelitian perlu diuji melalui kesesuaian model dan asumsi klasik. Uji kesesuaian model memiliki pengertian bahwa model yang digunakan terspesifikasi dengan benar. Artinya variabel bebas dalam model mampu menjelaskan keadaan yang terjadi pada variabel terikat. Uji kesesuaian terdiri dari  $R^2$ , Uji F, dan Uji T.<sup>70</sup>

##### a. Uji Kesesuaian $R^2$

Koefisien determinasi  $R^2$  diartikan sebagai kemampuan variabel bebas menjelaskan pengaruhnya sebesar persentase tertentu terhadap variabel terikat. Semakin besar kemampuan variabel bebas menjelaskan kondisi yang terjadi pada variabel terikat, maka nilai  $R^2$  pada model yang dianalisa semakin besar dan dapat dikatakan bahwa model regresi tersebut semakin baik/sesuai. Sebaliknya, jika  $R^2$  semakin kecil, maka model yang digunakan dapat dikatakan kurang sesuai dalam menjelaskan fenomena yang diteliti. Nilai  $R^2$  terletak antara 0 dan 1. jika  $R^2 = 1$  berarti variabel bebas yang dimasukkan kedalam permodelan mampu menjelaskan semua perubahan yang terjadi dalam variabel terikat.

##### b. Uji Serempak (Uji F)

Uji F merupakan uji signifikansi model dengan melihat apakah seluruh variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel terikat.

##### c. Uji Parsial (Uji T)

Uji T dimaksudkan untuk mengetahui signifikansi dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dalam model yang digunakan. Uji T dilakukan jika Uji F menunjukkan hasil yang signifikan. Suatu variabel bebas dikatakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat jika rasio antara nilai dugaan koefisien regresi variabel bebas yang bersangkutan terhadap standard errornya lebih tinggi.

---

<sup>70</sup> Gujarati, Damodar N. *Basic Econometric 4<sup>th</sup> Edition*. New York: Mc. Graw-Hill, 2003

#### 4.2.2. Uji Asumsi Klasik Model Penelitian

Untuk mendapatkan model yang konsisten serta efisien, maka digunakan pengujian apakah terjadi masalah dalam hal multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi.<sup>71</sup>

##### a. Multikolinearitas

Multikolinearitas didefinisikan sebagai adanya hubungan/korelasi yang cukup kuat antara sesama variabel bebas dalam model. Dengan adanya multikolinearitas maka standard error koefisien regresi akan meningkat. Akibatnya variabel bebas yang saling berkorelasi menjadi tidak signifikan walaupun sebetulnya variabel bebas tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Multikolinearitas juga dapat menyebabkan tanda dari koefisien regresi yang diperoleh menjadi berlawanan dengan teori yang semestinya.

Indikasi terjadinya multikolinearitas menurut Gujarati adalah jika:

- Nilai  $R^2$  yang tinggi dan nilai F yang signifikan tetapi sebagian besar nilai t, tidak signifikan
- Adanya korelasi sederhana yang relatif tinggi (lebih besar sama dengan 0.8) antara satu atau lebih pasang variabel bebas.
- Dengan menggunakan regresi antar variabel bebas, jika ternyata nilai  $R^2$ nya tinggi, maka dapat dipastikan terjadi ketergantungan linear di antara variabel bebas tersebut.

Multikolinearitas akan memunculkan keadaan dimana estimatornya masih bisa bersifat BLUE, tetapi memiliki varian dan kovarian yang besar, sehingga sulit dipakai sebagai alat estimasi, interval estimasi cenderung lebar dan nilai uji statistik Uji t akan kecil yang menyebabkan variabel bebas tidak signifikan secara statistik dalam mempengaruhi variabel terikat.

<sup>71</sup> Gujarati, Damodar N. *Basic Econometric 4<sup>th</sup> Edition*. New York: Mc. Graw-Hill, 2003



Terdapat beberapa alternatif dalam menghadapi masalah multikolinearitas.

Alternatif tersebut yaitu:

- Membiarkan model yang digunakan mengandung multikolinearitas, karena estimatornya masih dapat bersifat BLUE. Sifat BLUE tidak terpengaruh oleh ada tidaknya korelasi antar variabel bebas. Namun harus diketahui bahwa multikolinearitas akan menyebabkan standar error yang besar.
- Menambahkan data bila memungkinkan, karena masalah multikolinearitas biasanya muncul karena jumlah observasinya sedikit. Jika datanya tidak dapat ditambah, model yang sekarang digunakan dapat diteruskan.
- Menghilangkan variabel bebas yang memiliki hubungan linear yang kuat dengan variabel lain. Namun jika menurut teori, variabel bebas tersebut tidak mungkin dihilangkan, berarti harus tetap dipakai.
- Ditransformasikan kedalam salah satu atau beberapa bentuk variabel, termasuk misalnya dengan melakukan diferensi.
- Menggabungkan data cross sectional dengan data time series menjadi data panel agar ukuran sampel menjadi semakin besar sehingga koefisien antar variabel bebas diharapkan akan mengecil. Dengan langkah ini, maka dipastikan data panel telah terbebas dari multikolinearitas.

#### b. Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas dapat diartikan sebagai nilai varians dari tiap *disturbance/gangguan* yang tidak konstan untuk setiap nilai variabel bebas atau sepanjang periode observasi. Umumnya masalah ini muncul pada data *cross section*, walaupun juga dapat terjadi pada data *time series*. Penyebabnya antara lain karena metode pengumpulan data yang semakin baik sehingga menyebabkan kesalahan dalam pengukuran nilai-nilai

Universitas Indonesia

variabel yang semakin kecil sehingga menyebabkan standard error koefisien dengan metode pendugaan OLS menjadi cenderung lebih besar dibandingkan dengan metode pendugaan lainnya seperti GLS dan WLS.

Pengaruh heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

- Estimator metode kuadrat terkecil tidak mempunyai varian yang minimum (tidak lagi *best*) sehingga hanya memenuhi karakteristik *linear unbiased estimator*. Meskipun demikian, estimator metode kuadrat terkecil masih bersifat linear dan tidak bias.
- Menyebabkan *confidence interval* untuk masing-masing koefisien cenderung melebar.
- Perhitungan standard error tidak dapat dipercaya lagi kebenarannya karena varian tidak minimum mengakibatkan estimasi regresi tidak efisien.
- Uji hipotesis yang didasarkan pada uji F dan uji t yang dilakukan terhadap model menjadi tidak signifikan karena standard errornya tidak dapat dipercaya. Pengaruhnya adalah model yang baik disimpulkan menjadi model yang kurang sesuai.

Pengujian ada tidaknya heteroskedastisitas dapat digunakan dengan metode grafik, Uji Park, Uji Glesjer, Uji Korelasi Spearman, Uji Goldfeld-Quandt, Uji Buresch-Pagan-Goodfrey dan Uji White.

Heteroskedastisitas dapat dihilangkan dengan berbagai alternatif. Namun alternatif tersebut tergantung kepada ketersediaan informasi tentang varian dan residual.

- Jika varian dan residual diketahui, maka heteroskedastisitas dapat diatasi dengan model *Weighted Least Square/WLS*/kuadrat terkecil tertimbang. Dalam model data panel, masalah heteroskedastisitas dapat diatasi dengan menggunakan metode penggunaan GLS.

- Jika varian tidak diketahui, maka Kita harus terlebih dulu mengetahui pola varian residual. Untuk varian yang tidak terketahui, maka menggunakan metode White. Metode White dikenal dengan varian heteroskedastisitas terkoreksi.
- Metode transformasi digunakan dengan cara coba-coba yaitu mengubah persamaan dengan cara yang konsisten agar masalah heteroskedastisitas menjadi hilang.

c. Autokorelasi

Autokorelasi adalah hubungan antara residual satu observasi dengan residual observasi lainnya. Autokorelasi lebih sering terjadi pada data yang bersifat *time series*. Karena berdasarkan sifatnya, data masa sekarang dipengaruhi oleh data pada masa sebelumnya. Meskipun demikian, tetap dimungkinkan autokorelasi ditemukan pada data yang bersifat antar obyek (*cross section*).

Autokorelasi dapat berbentuk autokorelasi positif ataupun negatif. Dalam analisis *time series*, lebih besar kemungkinan terjadinya autokorelasi positif karena variabel yang dianalisis biasanya mengandung kecenderungan meningkat. Menurut Gujarati, beberapa penyebab autokorelasi adalah

- Data mengandung pergerakan naik turun secara musiman
- Kekeliruan memanipulasi data, misalnya data tahunan dijadikan data kuartalan dengan membagi 4.
- Dalam data runtut waktu, terjadi hubungan antara data sekarang dan data periode sebelumnya
- Data yang dianalisis tidak bersifat stationer

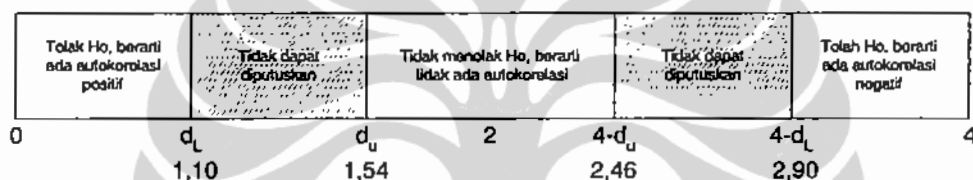
Masalah autokorelasi akan menyebabkan estimator yang kita peroleh memiliki karakteristik berikut:

- Estimator metode kuadrat terkecil masih linear
- Estimator metode kuadrat terkecil masih tidak bias

- Estimator metode kuadrat terkecil tidak mempunyai varian yang minimum (*no longer best*).

Untuk menguji masalah autokorelasi terlebih dahulu diperiksa melalui Uji Durbin-Watson(D-W) dan Uji Breusch-Godfrey (B-G).

Uji D-W merupakan salah satu uji yang banyak digunakan untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi. Berikut gambaran untuk menentukan ada tidaknya autokorelasi dengan uji D-W.



Namun demikian, uji D-W memiliki kelemahan yaitu:

- Hanya berlaku bila variabel bebasnya bersifat random.
- Model yang dianalisis dengan menyertakan data yang didiferensi, misalnya model *autoregressive* AR(p), maka uji DW hanya berlaku pada AR(1) sedangkan AR selanjutnya dapat digunakan uji Durbin-h
- Uji DW tidak dapat digunakan pada model rata-rata bergerak. Untuk mengatasinya maka digunakan uji Breush-Godfrey (B-G).

Uji B-G atau disebut juga uji Lagrange-Multiflier. Jika setelah dilakukan pengujian menghasilkan probability yang lebih besar dari  $\alpha=5\%$ , berarti tidak ada autokorelasi.

Untuk menghilangkan autokorelasi, maka terlebih dahulu harus diketahui besarnya koefisien autokorelasi dengan menggunakan uji G (Uji Beren-blut-

Webb). Jika nilai uji  $g$  telah diketahui, maka bandingkan dengan nilai kritis  $d$ . jika  $g$  lebih besar dari  $\alpha=5\%$  berarti data tidak mengandung autokorelasi.

#### 4.3. Metode Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan sebagai pelengkap dalam penelitian ini melalui data primer yang diperoleh langsung dari responden, dalam hal ini wisatawan asing yang pernah/sedang berkunjung ke Indonesia. Metode pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner melalui e-mail bagi wisatawan yang pernah berkunjung ke Indonesia ataupun diberikan langsung terhadap wisatawan internasional yang sedang berkunjung ke Indonesia.

Penyebaran kuesioner dilakukan terhadap 34 responden, namun yang mengembalikan kuesioner sebanyak 30 responden. Wisatawan asing yang menjadi sampel penelitian diambil melalui *non probabilitas purposive sampling* dimana pengambilan sampel dilakukan secara subyektif sesuai dengan obyek yang dijadikan bahan penelitian. Responden berasal dari beberapa negara yang termasuk dalam obyek penelitian (Singapura, Jepang, Malaysia, Australia, Jerman, Belanda, Inggris, dan Amerika Serikat). Penyebaran kuesioner dilakukan selama bulan Juli 2008. Responden memiliki usia 20-50 tahunan dan telah melakukan frekuensi kunjungan ke Indonesia sebanyak 1-3 kali (26.7%), 4-6 kali (50%), dan lebih dari 6 kali (23.3%).

## BAB 5 ANALISA DAN PEMBAHASAN

### 5.1. Hasil Penelitian Melalui Analisis Regresi

Dalam penelitian ini, analisis regresi model data panel yang digunakan adalah metode *Individual Effect* dengan mempertimbangkan bahwa kondisi tiap negara dalam penelitian berbeda dengan negara lainnya.

Tujuan penelitian ini untuk memperkirakan jumlah wisatawan dari tiap negara yang akan berkunjung ke Indonesia, maka dipilihlah pendekatan yang memiliki perbedaan konstan antar obyek meskipun dengan koefisien regresor dan konstanta yang sama untuk berbagai periode waktu. Oleh karena itu, pilihan dijatuhkan pada metode *Individual* melalui pendekatan *Fixed Effect* sehingga prediksi jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia dari tiap negara dapat terlihat melalui perbedaan intersep.

Metode *Fixed Effect* yang dipilih adalah dengan pembobotan (*weighted*) dengan alasan nilai  $R^2$  dihasilkan dengan pembobotan lebih tinggi daripada tanpa menggunakan pembobotan.  $R^2$  dengan pembobotan sebesar 0.999 sedangkan  $R^2$  tanpa pembobotan adalah sebesar 0.958.

Berikut ini adalah regresi yang dihasilkan dalam penelitian

$$\begin{aligned} LWISMAN_{it} = & \alpha + 0,47 LGDPKAPR_{i,t-1} + 0,21 LRER_{i,t} + 0,54 LWISMAN_{i,t-1} \\ & + 1,09 LJALAN_t + 0,11 LEDU_t + 0,32 LOPEN_t + 0,097 \\ & LANGGARAN_{i,t-1} - 0,22 TRAVWAR_t - 0,17 TSUNAMI_t + e_{it} \end{aligned}$$

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistik	Prob.
LGDPKAPR?(-1)	0.473423	0.134496	3.519985	0.0006
LRER?	-0.214997	0.059818	-3.5942	0.0005
LWISMAN?(-1)	0.547984	0.082269	6.660841	0.0000
LJALAN?	1.090187	0.279051	3.906766	0.0002
LEDU?	0.113773	0.068066	1.671515	0.0972
LOPEN?	0.31717	0.166963	1.899643	0.0599
LANGGARAN?(-1)	0.096671	0.054063	1.788118	0.0763
TRAVWAR?	-0.223673	0.066106	-3.38354	0.0010
TSUNAMI?	-0.170223	0.060415	-2.81757	0.0057
Fixed Effects				
_SPR—C	-13.90362			
_JPG—C	-15.44608			
_MLY—C	-13.72727			
_AUS—C	-14.39477			
_TAIWAN--C	-14.92771			
_KORSEL--C	-15.81417			
_USA—C	-14.79825			
_GERMAN—C	-14.88595			
_UK—C	-14.6823			
_NETH—C	-15.01053			
Weighted Statistiks				
R-squared	0.998912	Mean dependent var		13.78409
Adjusted R-squared	0.99875	S.D. dependent var		4.716218
S.E. of regression	0.166761	Sum squared resid		3.364909
Log likelihood	70.18887	F-statistik		6169.771
Durbin-Watson stat	2.229397	Prob(F-statistik)		0.00000

### 5.1.1. Pengujian Kesesuaian Model

#### a. Uji Kesesuaian ( $R^2$ )

Tabel di atas menunjukkan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,999 yang berarti variabel bebas yang dipilih (PDB perkapita riil 1 tahun sebelumnya, nilai tukar riil, jumlah wisatawan yang berkunjung 1 tahun sebelumnya, panjang jalan beraspal, tingkat pendidikan SLTA yang

Universitas Indonesia

ditamatkan penduduk, tingkat keterbukaan ekonomi, anggaran pariwisata satu tahun sebelumnya) dan variabel dummy (*travel warning* dan tsunami) telah mampu menjelaskan pengaruhnya sebesar 99,9% terhadap variabel terikat (jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia).

b. Uji Serempak (F)

Hipotesa :

H<sub>0</sub> = Jika seluruh variabel bebas secara bersama-sama tidak mempengaruhi variabel terikat

H<sub>1</sub> = Jika seluruh variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel terikat

$\alpha = 10\%$

Dalam penelitian ini, nilai F statistik = 6169 jauh lebih besar daripada nilai kritisnya (1,7). Sehingga H<sub>0</sub> ditolak. Rasio ini juga didukung oleh tingkat probabilitas 0.0000 yang menunjukkan bahwa tingkat kesalahan untuk menolak H<sub>0</sub> adalah 0%. Sehingga kesimpulan yang diperoleh adalah seluruh variabel bebas dan variabel dummy (PDB perkapita riil satu tahun sebelumnya, nilai tukar riil, jumlah wisatawan yang berkunjung tahun sebelumnya, panjang jalan beraspal, tingkat pendidikan SLTA yang ditamatkan penduduk, tingkat keterbukaan ekonomi, jumlah anggaran pariwisata satu tahun sebelumnya) serta variabel dummy (*travel warning* dan tsunami) secara bersama-sama mempengaruhi variabel terikat (jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia).

c. Uji Parsial (t)

H<sub>0</sub> = Jika variabel bebas secara individu bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap terhadap variabel terikat dan arahnya tidak konsisten

H<sub>1</sub> = Jika variabel bebas secara individu merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat dengan arah yang konsisten.

$\alpha = 10\%$

Dalam penelitian ini, seluruh variabel bebas dan variabel dummy memiliki nilai t-hitung (absolut) lebih besar dari t-tabel (1.645) signifikan pada

Universitas Indonesia



tingkat kesalahan ( $\alpha$ ) 10% sesuai dengan arah yang ditentukan. Sehingga seluruh variabel tersebut menolak  $H_0$  yang artinya masing-masing variabel bebas (PDB per kapita riil pada satu tahun sebelumnya, nilai tukar riil, jumlah wisatawan tahun sebelumnya, panjang jalan beraspal, tingkat pendidikan SLTA yang ditamatkan penduduk, tingkat keterbukaan ekonomi, dan jumlah anggaran pariwisata satu tahun sebelumnya) serta variabel dummy (*travel warning* dan tsunami) tersebut mempengaruhi variabel terikat (jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia).

### 5.1.2. Pengujian Asumsi Klasik

Uji pelanggaran terhadap asumsi OLS dalam penelitian ini adalah sbb:

- a. Tidak terdapat autokorelasi, dilihat dari nilai DW sebesar 2,23. Walaupun model penelitian menyertakan autoregresi, namun masih dapat diuji dengan menggunakan uji DW.
- b. Tidak terdapat heteroskedastisitas karena pendekatan model penelitian ini menggunakan data panel dengan *fixed effect* dengan pembobotan atau disebut juga metode *GLS White Heteroskedasticity consistent standar errors & covariance*, sehingga diasumsikan model sudah bersifat homoskedastis. Secara teori cara menyembuhkan heterokedastis adalah dengan menggunakan GLS.
- c. Jenis data yang digunakan adalah data panel yang merupakan salah satu cara untuk menyembuhkan multikolinearitas karena ukuran sampel pada data panel relatif jauh lebih besar daripada data *cross section* maupun *time series*, sehingga koefisien korelasi antar variabel bebas diharapkan akan semakin mengecil dan dapat diasumsikan pada pengolahan data panel tidak terjadi multikolinearitas.

### 5.1.3. Interpretasi Penelitian Melalui Analisis Regresi

Interpretasi hasil penelitian melalui analisis regresi adalah sebagai berikut.

- Jika PDB per kapita riil dari negara  $i$  pada tahun  $t$  meningkat 1%, maka jumlah wisatawan negara  $i$  yang mengunjungi Indonesia pada satu tahun berikutnya akan meningkat sebesar 0,47%.
- Jika nilai tukar riil Rupiah terhadap mata uang negara ke  $i$  pada tahun  $t$  melemah 1% sehingga harga barang/jasa di Indonesia lebih murah dibandingkan dengan negara  $i$ , maka jumlah wisatawan negara ke  $i$  yang mengunjungi Indonesia pada tahun  $t$  akan meningkat sebesar 0,21%
- Jika jumlah wisatawan dari negara  $i$  pada tahun  $t$  meningkat 1%, maka jumlah wisatawan negara  $i$  pada satu tahun berikutnya akan meningkat sebesar 0,55%
- Jika panjang jalan beraspal di Indonesia pada tahun  $t$  meningkat 1%, maka jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia pada tahun  $t$  akan meningkat sebesar 1,09%
- Jika jumlah penduduk Indonesia yang menamatkan pendidikan SLTA pada tahun  $t$  meningkat 1%, maka jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia pada tahun  $t$  akan naik 0,11%
- Jika tingkat keterbukaan ekonomi Indonesia pada tahun  $t$  meningkat 1%, maka jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia pada tahun  $t$  akan naik 0,32%.
- Jika jumlah anggaran pariwisata Indonesia pada tahun  $t$  meningkat 1%, maka jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia satu tahun berikutnya akan meningkat sebanyak 0,09%
- Jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia dari Amerika Serikat, Inggris, dan Australia menurun dengan tingkat rata-rata sebesar 0,22 ketika ketiga negara tersebut menerbitkan travel warning ke Indonesia.
- Tsunami mengurangi jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia dari masing-masing negara asal wisatawan dengan tingkat penurunan rata-rata 0,17

Intersep yang dihasilkan melalui pengolahan data menunjukkan jika minat wisatawan internasional untuk mengunjungi Indonesia terhalang oleh terbatasnya pendapatan yang dimiliki wisatawan, harga barang/jasa di

Universitas Indonesia

Indonesia yang mahal, tidak ada promosi langsung dari wisatawan yang pernah berkunjung ke Indonesia sebelumnya, tidak ada pembangunan yang dilakukan Indonesia yang turut mendukung kepariwisataan (tidak ada pembangunan dan perbaikan jalan beraspal, tidak ada penduduk Indonesia yang menamatkan pendidikan SLTA, perekonomian yang tertutup dari negara lain, tidak ada alokasi anggaran pemerintah untuk pariwisata) serta tidak adanya *travel warning* dari negara lain ke Indonesia dan tidak terjadi bencana tsunami di Indonesia, maka jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia dari negara berikut ini akan mengalami penurunan sebagai berikut:

- Jumlah wisatawan Singapura yang berkunjung ke Indonesia rata-rata akan menurun 13,9%
- Jumlah wisatawan Jepang yang berkunjung ke Indonesia rata-rata akan menurun 15,44%
- Jumlah wisatawan Malaysia yang berkunjung ke Indonesia rata-rata akan menurun 13,72%
- Jumlah wisatawan Australia yang berkunjung ke Indonesia rata-rata akan menurun 14,39%
- Jumlah wisatawan Taiwan yang berkunjung ke Indonesia rata-rata akan menurun 14,92%
- Jumlah wisatawan Korea Selatan yang berkunjung ke Indonesia rata-rata akan menurun 15,81%
- Jumlah wisatawan Amerika Serikat yang berkunjung ke Indonesia rata-rata akan menurun 14,79%
- Jumlah wisatawan Jerman yang berkunjung ke Indonesia rata-rata akan menurun 14,88%
- Jumlah wisatawan Inggris yang berkunjung ke Indonesia rata-rata akan menurun 14,68%
- Jumlah wisatawan Belanda yang berkunjung ke Indonesia rata-rata akan menurun 15,01%

Universitas Indonesia

#### 5.1.4. Pembahasan Hasil Penelitian Analisis Regresi

##### a. PDB Per kapita Negara Wisatawan

Hasil penelitian menunjukkan jika PDB per kapita riil dari negara  $i$  pada tahun  $t$  meningkat 1%, maka jumlah wisatawan negara  $i$  yang mengunjungi Indonesia pada satu tahun berikutnya akan meningkat sebesar 0,47%. Peningkatan PDB per kapita riil masing-masing negara asal wisatawan berpengaruh signifikan secara statistik terhadap jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia.

Alasan yang membuat wisatawan internasional memilih Indonesia sebagai Negara tujuan wisatanya adalah sebagai berikut.

- Tingkat pendapatan merupakan salah satu faktor yang menentukan tingkat konsumsi seseorang akan barang/jasa. Jika pendapatan individu meningkat, maka pengeluaran konsumsinya juga akan mengalami peningkatan, termasuk dalam mengalokasikan pendapatannya untuk kegiatan pariwisata.
- Dalam literatur pariwisata dikatakan bahwa fenomena pariwisata memang diawali dengan pergerakan konsumsi dari negara kaya ke negara berkembang. Selain itu, sejarah awal pariwisata adalah kegiatan yang semula hanya dinikmati oleh segelintir orang yang relatif kaya di awal abad 20.<sup>72</sup> Jika Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) mengkategorikan bahwa negara makmur adalah yang memiliki Produk Domestik Bruto (PDB) perkapita USD8.000, maka dapat dikatakan wisatawan terbesar yang berkunjung ke Indonesia adalah berasal dari negara yang perekonomiannya makmur, kecuali Malaysia yang dikategorikan negara berkembang karena tingkat PDB per kapitanya rata-rata per tahun dalam kurun waktu penelitian hanya sekitar USD4500.

<sup>72</sup> Naisbitt, John. *Global Paradox: The Bigger the World Economy, the More Powerful Its Smallest Players*. New York : William Morrow & Company, Inc., 1994

- Penelitian ini juga menemukan bahwa kecuali Malaysia, seluruh negara asal wisatawan dalam penelitian ini merupakan negara dimana warga negaranya paling sering melakukan kegiatan *outbound tourism* (pariwisata ke luar negaranya).<sup>73</sup> Sehingga, jika pun wisatawan internasional itu berkunjung ke Indonesia, hal tersebut dikarenakan *nature* dari individu penduduk negara tersebut yang terbiasa untuk mengalokasikan waktu dan biaya untuk kegiatan pariwisata ke luar negaranya.
- Produk pariwisata Indonesia masih menyimpan daya tarik bagi sebagian kelompok wisatawan lainnya. Hal ini dapat dijelaskan melalui fenomena bahwa pariwisata adalah kegiatan yang melibatkan persepsi yang sulit diukur karena melibatkan sisi kognitif/nilai emosi sehingga ketika kenangannya tentang Indonesia melekat kuat dalam pikirannya, maka wisatawan tersebut akan mengunjungi Indonesia di waktu mendatang tanpa mempedulikan bahwa sesungguhnya wisatawan tersebut memiliki pendapatan yang lebih untuk melakukan kunjungan ke negara lain yang menawarkan produk pariwisata yang lebih baik.

Jika pun kenaikan persentase wisatawan yang berkunjung ke Indonesia tidak sebesar kenaikan persentase PDB per kapita riil dari ke-10 negara wisatawan tersebut, kemungkinan dikarenakan alasan berikut ini

- Keterbatasan waktu wisatawan dan jauhnya jarak dari negara asal wisatawan ke Indonesia sehingga membutuhkan waktu tempuh lebih lama dan memerlukan waktu tinggal di Indonesia yang lebih panjang. Dalam penelitian ini, ditemukan 4 negara asal wisatawan potensial yang jaraknya relatif jauh dari Indonesia yaitu Amerika Serikat, Jerman, Belanda, dan Inggris. Data menunjukkan bahwa sesungguhnya dominasi wisatawan internasional ke Indonesia jika diurut berdasarkan jumlah wisatawan yang berkunjung dalam periode penelitian adalah berasal dari

<sup>73</sup> World Economic Forum 2008, Competitiveness Index of Tourism in the World.  
<<http://www.wttc.org>>

negara yang relatif dekat dengan wilayah Indonesia (Singapura, Jepang, Malaysia, Australia, Taiwan, Korsel).

- Jarak tempuh yang lama dan keterbatasan waktu yang dimiliki wisatawan untuk melakukan perjalanan ke Indonesia membuat kelompok wisatawan tertentu memilih berkunjung ke negara lain yang jaraknya lebih dekat dengan Indonesia (sebagai substitusi). Bagaimanapun, dalam teori ekonomi dinyatakan bahwa Individu memiliki kemampuan untuk menentukan preferensinya terhadap pilihan bundel yang didalamnya terdapat berbagai macam barang/jasa *trade* dan *non trade*. Preferensi teridentifikasi dari perilaku individu tersebut jika dihadapkan pada sejumlah pilihan konsumsi. Preferensi tersebut termasuk untuk substitusi barang/jasa *trade* dan *non trade*.
- Tingginya pendapatan akan memilih barang/jasa yang lebih berkualitas (pendekatan kesejahteraan ekonomi). Diasumsikan kualitas produk Indonesia bukanlah yang lebih baik menurut kelompok wisatawan lain yang tidak memilih Indonesia

#### **b. Nilai Tukar Riil Mata Uang Asal Negara Wisatawan Terhadap Rupiah**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jika nilai tukar riil Rupiah terhadap mata uang asal negara wisatawan melemah 1%, maka jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia akan meningkat sebanyak 0,21%. Walaupun lemahnya nilai tukar riil Rp berpengaruh signifikan secara statistik terhadap jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia, namun jika dilihat dari perubahannya yang hanya 0.21% menunjukkan bahwa murahnya harga pariwisata di Indonesia tidak menjadi jaminan yang menyebabkan jumlah wisatawan yang berkunjung akan semakin banyak.

Alasan berikut mencoba menjelaskan hasil penelitian yang diperoleh

Universitas Indonesia

- Jika kualitas suatu barang seringkali diiringi dengan harga yang ditawarkan, maka ketika produk pariwisata Indonesia adalah yang termurah, maka asumsi yang terbentuk di benak wisatawan internasional mengenai produk pariwisata yang ditawarkan Indonesia adalah produk pariwisata yang berkualitas rendah. Harga pariwisata adalah bentuk komunikasi yang mencerminkan seberapa tinggi manfaat/nilai yang wisatawan sedia untuk bayarkan.
- Data Departemen kebudayaan dan pariwisata Indonesia setiap tahunnya menunjukkan bahwa wisatawan berusia 25-34 tahun adalah yang paling banyak berkunjung ke Indonesia (tahun 2000 sebesar 27,36% dan tahun 2006 sebesar 28,14%). Tingkat usia tersebut umumnya adalah kaum muda/*backpackers* yang belum mampu mengkonsumsi jasa-jasa berkualitas tinggi dan rawan terhadap isu harga.
- Pariwisata bukanlah kegiatan yang hanya terjadi di tempat tujuan dan tidak selalu berasosiasi hanya dengan harga yang ditawarkan selama berada di negara tujuan wisata namun juga harus memperhatikan komponen biaya perjalanan/transportasi dari negara asal ke negara tujuan. Jikapun harga barang/jasa di Indonesia murah, namun semakin jauh jarak yang ditempuh, maka biaya perjalanan akan semakin mahal. Empat dari negara asal wisatawan potensial (Amerika Serikat, Jerman, Belanda, dan Inggris) memiliki jarak yang relatif jauh sehingga memerlukan biaya transportasi yang relatif mahal.
- Persaingan produk pariwisata antar negara tujuan wisata tidak terletak pada murahnya harga tapi lebih pada faktor non harga misalnya keindahan alam yang terpelihara, kelengkapan pembangunan infrastruktur dasar (jalan, air, jaringan komunikasi, akomodasi, airport, pelabuhan), transportasi, tingkat pelayanan, keramahan masyarakat setempat, layanan pendukung (kesehatan, fasilitas komersil, perbankan), dan kondisi keamanan yang kondusif.

### c. Kunjungan Wisatawan Internasional Periode Sebelumnya

Jika jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia pada 1 tahun sebelumnya meningkat 1%, maka jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia dari masing-masing negara pada tahun yang sedang berjalan akan meningkat sebesar 0,55%.

Pengaruh jumlah wisatawan yang berkunjung pada satu tahun sebelumnya terhadap jumlah wisatawan yang berkunjung di tahun berjalan berpengaruh signifikan secara statistik dilatarbelakangi oleh fenomena bahwa umumnya pilihan untuk berkunjung ke suatu tempat diperoleh melalui pengalaman pribadi di waktu sebelumnya dan pengalaman/rekomendasi dari teman/kerabat. Sinclair dan Stabler (1997) menyetujui fenomena tersebut melalui pendapatnya yang menyatakan bahwa, umumnya wisatawan merasa lebih nyaman untuk menghabiskan waktunya di suatu tempat yang telah diketahuinya atau direkomendasikan oleh orang yang pernah mengunjunginya.<sup>74</sup>

Wisatawan akan memperoleh kesan di tempat tujuan wisata dimulai dari sisi pelayanan keimigrasian di bandara, pelayanan di tempat tujuan hingga kembali ke negara asalnya. Ketika wisatawan kembali ke tempat asalnya, mereka akan mencoba mengumpulkan hal-hal baik dan buruk mengenai kunjungannya untuk kemudian dengan atau tanpa sengaja menceritakannya kepada orang lain di negaranya. Jika kesan baik dan menyenangkan diperoleh wisatawan selama kunjungannya ke Indonesia dan menceritakan kembali kepada teman/keluarga/kerabat di negara asalnya, maka wisatawan sebelumnya yang telah berkunjung ke Indonesia seolah menjadi media promosi gratis bagi kepariwisataan Indonesia. Kondisi sebaliknya kemungkinan dapat terjadi jika wisatawan tidak memperoleh kesan dan pelayanan yang baik selama di Indonesia, maka

<sup>74</sup> Sinclair, Thea M dan Stabler, Mike. *The Economic of Tourism*. London & New York: Routledge, 1997 <<http://www.questia.com>>



kesan yang buruk itulah yang disampaikannya kepada teman/kelurga di negara asalnya.

#### d. Pembangunan Jalan Beraspal

Hasil penelitian menunjukkan jika panjang jalan beraspal di Indonesia pada tahun  $t$  meningkat 1%, maka jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia di waktu yang sama akan meningkat sebesar 1,09%. Pembangunan infrastruktur melalui kegiatan membangun jalan beraspal berpengaruh signifikan secara statistik terhadap jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia.

Literatur ekonomi pariwisata menyatakan bahwa prasyarat dasar suatu negara untuk menawarkan produk pariwisata adalah ketersediaan infrastruktur dasar dimana salah satu yang dimaksud adalah jalan.

Jalan merupakan sarana yang memudahkan pergerakan penduduk dan lalu lintas barang dari satu tempat ke tempat lain. Infrastruktur jalan yang baik tidak hanya memudahkan wisatawan tetapi juga memudahkan penduduk setempat. Jika para wisatawan dimudahkan untuk mengakses tempat tujuan wisata sekaligus dapat menghemat waktu, biaya, dan tenaga sehingga dapat mengunjungi beberapa obyek wisata lainnya, maka bagi masyarakat setempat, pembangunan jalan diharapkan dapat mendukung program pemerataan pembangunan, memobilisasi penduduk untuk menggerakkan sektor riil, dan penurunan biaya akibat lancarnya arus barang/jasa.

Pemerintah cukup menyadari bahwa pembangunan jalan mutlak dilaksanakan, kerananya sejak tahun 2005, pemerintah mencoba untuk kembali melaksanakan pembangunan infrastruktur dengan memfokuskan pengeluaran Departemen Pekerjaan Umum dalam hal rehabilitasi/pemeliharaan jalan dan jembatan serta menyediakan dan memperbaiki bidang prasarana jalan desa yang pembiayaannya akan diperoleh dari Anggaran Pendapatan Belanja Negara (APBN), sumber dana domestik, hibah bantuan, serta pihak swasta, termasuk kepemilikan

Universitas Indonesia

asing. Permasalahan dalam pendanaan pembangunan infrastruktur, termasuk pembangunan jalan di Indonesia adalah karena rendahnya partisipasi pihak swasta dan rendahnya kemampuan perbankan dalam pendanaan infrastruktur.

**e. Tingkat Pendidikan Tertinggi Jenjang SLTA yang ditamatkan Penduduk**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jika jumlah penduduk Indonesia yang menamatkan pendidikan SLTA pada tahun  $t$  meningkat 1%, maka jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia pada tahun  $t$  akan naik 0,11%. Pengaruh antara banyaknya jumlah penduduk Indonesia yang menamatkan jenjang pendidikan SLTA signifikan secara statistik terhadap jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia. Namun, yang perlu dikaji adalah tingkat perubahan antara kedua variabel tersebut sangat kecil. Hal ini dikarenakan pendidikan SLTA tidak disiapkan secara langsung dan khusus untuk terlibat dalam sektor pariwisata. Hanya SLTA kejuruan perhotelan dan pariwisata yang secara khusus disiapkan untuk mengisi kebutuhan sumber daya manusia di sektor pariwisata. Secara umum, tingkat pendidikan diharapkan akan meningkatkan taraf intelektualitas angkatan kerja yang berdampak pada keahlian yang dimiliki dan meningkatkan kualitas tingkat pelayanan terhadap wisatawan internasional.

Pemilihan indikator kualitas sumber daya manusia dengan melihat jumlah penduduk yang menamatkan jenjang SLTA dikarenakan sektor pariwisata merupakan sektor yang padat karya dimana pelayanan terhadap industri pariwisata tidak mungkin digantikan oleh mesin/robot. Kalaupun teknologi saat ini tersedia, perannya hanya sebagai fasilitas pelengkap. Tenaga kerja yang dibutuhkan dalam sektor pariwisata beragam dimulai dari yang berkeahlian rendah sampai berkeahlian tinggi. Sektor pariwisata pun tidak hanya menyerap tenaga kerja di bidang formal tetapi juga

mendorong kewirausahaan bagi masyarakat setempat yang tidak dapat terserap oleh sektor lapangan kerja formal.

**f. Tingkat Keterbukaan Ekonomi**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jika tingkat keterbukaan ekonomi Indonesia pada tahun  $t$  meningkat 1%, maka jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia pada tahun  $t$  akan naik 0,32%.

Tingkat keterbukaan Indonesia terhadap perekonomian negara lain yang berpengaruh signifikan secara statistik terhadap jumlah wisatawan yang berkunjung turut mendukung fakta di lapangan bahwa tujuan wisatawan internasional ke Indonesia di setiap tahunnya menempatkan tujuan bisnis pada urutan kedua setelah tujuan liburan. Data tahun 2000 menyebutkan bahwa 40,46% wisatawan internasional melakukan kunjungan ke Indonesia dalam rangka perjalanan bisnis ke Indonesia sedangkan di tahun 2006 seiring dengan menurunnya jumlah wisatawan internasional ke Indonesia, maka jumlah wisatawan yang berkunjung dengan misi bisnis ini pun turun menjadi hanya 38,26% wisatawan.

Kegiatan bisnis internasional seolah menjadi *drive demand* bagi wisatawan internasional untuk berkunjung ke Indonesia. Keterbukaan ekonomi turut meningkatkan jumlah tenaga kerja asing di Indonesia dari tahun ke tahun. Data tahun 2005 menyebutkan bahwa jumlah tenaga kerja asing sebanyak 50.903 dan meningkat menjadi sebanyak 19% pada tahun 2006 menjadi 60.902 orang. Banyaknya tenaga kerja asing di Indonesia dapat menjadi pendorong bagi keluarga tenaga kerja asing tersebut untuk mengunjungi Indonesia.

**g. Anggaran Pariwisata**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jika jumlah anggaran pariwisata Indonesia pada tahun  $t$  meningkat 1%, maka jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia satu tahun berikutnya akan meningkat sebanyak 0,09%. Walaupun anggaran pariwisata mempengaruhi jumlah wisatawan yang berkunjung signifikan secara

Universitas Indonesia

statistik namun tingkat perubahannya untuk dapat meningkatkan jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia adalah relatif kecil yaitu hanya 0.1%.

Struktur anggaran APBN untuk pariwisata sebelum tahun 2005, terbagi menjadi pengeluaran rutin dan pengeluaran pembangunan. Pembiayaan rutin digunakan untuk penyelenggaraan kegiatan pembinaan berbagai sarana penunjang pariwisata, pendukung kegiatan pemasaran, pembinaan industri pariwisata dan obyek wisata, pembinaan hubungan dengan lembaga wisata internasional, pembinaan akomodasi dan aneka wisata, pembinaan usaha perjalanan wisata, penyuluhan masyarakat, pembinaan kelompok kesenian dan kebudayaan, pembinaan industri kerajinan, peningkatan kualitas produk-produk wisata nasional, peningkatan daya tarik, dan citra kepariwisataan Indonesia, pembinaan dan peningkatan kemampuan manajerial dalam pengolahan, pengelolaan, serta pendayagunaan berbagai jenis produk wisata. Sementara, anggaran pembangunan digunakan untuk program pemasaran pariwisata (di tingkat domestik ataupun di luar negeri) dan pengembangan produk wisata.

Sejak tahun 2005, alokasi anggaran belanja APBN terbagi menurut organisasi dan fungsi. Alokasi menurut organisasi, digunakan untuk peningkatan pengawasan dan akuntabilitas aparatur negara, penataan kelembagaan dan ketatalaksanaan, pengembangan nilai budaya, pengelolaan kekayaan budaya, keragaman budaya, pengembangan pemasaran pariwisata, pengembangan daerah tujuan wisata, pengembangan kemitraan, dan penyelenggaraan pimpinan kenegaraan dan pemerintahan. Sementara, alokasi anggaran menurut fungsinya, digunakan sesuai dengan tujuan anggaran menurut organisasi, perbedaannya dalam alokasi anggaran menurut fungsi tidak terdapat anggaran untuk peningkatan aparatur dan penataan lembaga, tetapi menggantinya dengan komponen penelitian dan pengembangan budaya.

Melihat struktur anggaran dalam Anggaran Pendapatan Belanja Negara (APBN) untuk Departemen Pendidikan dan Kebudayaan dapat dimengerti mengapa anggaran pariwisata hanya menjangkau wisatawan internasional relatif sedikit. Hal ini dikarenakan komponen anggaran tidak mengalokasikan secara khusus untuk promosi pemasaran dengan sasaran wisatawan internasional. Anggaran promosi pemasaran yang ada dicampurkan untuk wisatawan domestik dan internasional. Sehingga, jika pun anggaran untuk Departemen Kebudayaan dan Pariwisata relatif besar dibandingkan departemen lain namun potongan akhirnya untuk sampai di komponen anggaran promosi pemasaran dalam menjangkau wisatawan internasional sangatlah kecil. Alasan lain adalah adanya perpindahan/pemisahan lembaga induk yang menaungi kepariwisataan yang sering berubah di masa lalu, secara tidak langsung memungkinkan program kepariwisataan jangka pendek untuk menjangkau wisatawan internasional menjadi tidak fokus. Kepariwisataan sempat bernaung di bawah Departemen Perhubungan, dan kemudian berubah dalam wewenang Departemen Pariwisata Pos dan Telekomunikasi hingga kemudian di tahun 2005 menjadi Departemen tersendiri melalui Departemen Budaya dan Pariwisata.

#### **h. *Travel Warning/Larangan Berkunjung ke Indonesia***

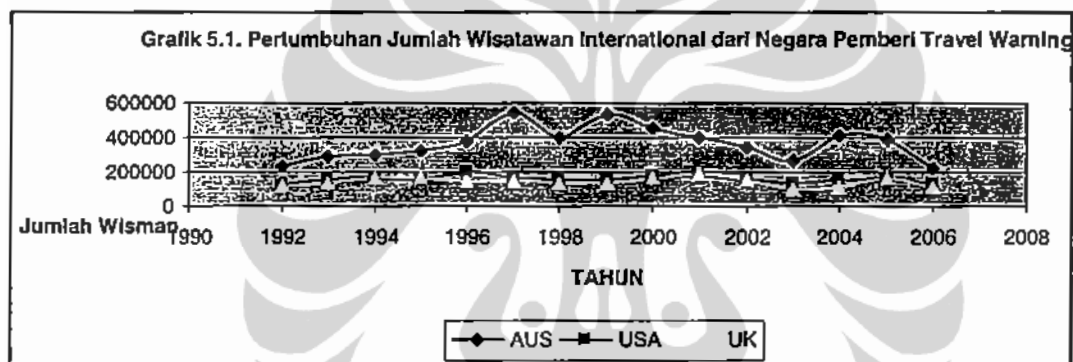
Jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia dari Amerika Serikat, Inggris, dan Australia menurun dengan tingkat rata-rata sebesar 0,22 ketika ketiga negara tersebut menerbitkan travel warning ke Indonesia. Jumlah wisatawan dari Australia ke Indonesia menurun rata-rata 14,17%, jumlah wisatawan dari Amerika Serikat ke Indonesia rata-rata menurun 14,57%, dan jumlah wisatawan dari Inggris ke Indonesia rata-rata menurun 14,46%

Penelitian ini membuktikan bahwa ternyata *travel warning* berpengaruh signifikan secara statistik terhadap jumlah wisatawan internasional dari suatu negara yang berkunjung ke Indonesia. Walaupun,

Universitas Indonesia

tingkat perubahan antara kedua variabel tersebut relatif kecil namun tetap menjadi hal yang harus diwaspadai oleh pemerintah untuk selalu berupaya menciptakan ketertiban dan keamanan negara dengan dukungan masyarakat.

*Travel warning* yang diberikan oleh beberapa negara tertentu merupakan indikator tidak amannya Indonesia di mata dunia internasional. Data Departemen Kebudayaan dan Pariwisata menunjukkan bahwa jika dilihat dari jumlah wisatawan yang berkunjung, sejak tahun 2000, wisatawan dari ke 3 negara tersebut cenderung mengalami penurunan.



Sumber : Departemen Kebudayaan dan Pariwisata, 2006

Rendahnya pengaruh *travel warning* dari Australia, Amerika Serikat, dan Inggris terhadap jumlah wisatawan dari negara tersebut ke Indonesia kemungkinan dikarenakan rata-rata penduduk negara tersebut telah mengenal wilayah Indonesia dengan cukup baik sehingga jika terjadi huru-hara di suatu tempat di Indonesia tidak selalu terjadi di tempat lain dalam wilayah Indonesia. Kemungkinan lain adalah karena aparat keamanan di Indonesia dibantu masyarakat setempat telah mampu menjaga keamanan dan ketertiban dengan baik. Media massa dan pihak-pihak terkait juga telah proaktif menyampaikan informasi mengenai kondisi keamanan Indonesia.

### i. Tsunami di Indonesia

Tsunami di Indonesia mengurangi jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia dari masing-masing negara asal wisatawan dengan tingkat penurunan rata-rata 0,17. Walaupun kejadian tsunami berpengaruh signifikan secara statistik terhadap penurunan jumlah wisatawan yang berkunjung, namun jumlahnya relatif rendah. Hal ini mungkin disebabkan oleh pemahaman wisatawan internasional terhadap kondisi geografis Indonesia yang cukup baik. Mereka cukup memahami bahwa wilayah Indonesia yang terletak di pertemuan lempengan Eurasia, India Australia, dan Pacific menjadikan Indonesia rawan gempa yang diakibatkan pergeseran lempengan-lempengan bumi.

Selain alasan di atas, peristiwa Tsunami di Indonesia yang memakan korban terbesar terjadi di wilayah Aceh yang kebetulan bukan merupakan tempat tujuan wisata utama bagi wisatawan internasional ke Indonesia.

## 5.2. Hasil Penelitian Melalui Analisis Deskriptif

Penelitian deskriptif dilakukan untuk mencoba mengungkapkan kondisi kepariwisataan Indonesia menurut wisatawan internasional secara langsung. Hasil penelitiannya adalah sbb:

### 1. Jenis kelamin responden

Tabel 5.1. Jenis Kelamin Responden

JENIS KELAMIN	JUMLAH	PERSENTASE
Laki-laki	12	40
Perempuan	18	60
Total	30	100

Sumber : Kuesioner data diolah kembali

## 2. Usia responden

Tabel 5.2. Usia Responden

USIA	JUMLAH	PERSENTASE
20-30 tahun	6	20
30-40 tahun	15	50
40-50 tahun	6	20
Di atas 50 tahun	3	10
Total	30	100

Sumber : Kuesioner, data diolah kembali

## 3. Kebangsaan responden

Tabel 5.3. Kebangsaan Responden

WARGA NEGARA	JUMLAH	PERSENTASE
Singapura	7	23.3
Jepang	10	33.3
Australia	3	10
Jerman	2	6.7
Malaysia	2	6.7
Amerika Serikat	3	10
Belanda	1	3.3
Inggris	2	6.7
Total	30	100

Sumber : Kuesioner, data diolah kembali

## 4. Alokasi pendapatan responden untuk kegiatan pariwisata

Tabel 5.4. Alokasi Pendapatan Responden Untuk Kegiatan Pariwisata

ALOKASI PENDAPATAN	JUMLAH	PERSENTASE
Teralokasi	30	100
Tidak Teralokasi	0	0
Total	30	100

Sumber : Kuesioner, data diolah kembali



5. Pilihan responden untuk melakukan kegiatan pariwisata ke Indonesia jika pendapatan meningkat

Tabel 5.5. Pilihan Responden Melakukan Kegiatan Pariwisata ke Indonesia Jika Pendapatan Meningkat

PILIHAN KE INDONESIA	JUMLAH	PERSENTASE
Ya	5	16.67
Tidak	25	83.33
Total	30	100

Sumber : Kuesioner, data diolah kembali

6. Pilihan responden melakukan kegiatan pariwisata selain ke Indonesia

Tabel 5.6. Pilihan Responden Melakukan Kegiatan Pariwisata Selain Ke Indonesia

KAWASAN	JUMLAH	PERSENTASE
Asia (Selain Indonesia)	3	12
Australia	3	12
Afrika	4	16
Eropa	7	28
Amerika Latin	4	16
Amerika Serikat	4	16
Total	25	100

Sumber : Kuesioner, data diolah kembali

7. Frekuensi kunjungan responden ke Indonesia

Tabel 5.7. Frekuensi Kunjungan Responden Ke Indonesia

FREKUENSI	JUMLAH	PERSENTASE
1-3 kali	8	26.7
4-6 kali	15	50
>6 kali	7	23.3
TOTAL	30	100

Sumber : Kuesioner, data diolah kembali

## 8. Tujuan kunjungan responden yang paling sering ke Indonesia

Tabel 5.8. Tujuan Kunjungan Responden yang Paling Sering ke Indonesia

TUJUAN	JUMLAH	PERSENTASE
Bisnis	14	46.7
Liburan/Mengunjungi Keluarga	13	43.3
Seminar/Pelatihan/Konferensi/Kelembagaan	3	10
Total	30	100

Sumber : Kuesioner, data diolah kembali

## 9. Pilihan responden terhadap akomodasi selama di Indonesia

Tabel 5.9. Pilihan Responden Terhadap Akomodasi Selama di Indonesia

JENIS AKOMODASI	JUMLAH	PERSENTASE
Hotel Berbintang	28	93.3
Jenis Akomodasi Lain	2	6.7
Total	30	100

Sumber : Kuesioner, data diolah kembali

## 10. Pilihan responden terhadap penerbangan ke Indonesia

Tabel 5.10. Pilihan Responden Terhadap Penerbangan ke Indonesia

PENERBANGAN	JUMLAH	PERSENTASE
Perusahaan Nasionalnya	30	100
Lainnya	0	0
Total	30	100

Sumber: Kuesioner, data diolah kembali

## 11. Pendapat responden terhadap harga barang/jasa di Indonesia.

Tabel 5.11. Pendapat Responden Terhadap Harga Barang/Jasa di Indonesia

JENIS BARANG/JASA	MAHAL		MURAH	
	Jumlah	%	Jumlah	%
Akomodasi	10	33.3	20	66.7
F & B	7	23.3	23	76.7
Souvenir and Shopping	1	3.3	29	96.7
Local Transport	3	10	27	90
Local package tour	3	10	27	90
Guide Service	0	0	30	100

Sumber : Kuesioner, data diolah kembali

## 12. Pendapat responden terhadap kondisi infrastruktur (jalan, jaringan komunikasi, rumah sakit, hotel, alat transportasi, airport, dan fasilitas publik lainnya) di Indonesia

Tabel 5.12. Pendapat Responden Terhadap Kondisi Infrastruktur di Indonesia

KONDISI INFRASTRUKTUR	JUMLAH	PERSENTASE
Memuaskan	4	13.3
Kurang Memuaskan	23	76.7
Tidak Memuaskan	3	10
Total	30	100

Sumber : Kuesioner, data diolah kembali

## 13. Referensi responden terhadap kunjungan pertamanya ke Indonesia

Tabel 5.13. Referensi Responden Terhadap Kunjungan Pertamanya Ke Indonesia

REFERENSI	JUMLAH	PERSENTASE
Ya	30	100
Tidak	0	0
Total	30	100

Sumber: Kuesioner, data diolah kembali

## 14. Pendapat responden terhadap kualitas tenaga kerja di sektor pariwisata

Tabel 5.14. Pendapat Responden Terhadap Kualitas Tenaga Kerja di Sektor Pariwisata

KUALITAS TK	JUMLAH	PERSENTASE
Memuaskan	16	53.3
Kurang Memuaskan	8	26.7
Tidak Memuaskan	6	20
Total	30	100

Sumber : Kuesioner, data diolah kembali

## 15. Pendapat responden terhadap kunjungannya ke Indonesia jika travel warning ke Indonesia dikeluarkan negaranya

Tabel 5.15. Pendapat Responden Mengenai Travel Warning Terhadap Kunjungannya ke Indonesia

DESKRIPSI	JUMLAH	PERSENTASE
Tetap ke Indonesia	22	73.3
Batal Ke Indonesia	8	26.7
Total	30	100

Sumber : Kuesioner, data diolah kembali

## 16. Pendapat responden jika terdapat bencana alam besar (seperti Tsunami) di Indonesia/Salah satu daerah di Indonesia

Tabel 5.16. Pendapat Responden Mengenai Bencana Alam Besar di Indonesia Terhadap Kunjungannya Ke Indonesia

DESKRIPSI	JUMLAH	PERSENTASE
Tetap Ke Indonesia	23	76.6
Batal Ke Indonesia	7	23.3
Total	30	100

Sumber : Kuesioner, data diolah kembali

### 5.2.1. Pariwisata Indonesia Menurut Responden

Hasil penelitian deskriptif menyebutkan bahwa seluruh responden mengalokasikan pendapatannya untuk melakukan kegiatan pariwisata. Jika dilihat dari usia responden yang diteliti, maka 90% responden termasuk dalam kategori usia produktif, yang jika dilihat dari model konsumsi siklus hidup (*Life Cycle Hypothesis of Consumption*), mereka adalah responden yang saat ini sedang menikmati tingginya tingkat penghasilan, sehingga memiliki kemampuan untuk mengalokasikan kegiatan pariwisata ke negara lain. Sebesar 16,67% memilih Indonesia sebagai tempat tujuan wisatanya jika pendapatannya meningkat dan sebesar 83,33% memilih kawasan/negara lain untuk dikunjungi. Namun, jika dilihat kembali dari 16,67% responden yang memilih Indonesia sebagai negara tujuan wisatanya jika pendapatannya meningkat adalah berasal dari Malaysia (3,33%) dan berusia muda sekitar 20 tahun dan sisanya sebesar 13,34% responden adalah mereka yang berusia lebih dari 50 tahun yang diduga melihat usianya mereka memiliki kenangan tersendiri mengenai Indonesia (Jerman, Australia, Belanda).

Kebanyakan responden menyatakan bahwa harga barang/jasa di Indonesia untuk belanja *souvenir/shopping*, *local transport*, *local package tour*, dan biaya/tips untuk jasa pemandu/guide adalah murah. Beberapa responden menyatakan harga yang mahal untuk konsumsi akomodasi (33,33%) dan biaya untuk makanan & minuman (23,33%).

Seluruh responden memilih menggunakan penerbangan dari negara asalnya ketika berkunjung ke Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa biaya pariwisata ke Indonesia tidaklah murah. Hal lain yang nampak adalah kegiatan pariwisata di Indonesia menghasilkan *leakage* yaitu keuntungan tersembunyi dimana pendapatan langsung yang seharusnya diterima Indonesia tetapi mengalir ke negara asal wisatawan.

Hasil penelitian deskriptif juga menyatakan bahwa dalam kunjungan pertama para wisatawan internasional ke Indonesia, seluruh responden memperoleh referensi dari orang yang pernah berkunjung ke Indonesia

Universitas Indonesia

sebelumnya dan sekitar 73,3% dari responden telah mengunjungi Indonesia lebih dari 3 kali

Pendapat responden mengenai infrastruktur di Indonesia menyatakan kurang memuaskan (76,6 %), memuaskan (13,3%), dan tidak memuaskan (10%). Data Departemen Kebudayaan menyatakan bahwa tujuan wisatawan berkunjung ke Indonesia didominasi untuk tujuan liburan dan dipastikan wisatawan internasional tersebut adalah pengguna aktif dari pembangunan jalan yang berkualitas di Indonesia.

Penilaian responden terhadap kualitas tenaga kerja Indonesia di sektor pariwisata adalah memuaskan (53,3%), kurang memuaskan (26,7%), dan tidak memuaskan sebesar 20%. Hal ini menunjukkan, bahwa keahlian angkatan kerja di sektor pariwisata masih perlu untuk dikembangkan melalui peningkatan kualitas yang juga mengiringi tingkat pendidikan yang ditamatkan.

Dilihat dari tujuannya, 46,67% responden bertujuan untuk melakukan kegiatan bisnis di Indonesia dimana hampir separuh dari responden kelompok ini telah mengunjungi Indonesia lebih dari 3 kali dan bahkan terdapat responden yang lebih dari 6 kali ke Indonesia untuk tujuan bisnis. Wisatawan dalam kelompok tujuan bisnis didominasi oleh penduduk negara Asia (Jepang, Singapura, Malaysia). Wisatawan dari Jepang menempati posisi dominan jika dilihat dari tujuannya untuk berbisnis ke Indonesia. Hal ini juga sesuai dengan kenyataan di lapangan bahwa realisasi Penanaman modal asing di Indonesia selalu menempatkan Jepang dalam kelompok 5 besar peringkat negara penanam modal asing di Indonesia.

Responden menanggapi diberlakukannya *travel warning* ke Indonesia diberlakukan oleh negara asal wisatawan dengan mengagalkan kunjungannya ke Indonesia (26,67% responden). Responden yang memutuskan mengambil langkah ini didominasi oleh responden yang mengunjungi Indonesia kurang dari 3 kali dan kebanyakan dari mereka adalah warga negara Australia. Hal ini dapat dipahami ketika peristiwa bom Bali I di tahun 2002 mayoritas warga Australia ikut tewas dalam insiden tersebut. Sebanyak 73,33% responden akan

Universitas Indonesia

mengabaikan pemberlakuan *travel warning* ke Indonesia jika negaranya menerbitkan *travel warning* tersebut.

Penelitian deskriptif juga menyatakan bahwa sebanyak 23,3% responden akan membatalkan kunjungannya ke Indonesia jika bencana alam besar terjadi di Indonesia. Keseluruh responden yang memilih untuk membatalkan perjalanannya adalah mereka yang mengunjungi Indonesia kurang dari 3 kali dan keputusan yang sama akan mereka lakukan jika negaranya memberlakukan *travel warning* ke Indonesia. Sisa responden (76,7%) yang tetap memutuskan untuk melakukan kunjungannya ke Indonesia adalah mereka yang telah mengunjungi Indonesia lebih dari 4 kali, bahkan juga terdapat responden yang telah mengunjungi Indonesia lebih dari 6 kali. Hal ini membuktikan bahwa responden dalam kelompok ini adalah mereka yang relatif telah mengenal Indonesia secara geografis dan luas wilayah bahwa kejadian bencana di suatu wilayah di Indonesia, seringkali tidak terpengaruh dengan aktivitas perekonomian pada wilayah lainnya.

### **5.2.2. Pariwisata Indonesia dan Pariwisata di Asia Tenggara**

Seperti dijelaskan pada pendahuluan bahwa pesaing pariwisata Indonesia adalah negara sekawasan di Asia Tenggara yang memiliki kesamaan iklim dan termasuk dalam kategori negara berkembang (kecuali Singapura yang dikategorikan negara maju). Terdapat 5 negara di kawasan Asia Tenggara yang memiliki perkembangan kepariwisataan yang lebih baik di antara negara di kawasan tersebut. Mereka adalah Singapura, Thailand, Malaysia, Indonesia, dan Vietnam.

Memahami perkembangan pariwisata Indonesia dibandingkan dengan ke 4 negara tersebut melalui jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke masing-masing negara dan penerimaan sektor pariwisata dari wisatawan internasional. Data UNWTO menyebutkan bahwa selama waktu penelitian, Malaysia merupakan negara yang dikunjungi wisatawan internasional terbanyak di kawasan ASEAN. Namun, penerimaan sektor pariwisata internasional

Universitas Indonesia

Malaysia lebih rendah daripada Thailand. Data terakhir tahun 2006, dengan jumlah Wisatawan yang berkunjung ke Malaysia sebanyak 17,5 juta orang dan berhasil memperoleh penerimaan pariwisata sebesar USD12,36 Milyar. Sementara Thailand memperoleh jumlah wisatawan yang berkunjung sebesar 13,9 juta namun penerimaan yang dihasilkannya lebih besar daripada Malaysia yaitu USD15,56 milyar. Di waktu yang sama, Indonesia memperoleh 4,87 juta wisatawan dengan jumlah penerimaan USD4,89 milyar. Singapura pada tahun 1995-1999 menerima jumlah kunjungan wisatawan internasional yang lebih banyak daripada Malaysia, namun sejak tahun 2000 hingga 2006, minat wisatawan untuk mengunjungi Malaysia lebih tinggi daripada Singapura. Jumlah wisatawan internasional ke Singapura di tahun 2006 sebanyak 9,75 juta dengan penerimaan yang dihasilkan USD7.7juta. Di tahun 2006, *booming* pariwisata sedang melanda Vietnam, di tahun ini, Vietnam dikunjungi 3,58 juta wisatawan internasional dengan penerimaan sebesar USD3,2 juta.

Literatur kepariwisataan terhadap Indonesia, Singapura, Thailand, Malaysia, dan Vietnam menunjukkan bahwa terdapat beberapa perbedaan tingkat kemajuan pariwisata di Indonesia dibandingkan dengan keempat negara tersebut. Hal yang membedakannya dilatarbelakangi oleh kemasan produk pariwisata, kelembagaan, dan biaya promosi.

Produk pariwisata andalan Indonesia masih merupakan produk tradisional yang mengandalkan keindahan alam dan budaya. Ketiga negara lainnya (kecuali Singapura) pun menjual produk pariwisata tradisional melalui tema alam dan budaya. Namun, mereka berhasil mengemasnya menjadi produk yang menarik dan membaginya dengan beberapa segmen pasar.

Perbedaan selanjutnya terjadi pada kelembagaan yang menangani kepariwisataan. 4 negara pesaing pariwisata di Asia Tenggara (Singapura, Malaysia, Thailand, dan Vietnam) memiliki lembaga khusus yang menangani kepariwisataan yang mengkoordinasikan elemen-elemen pariwisata untuk menegaskan kekuatan negaranya sebagai negara tujuan wisata yang menarik.

Universitas Indonesia



Biaya promosi merupakan komponen yang menjadi pembeda antara Indonesia dengan negara lainnya. Tahun 2006, anggaran promosi Indonesia adalah USD10juta, sedangkan di waktu yang sama Malaysia mengeluarkan USD60juta, Thailand USD180juta dan Singapura mengeluarkan USD300juta.

Kondisi kepariwisataan pada keempat negara pesaing pariwisata Indonesia di kawasan Asia Tenggara, secara ringkas dijelaskan berikut ini.

- Malaysia

Malaysia berhasil mendiversifikasi jenis produk pariwisata kedalam 8 kategori yaitu olahraga/sport, *cultural events*, wisata belanja, wisata alam, wisata fauna melalui konservasi orang utan, wisata flora dengan mengenalkan buah-buah tropis, wisata pendidikan dan kesehatan, serta sebagai tempat penyelenggaraan kegiatan bisnis.

Dalam hal keamanan, Malaysia lebih berhasil dibandingkan Indonesia. Jumlah kerusuhan yang relatif jarang yang kemungkinan diakibatkan sistem pemerintahan yang cenderung terkesan otoriter seolah membuat kebebasan penduduk negara tersebut untuk mengungkapkan keberatannya kepada pemerintah melalui demonstrasi langsung cenderung terbatas.

Malaysia memiliki kelembagaan yang khusus menangani pariwisata yaitu Malaysia Tourism Board yang sukses dengan program *Malaysia the Truly Asia* dan berhasil menghilangkan kesan sebagai negara otoriter terutama di zaman Mahatir.

Pangsa pasar utama Malaysia dalam kepariwisataan adalah menjaring negara tetangga untuk mengunjungi negara tersebut. Mereka diantaranya adalah Singapura, Thailand, dan Indonesia.

- Thailand

Thailand selain menawarkan keindahan alam dan budaya, produk pariwisata lain yang ditawarkan adalah mempromosikan diri sebagai tempat yang nyaman untuk wisata belanja sekaligus mempromosikan komoditi

Universitas Indonesia

andalannya yaitu permata dan sutra. Negara ini pun mempromosikan diri sebagai tempat yang layak untuk dijadikan tempat konferensi/meeting/pameran.

Thailand memiliki lembaga yang fokus untuk mengurus kepariwisataan yaitu *Tourism Authority of Thailand* yang berhasil menghilangkan kesan bahwa Thailand adalah sarang AIDS. Lembaga ini berhasil mempromosikan pariwisata Thailand melalui slogan *Amazing Thailand*.

Pasar utama Thailand adalah wisatawan yang berasal dari Malaysia, Jepang, dan Cina.

#### - Singapura

Keterbatasan alam dan wilayah tidak menghalangi Singapura untuk menjadikan negaranya sebagai icon wisata belanja. Negara ini juga mampu mengemas kelebihan negaranya dalam hal pelayanan medis yang didukung oleh kemudahan akses teknologi kesehatan yang kemudian digabungkan dengan paket wisata.

Menyadari bahwa negaranya tidak memiliki wilayah yang luas sehingga wisatawan akan mengunjungi Singapura dalam waktu singkat, maka negara ini memposisikan sebagai negara tempat dilakukannya kegiatan perjalanan bisnis berupa tempat pertemuan dan pameran. Kelebihan lain dari Singapura adalah memiliki infrastruktur yang modern sebagai pelengkap kegiatan kepariwisataan.

Lembaga *Singapore Board Tourism*, berhasil mengkoordinasikan hotel, maskapai penerbangan, biro perjalanan dalam mempromosikan gambaran keseluruhan mengenai Singapore melalui slogan pariwisatanya *Uniquely Singapore*. Pasar utama pariwisata Singapura ternyata adalah Indonesia.

#### - Vietnam

Keindahan alam yang terbatas menjadikan Vietnam secara sungguh-sungguh mengemas produk pariwisata yang dimilikinya. Vietnam berhasil

Universitas Indonesia

dilirik wisatawan internasional melalui peninggalan-peninggalan perangnya, menjual sungai yang keruh dan obyek pasar tradisional. Peninggalan perang menjadi tema utama dari produk pariwisata yang ditawarkan Vietnam. Goa-goa bekas perang ditata dengan menarik dan menghabiskan anggaran sebesar USD13.2 milyar. Peninggalan perang dipindahkan menjadi sebuah museum yang berisi pesawat terbang, tank dan bangkai perang lainnya. Untuk wisata tradisional tersebut, mereka menawarkan harga yang relatif murah. Selain itu, pemerintah melalui departemen terkait mengultimatum bahwa pelayanan bandara sebagai garda depan yang harus melayani wisatawan internasional dengan pelayanan yang ramah dan professional. Vietnam pun melakukan pendidikan singkat kepada tenaga kerja di sektor pariwisata dengan mengundang pengajar/staff ahli di luar negaranya, misalnya dari Inggris dan Belgia. Penanganan Pariwisata di Vietnam dilakukan oleh lembaga khusus yaitu *Vietnam National Authority of Tourism*.

## BAB 6

### KESIMPULAN & REKOMENDASI

#### 6.1. Kesimpulan

Penelitian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan internasional ke Indonesia menyatakan bahwa tingkat pendapatan wisatawan, harga barang/jasa di Indonesia, persepsi wisatawan sebelumnya terhadap Indonesia, pembangunan infrastruktur jalan, kualitas sumber daya manusia melalui tingkat pendidikan tertinggi yang ditamatkan penduduk Indonesia pada jenjang SLTA, tingkat keterbukaan ekonomi Indonesia, dan anggaran pariwisata berpengaruh signifikan secara statistik dengan arah yang sesuai dengan hipotesis terhadap jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia. Adanya *travel warning* dari beberapa negara ke Indonesia dan bencana tsunami pun secara rata-rata mempengaruhi turunnya jumlah wisatawan ke Indonesia.

Indikator yang paling berpengaruh terhadap jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia adalah infrastruktur jalan. Sementara indikator yang memiliki pengaruh terkecil terhadap jumlah wisatawan internasional ke Indonesia adalah anggaran pariwisata yang tercantum dalam Anggaran Pendapatan Belanja Negara (APBN).

Infrastruktur dasar (jalan, jaringan komunikasi, airport, ketersediaan air, listrik) merupakan prasyarat dasar bagi suatu negara dalam menawarkan produk pariwisatanya. Sarana jalan yang berkualitas baik memudahkan dapat mengakses tempat tujuan dengan menghemat waktu, biaya, dan tenaga sehingga sisa waktu yang ada dapat digunakan wisatawan untuk berkunjung ke obyek wisata lainnya. Infrastruktur jalan yang baik tidak hanya semata untuk kepentingan wisatawan tetapi juga berpengaruh besar terhadap pergerakan ekonomi di wilayah tersebut karena jalan merupakan sarana untuk memudahkan pergerakan penduduk dan lalu lintas barang. Pemerintah cukup menyadari

bahwa pembangunan jalan mutlak dilaksanakan namun terhambat oleh keterbatasan anggaran untuk perbaikan, pemeliharaan dan pembangunan jalan.

Anggaran pariwisata memiliki pengaruh terkecil terhadap jumlah alokasi untuk promosi pemasaran dengan sasaran wisatawan internasional relatif kecil. Selain itu, perpindahan/pemisahan lembaga induk yang menaungi kepariwisataan yang sering berubah di masa lalu, secara tidak langsung memungkinkan semua program kepariwisataan untuk menjaring wisatawan internasional menjadi tidak fokus sehingga mempengaruhi perencanaan, pelaksanaan, dan skala prioritas penggunaan di setiap tahun anggaran.

Jumlah wisatawan dari Korea Selatan dan Jepang akan mengalami penurunan yang paling banyak jika minat wisatawan internasional untuk mengunjungi Indonesia terhalang oleh terbatasnya pendapatan yang dimiliki oleh mereka, harga barang/jasa di Indonesia yang mahal, tidak ada promosi langsung dari wisatawan yang pernah berkunjung ke Indonesia sebelumnya yang berasal dari kedua negara tersebut, tidak ada usaha yang dilakukan oleh Indonesia untuk turut mendukung kepariwisataan (tidak ada pembangunan dan perbaikan jalan beraspal, tidak ada penduduk Indonesia yang menamatkan pendidikan SLTA, perekonomian yang tertutup dari negara lain, tidak ada alokasi anggaran pemerintah untuk pariwisata).

## **6.2. Rekomendasi**

Hasil penelitian mendorong penulis untuk menawarkan implikasi kebijakan berikut ini:

- Melakukan prioritas untuk pembangunan dan perbaikan jalan baik oleh pemerintah pusat ataupun daerah. Keterbatasan anggaran infrastruktur dapat diatasi melalui tawaran kerjasama yang saling menguntungkan dengan pihak swasta dan perbankan dengan tetap memberikan jaminan kepastian investasi. Pembangunan dan perbaikan jalan selayaknya memperhatikan skala prioritas, salah satunya dengan memperhatikan potensi kepariwisataan di wilayah tersebut agar mudah diakses oleh wisatawan. Hal lain yang perlu diperhatikan

**Universitas Indonesia**

adalah pembangunan jalan tetap harus memperhatikan kewenangan tanggung jawab di setiap wilayah (jalan nasional, jalan propinsi, dan jalan kabupaten) sehingga tidak terjadi tumpang tindih perencanaan, pelaksanaan, dan alokasi anggaran.

- Murahannya harga barang/jasa bukan alasan utama wisatawan internasional untuk berkunjung ke Indonesia. Oleh karena itu, perlu dipertimbangkan menawarkan produk pariwisata yang mengunggulkan faktor non harga misalnya melalui keragaman produk pariwisata yang ditawarkan didukung oleh kelengkapan infrastruktur, tingkat pelayanan, dan kelengkapan fasilitas pelayanan.
- Meningkatkan kualitas pelayanan di tempat yang berhubungan dengan pariwisata, misalnya di bandara, hotel, restaurant, dan tempat obyek wisata. Pelayanan yang baik terhadap wisatawan internasional diharapkan dapat menjadi promosi tak langsung untuk menjaring wisatawan pada periode berikutnya.
- Penyederhaan dan transparansi prosedural pada instansi-instansi terkait yang berhubungan dengan izin kegiatan usaha ataupun kegiatan bisnis internasional agar mendorong wisatawan internasional untuk melanjutkan kunjungannya ke Indonesia dalam rangka tujuan bisnis.
- Terbatasnya anggaran promosi pariwisata untuk menjaring wisatawan internasional selayaknya disikapi dengan penggunaan anggaran yang efisien dan tepat sasaran, misalnya dengan mengkaji ulang keikutsertaan di *event* internasional dalam mempromosikan Indonesia dan menggantikannya melalui pemberdayaan kantor kedutaan/perwakilan RI di seluruh negara untuk merancang program kerja promosi pariwisata di masing-masing negara. Hal lain adalah menggunakan teknologi komunikasi internet mengenai produk dan obyek pariwisata yang ada di Indonesia dan diharapkan akan menimbulkan ketertarikan pembaca untuk lebih mengenal Indonesia dan kemudian melakukan kunjungan ke Indonesia.

### 6.3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai berikut:

- Indikator tingkat pendidikan tertinggi yang ditamatkan penduduk Indonesia pada jenjang SLTA selayaknya dibandingkan dengan jumlah tenaga kerja di sektor pariwisata bukan dibandingkan dengan jumlah penduduk usia 10 tahun keatas. Hal ini dimaksudkan agar terlihat peranan sesungguhnya dari tenaga kerja di sektor pariwisata dengan melihat latar belakang pendidikan yang ditamatkannya.
- Penggunaan variabel bebas (jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia pada periode satu tahun sebelumnya) yang berasal dari variabel terikat yang dilag (jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia) atau disebut *first order autoregressive process* memunculkan masalah yang berhubungan dengan statistik. Variabel bebas tersebut menjadi bersifat stokastik sama halnya dengan variabel terikat. Padahal dalam teori *least square*, variabel bebas seharusnya bersifat non stokastik. Sifat variabel bebas yang stokastik memunculnya terjadinya korelasi serial. Jika variabel bebas bersifat stokastik, maka variabel bebas tersebut harus didistribusikan secara individu terhadap *error term*. Namun jika variabel bebas tersebut berkorelasi dengan faktor pengganggu yang stokastik, hasil pengamatan melalui *Ordinary Least Squares* menjadi tidak bias dan tidak konsisten meskipun ukuran sampel diperbanyak hingga tak terhingga, hasil pengamatan menjadi tidak mendekati nilai pengamatan yang sebenarnya sehingga interpretasi hasil dapat menyesatkan. Namun demikian, sifat tidak bias dan tidak konsisten hanya terjadi menurut model persamaan *Kyock* dan *adaptive expectations* model, sedangkan menurut *partial adjustment model*, model penelitian tetap konsisten dan dapat diamati melalui *Ordinary Least Square*. Penelitian ini tidak menjelaskan dari awal bahwa model penelitian merupakan aplikasi salah satu dari ketiga model *autoregressive* yang dipilih.
- Pengolahan data melalui analisa deskriptif dilakukan hanya dengan tabulasi data dengan tujuan hanya untuk melengkapi penelitian melalui pengamatan

Universitas Indonesia

sederhana terhadap kepariwisataan di Indonesia dari sudut pandang wisatawan yang pernah dan sedang berkunjung ke Indonesia. Pengolahan deskriptif dilakukan tanpa pengujian tingkat reliabilitas dan validitas. Sehingga konsistensi ketepatan pengukuran data dan kebenaran dari data yang dihasilkan masih dipertanyakan.

Keterbatasan penelitian di atas, selayaknya dipertimbangkan untuk penelitian selanjutnya mengenai kepariwisataan agar hasil penelitian menjadi lebih baik dan mendekati fakta di lapangan, sehingga implikasi kebijakan yang ditawarkan pun akan lebih tepat sasaran.





## DAFTAR REFERENSI

APBN dan Nota Keuangan berbagai seri tahunan

Batiz, Fransisco Rivera dan Batiz, Luis Rivera. *International Finance and Open Economy Macroeconomics: 2<sup>nd</sup> Edition*. New York: Macmillan Publishing Company, 1994.

Badan Pusat Statistik. *Perkembangan Pariwisata dan Transportasi Nasional Juni 2008*. 1 Agustus 2008 <<http://www.bps.go.id>>.

Barometer of Tourism <<http://www.data.un.org>>

Brown, Frances H. *Tourism Reassessed Blight or Blessing*. Oxford: Butterworth Heinems, 2000

Cazes, George. *Tourism Major Economics Stakes, Japan Railway and Transport Review* No. 15 <<http://www.jrtr.net>>.

Christine, Martin A dan Stephen Witt F. *Tourism Demand Forecasting Models: Choice of Appropriate Represent Tourist's Cost of Living*. Tourism Management Vol 8, 1987

Crouch, Geoffrey I. "The Study of International Tourism Demand : A Survey of Practice." *Journal of Travel Reseach* 33:1. <<http://www.jtr.sagebup.com>>.

Drabek, Thomas E. *Disaster Evacuation and The Tourist Industry: Monograph No.57 Institute of Behavioral Science*. Colorado:University of Colorado, 1994

Enzensberger, Magnus H . *Theory of Tourism* 1962 dalam Pagenstecher, Cord. *The Construction of the Tourist Gaze – How Industrial was post-war German Tourism, International Perspectives*. Neuchatel Alphil, 2003.

Eugenio, Noelia M dan Scarpa Riccardo. *Tourism and Economic Growth in Latin American Countries : A Panel Data Approach: Christel De Haan Toursim & Travel Research Institute* 2004. Nottingham: Natural Resources Mgm Univ of Nottingham UK. <<http://www.teem.it>>

Faulkner, Bill. *The Future ain't What It Used to be, Coping with Change, Turbulence and Disasters in Tourism Research and Destination Management: Griffith University Professorial Lecture Series No.6*. Queensland

Universitas Indonesia

- Fletcher, John E. *Input Output Analysis & Tourism Impact Studies: Annals of Tourism Research* 16:14, 1989
- Freeman, Myrick A, *The Measurement of Environmental and Resources Values : Theory and Methods*. Washington DC: Resources for the Future, 1993
- Gabriela, Pascario C dan Dragon, Gabriela. *The Role of Public Private Partnership in The Sustainable Development of The Rural Tourist Destination*. Romania: Dept of Economics Univ Alexandro Bucharrest. <<http://www.ersa.org>>
- Gujarati, Damodar N. *Basic Econometric 4<sup>th</sup> Edition*. New York: Mc. Graw-Hill, 2003
- Gunn, Clare A. *Tourism Planning: 2<sup>nd</sup> Edition*. New York: Taylor & Francis, 1988
- Hazari, Bharat R dan Sgro, Pasquale M. *Tourism, Trade and National Welfare*. Amsterdam: Elsevier Science, 2004.
- Inpres RI No 16 Tahun 2005 dalam Badan Pengawasan dan Keuangan Pembangunan <<http://www.bpkp.go.id/unit/hukum>>
- Jimenez, Isabel C dan Ortuno, Manuel A. *The Role of Tourism Sector in Economic Development, Lessons from The Spanish Experience*, 2006 <<http://www.ere.ub.es>>
- Jie, Zhang dan Camilla, Jensen. *Comparative Advantage in Tourism: A Supply Side Analysis of Tourism Flows*. Working Paper May 2005 <<http://www.akf.dk>>
- Kuncoro, Mudrajad. *Metode Kuantitatif, Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi: Edisi ke 2*. Yogyakarta: AMP YKPN, 2004.
- Kulendran, Nada dan Wilson, Kenneth . *Modelling Business Travel: Tourism Economics Volume 6* Mar 2000. IP Public Ltd <<http://jtr.sagepub.com>>
- Lew, Anthony A. *A Model of Tourist Attraction Research:Annals of Tourism Research* Vol 14 (1987) <<http://www.jtr.sagepub.com>>
- Lim, Christine. *Review of International Tourism Demand Models*. *Annals of Tourism Research* 24:4
- Mangiri, Komet. *Keterkaitan Pariwisata dan Ekonomi Sosial Budaya*. Jakarta: BPS & Center for Statistical Service, 2003
- Mankiw, Gregory N. *Teori Makroekonomi edisi kelima*. Terj. Nurmawan Iman, Jakarta: Erlangga, 2003. Terj. dari *Macroeconomics 5th Edition*, 2003

- Mc. Carthy, Machel dan Serju, Prudence. *Tourism, Economic Growth & Employment*. Jamaica: Bank of Jamaica, 2006
- Mulyono, Sri. *Statistika Untuk Ekonomi*. Jakarta: LP FEUI, 1991
- Naisbitt, John. *Global Paradox: The Bigger the World Economy, the More Powerful Its Smallest Players*. New York : William Morrow & Company, Inc., 1994
- Nasution, Edwin, M dan Usman, Hardius. *Proses Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: LP FEUI, 2006
- Opperman, Martin. *Travel Life Cycle: Annals of Tourism Research Vol 22*, 1995
- Pindyck, Roberts S dan Rubinfeld, Daniel L. *Mikro Ekonomi Edisi ke 5*. Terj oleh Jenie Aldi. PT. Indeks Jakarta, 2003. Terj. dari *Microeconomics 5th Edition*, 2003
- Proenca, Sara A dan Soukiazis, Elias. *Demand for Tourism in Portugal : A Panel Data Approach*, 2005 <<http://www.fe.uc.pt/ceue>>
- Rahardja, Prathama dan Manurung, Mandala. *Teori Ekonomi Makro, Suatu Pengantar*. Jakarta: LP FEUI, 2004
- Sarwoko. *Statistik Inferensi*. Yogyakarta: Andi, 2007
- Sinclair, M Thea. *Tourism and Economic Development: A Survey: Journal of Development Studies Vol 34*, 1998 <<http://www.econpapers.repec.org>>
- Sinclair, Thea M dan Stabler, Mike. *The Economic of Tourism*. London & New York: Routledge, 1997 <<http://www.questia.com>>
- Song, Haiyan dan Stephen, Witt F. *Tourism Demand Modeling & Forecasting, Modern Econometric Approaches: Annals of Tourism Research 28:4* (2001)
- Stucka, Thomir T. *A Comparison of 2 Econometric Models (OLS & SUR) for Forecasting Croatian Tourism Arrivals*. Croatian National Bank Working Paper July 2002. Croatia: Croatian National Bank, 2002.
- Susanti, Ikhsan Mohamad, dan Widyanti. *Indikator-Indikator Makro Ekonomi*. Jakarta: LP FEUI, 2007
- Todaro, Michael P. *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga, Edisi ke tujuh*. Terj. Munandar, Haris. Erlangga, 2000. Terj. dari *Economic Development/Seventh Edition*, 2000

- Tsunami <<http://www.wikipedia.com>>
- Travel Warning <<http://wikipedia.com>>
- Travel & Tourism Competitiveness Report 2008 <<http://www.weforum.org>>
- United Nations Environment Program. *Economic Impact of Tourism* <<http://www.unep.org>>
- Uysal, Muzaffer. "The Determinants of Tourism Demand : A Theoretical Perspective Part B The Demand Side" *The Economic Geography of The Tourist Industry : A Supply side Analysis*, 1998.
- Winarno, Wahyu W. *Analisis Ekonometri dan Statistika Dengan E-Views*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2007
- Wood R C. *The Last Feather Bedded Industry? Government, Politics & The Hospitality International During & After 1992 General Election*. Tourism Management Volume 17:8, 1996.
- Woods, Josep M dan Jeffrey Steagall W. *Tourism & Economic Development : The Case of Post Independence Belize*. Paper dipresentasikan pada The 5<sup>th</sup> Annual Studies on Belize Conference 3-6 Sep 1991
- World Trade Organization. *Manual on Statistics of International Trade In Services Series M:86* (2002). <<http://www.wto.org>>.
- World Tourism Organization. *UNWTO World Tourism Barometer* 15:2, Juni 2007 <<http://www.unwto.org>>
- World Tourism Organization. *UNWTO World Tourism Barometer* 6:1, Jan 2008 <<http://www.unwto.org>>
- World Tourism and Travel Council <<http://www.wttc.org>>
- Yoeti, Oka A. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung : Angkasa, 1987
- Yoeti, Oka A. *Ekonomi Pariwisata Introduksi, Informasi, dan Implementasi*. Jakarta: Kompas Media Nusantara, 2008
- Zhou, Bonham Carl dan Gangnes Byron. *Modelling the Supply and Demand for Tourism: A Fully Identified VECM Approach*. Dept of Economics University of Hawaii Working Paper No 7, 17 July 2007



## Questionnaire Regarding Tourism in Indonesia

Your help in answering the following questionnaire is very much appreciated. The Questionnaire would be used just for my academic purpose.

### 1. Please let us know about yourself

Nationality	:	
Sex	:	<input type="checkbox"/> Male <input type="checkbox"/> Female
Age (years old)	:	<input type="checkbox"/> 20-30 <input type="checkbox"/> 30-40 <input type="checkbox"/> 40-50 <input type="checkbox"/> >50
Do you allocated your Income for Travel & Tourism activities?	:	<input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No
When yr income higher, will you selected Indonesia as your tourism destination	:	<input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No
Unless, which region you selected	:	<input type="checkbox"/> Asia (other than Indonesia) <input type="checkbox"/> Australia <input type="checkbox"/> Africa <input type="checkbox"/> Europe <input type="checkbox"/> North America <input type="checkbox"/> South America

### 2. Please let us know about your trip to Indonesia

Frequency for Visiting Indonesia	:	<input checked="" type="checkbox"/> 1-3 times <input type="checkbox"/> 4-6 times <input type="checkbox"/> >6 times
The most purpose for Visiting Indonesia	:	<input type="checkbox"/> Business <input type="checkbox"/> Personal <input type="checkbox"/> Seminar/Workshop/Trainings/Conference/Institutional
Your preference place for staying during your visit in Indonesia	:	<input checked="" type="checkbox"/> Classified Hotel <input checked="" type="checkbox"/> Other Accommodation, please mentioned.....
Your Preference for using air flight to Indonesia	:	<input type="checkbox"/> National Flight <input type="checkbox"/> Others

3. Your comment for goods/services related with Tourism in Indonesia

Description	Expensive	Cheap
Accommodation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Food & Beverages	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Souvenir & Shopping	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Local Transport/Flight	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Local Package Tours	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Guide Service	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Your comment about infrastructure (Road, Communication Network, Hospital, Hotel, Airport and other public facilities) which support tourism in Indonesia

Satisfied       Lack Satisfied       Unsatisfied

5. At your first visit to Indonesia, do you need reference from relative/friends/colleagues who ever visit Indonesia in the past?

Yes       No

6. Your comment about service performance of Indonesian employee at tourism sector

Satisfied       Lack Satisfied       Unsatisfied

7. If your country issued travel warning to Indonesia, do you still have intention to visit Indonesia

Yes       No

8. If natural disaster (such Tsunami) at some area in Indonesia happened, do you still have intention to visit Indonesia

Yes       No

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LGDPKAPR?(-1)	0.473423	0.134496	3.519985	0.0006
LRER?	-0.214997	0.059818	-3.5942	0.0005
LWISMAN?(-1)	0.547984	0.082269	6.660841	0.0000
LJALAN?	1.090187	0.279051	3.906766	0.0002
LEDU?	0.113773	0.068066	1.671515	0.0972
LOPEN?	0.31717	0.166963	1.899643	0.0599
LANGGARAN?(-1)	0.096671	0.054063	1.788118	0.0763
TRAVWAR?	-0.223673	0.066106	-3.38354	0.0010
TSUNAMI?	-0.170223	0.060415	-2.81757	0.0057
Fixed Effects				
_SPR--C	-13.90362			
_JPG--C	-15.44608			
_MLY--C	-13.72727			
_AUS--C	-14.39477			
_TAIWAN--C	-14.92771			
_KORSEL--C	-15.81417			
_USA--C	-14.79825			
_GERMAN--C	-14.88595			
_UK--C	-14.6823			
_NETH--C	-15.01053			
Weighted Statistics				
R-squared	0.998912	Mean dependent var	13.78409	
Adjusted R-squared	0.99875	S.D. dependent var	4.716218	
S.E. of regression	0.166761	Sum squared resid	3.364909	
Log likelihood	70.18887	F-statistic	6169.771	
Durbin-Watson stat	2.229397	Prob(F-statistic)	0.00000	