

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memegang peran besar dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara. Secara khusus, pendapatan dari pariwisata mengurangi kemiskinan dengan mengalihkan pendapatan pariwisata negara maju ke negara berkembang dan kurang berkembang (Tugcu, 2014). Meningkatnya jumlah wisatawan di negara-negara kecil menyebabkan peningkatan permintaan pasar terhadap produk lokal. Hal ini memungkinkan eksploitasi skala ekonomi, sehingga menurunkan biaya produksi per unit (Croes, 2006). Pariwisata tidak hanya menjadi penggerak pertumbuhan ekonomi, tetapi juga mendorong sektor ekonomi lainnya.

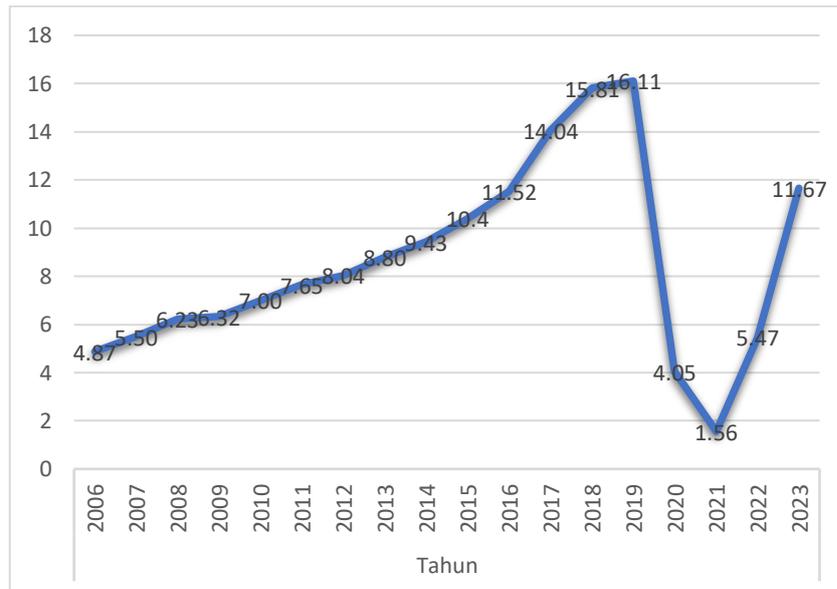
Pariwisata memegang peranan besar dalam perekonomian Indonesia. Pariwisata juga menjadi salah satu sektor yang memberikan kontribusi signifikan terhadap penerimaan devisa negara melalui kedatangan wisatawan mancanegara (Lumaksono *et al.*, 2012). Pada tahun 2019, jumlah penerimaan devisa yang terkait dengan kegiatan pariwisata mencapai 280 triliun rupiah, yaitu sekitar 4,8 persen dari total Pendapatan Domestik Bruto (PDB) (Kemenparekraf, 2020). Keberhasilan utama dicapai melalui pengeluaran terkait perjalanan wisatawan mancanegara yang menyumbang lebih dari 90% total pengeluaran selama di Indonesia. Wisatawan yang berkunjung ke Indonesia rata-rata mengeluarkan biaya sekitar 17,5 juta rupiah dalam setiap kedatangannya, belum termasuk biaya transportasi dari dan ke negara asal (Adiwilaga *et al.*, 2022).

Sebelum adanya pandemi COVID-19, jumlah kedatangan wisatawan mancanegara terus meningkat. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (2023) tercatat jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia at dari 8,04 juta pada tahun 2012 menjadi 16,11 juta pada tahun eningkat 2 kali dalam kurun waktu 7 tahun. Namun, pandemi 19 yang terjadi pada tahun 2020 menyebabkan jumlah kedatangan



wisatawan mancanegara mengalami penurunan drastis yang belum pernah terjadi sebelumnya. Jumlah pengunjung wisatawan mancanegara pada tahun 2020 sebanyak 4,05 juta orang, turun 74,86% dibandingkan tahun 2019.

Gambar 1.1 Jumlah wisatawan ke Indonesia, 2006-2023 (juta orang)



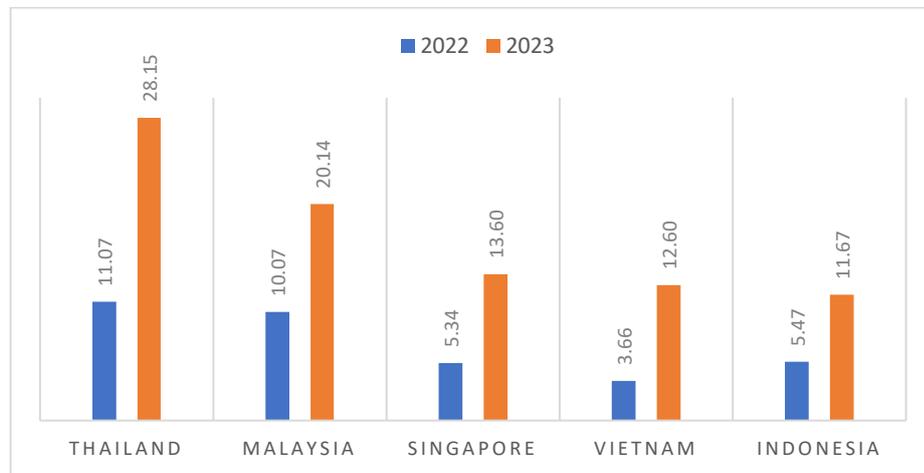
Sumber: BPS

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) dalam Rencana Strategis 2020-2024 menargetkan total kedatangan wisatawan mancanegara di tahun 2024 sebanyak 17 juta orang. Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan jumlah kedatangan wisatawan mencapai 11,67 juta orang pada tahun 2023. Jumlah ini naik dua kali lipat dibandingkan tahun 2022 yang tercatat 5,47 juta orang. Meskipun jumlah kedatangan wisatawan menunjukkan peningkatan, tetapi angka tersebut masih jauh lebih rendah dibandingkan capaian di tahun 2019 sebelum COVID-19.

Jika dibandingkan dengan negara ASEAN lainnya pada tahun 2022, Indonesia mengalami penurunan sebagai salah satu destinasi wisata paling diminati di ASEAN. Pada tahun 2023, posisi Indonesia turun di peringkat 4 oleh Vietnam yang menduduki peringkat ke-4.



Gambar 1.2 Jumlah wisatawan ke negara ASEAN, 2022-2023 (juta orang)



Sumber: UNWTO, data diolah

Banyak faktor yang mendorong wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata dan setiap orang memiliki tujuan berbeda saat melakukan perjalanan wisata. Alasan-alasan yang paling sering dijumpai bagi orang yang melakukan perjalanan wisata meliputi kebutuhan untuk bersantai, mengunjungi teman, urusan bisnis, perawatan kesehatan, keagamaan, dan berbagai motivasi lainnya (Nahar *et al.*, 2019).

Dalam penelitian ini, penulis berfokus pada permintaan pariwisata di Indonesia. Istilah "permintaan pariwisata" merujuk pada keinginan konsumen terhadap berbagai barang atau jasa pariwisata yang tersedia dan dapat dibeli dalam periode waktu dan kondisi tertentu (Song *et al.*, 2008). Permintaan pariwisata dapat dipelajari dengan menggunakan pendekatan ekonomi. Dalam pendekatan ini, permintaan pariwisata dipahami sebagai hubungan antara permintaan dan harga, serta faktor-faktor lain yang mempengaruhinya. Permintaan pariwisata bervariasi dari satu tempat ke tempat lain dan dari satu waktu ke waktu lainnya. Perbedaan ini dapat bersifat kuantitatif atau kualitatif karena dipengaruhi oleh berbagai faktor ekonomi dan faktor lainnya.



elitian terdahulu yang dilakukan pada beberapa negara di dunia
 kkan hasil yang berbeda. Penelitian yang dilakukan oleh Shah *et*
 2) di India menunjukkan hasil bahwa GDP negara asal wisatawan

berpengaruh positif. Alawin dan Abu-Lila (2016) penelitian yang dilakukan di Yordania menunjukkan hasil bahwa harga relatif berpengaruh negatif terhadap permintaan pariwisata. *Gap research* yang ditemukan oleh penulis adalah pada variabel harga pariwisata yaitu harga relatif. Penelitian yang dilakukan oleh Deluna dan Jeon (2014) pada penelitiannya di Filipina menunjukkan hasil yang tidak sesuai dengan teori permintaan dimana harga relatif tidak memiliki pengaruh terhadap kedatangan wisatawan. Selain itu, Hanafiah *et al.*, (2010) melakukan penelitian di Malaysia menunjukkan hasil bahwa harga relatif berpengaruh positif terhadap permintaan pariwisata.

Berdasarkan gap tersebut, maka penelitian difokuskan pada sisi permintaan dengan tujuan untuk menganalisis determinan permintaan pariwisata di Indonesia. Dalam studi ini, pendekatan yang digunakan adalah *gravity model*. Variabel jumlah wisatawan sebagai proksi dari permintaan pariwisata, serta melalui variabel-variabel dalam teori permintaan dan *gravity model*, seperti Produk Domestik Bruto (PDB) negara asal sebagai, jarak antara Jakarta dengan ibu kota negara asal wisatawan, harga relatif, dan kebijakan bebas visa di Indonesia. Dengan studi pada periode di mana jumlah kedatangan wisatawan mengalami peningkatan signifikan di Indonesia tahun 2006-2023, diharapkan dapat menjawab variabel yang mempengaruhi permintaan pariwisata di Indonesia sehingga target Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dapat tercapai.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan hal-hal yang telah diuraikan di atas, maka dapat ditarik beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- 1) Apakah Produk Domestik Bruto (PDB) negara asal wisatawan berpengaruh terhadap permintaan pariwisata di Indonesia?
- 2) Apakah jarak antara Jakarta dengan ibu kota negara asal wisatawan berpengaruh terhadap permintaan pariwisata Indonesia?
- 3) Apakah harga relatif berpengaruh terhadap permintaan pariwisata di Indonesia?



- 4) Apakah kebijakan bebas visa di Indonesia berpengaruh terhadap permintaan pariwisata di Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari uraian latar belakang dan rumusan masalah, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh Produk Domestik Bruto (PDB) negara asal wisatawan terhadap permintaan pariwisata di Indonesia.
- 2) Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh jarak antara Jakarta dengan negara asal wisatawan terhadap permintaan pariwisata Indonesia.
- 3) Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh harga relatif terhadap permintaan pariwisata di Indonesia.
- 4) Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kebijakan bebas visa di Indonesia terhadap permintaan pariwisata di Indonesia.

1.4 Kegunaan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini diharapkan akan memberikan kegunaan dalam hal-hal sebagai berikut:

- 1) Kegunaan Teoritis
Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman bagi akademisi tentang permintaan pariwisata di Indonesia.
- 2) Kegunaan Praktis
Penelitian ini dapat menjadi sumber referensi yang berguna bagi pembaca dan peneliti yang tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang permintaan pariwisata di Indonesia.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori dan Konsep

2.1.1 Pariwisata

Menurut *International Recommendations for Tourism World Trade Organization* (UNWTO), pariwisata merujuk pada aktivitas seseorang yang melakukan perjalanan atau tinggal di suatu tempat di luar lingkungan mereka yang biasa, dalam kurun waktu tidak lebih dari satu tahun secara terus menerus, untuk tujuan hiburan, bisnis, atau lainnya. Dalam sisi permintaan, pariwisata merupakan kegiatan wisatawan dalam memperoleh barang dan jasa wisata. Sementara dari sisi penawaran, pariwisata dipahami sebagai kegiatan yang menawarkan kebutuhan wisatawan. Pariwisata dari sisi permintaan, dapat dibagi menjadi tiga kategori utama: (1) *domestic tourism*, penduduk suatu negara yang melakukan perjalanan di dalam wilayah teritorial negara tempat mereka tinggal, (2) *inbound tourism*, penduduk luar negeri yang melakukan perjalanan ke suatu negara, dan (3) *outbound tourism*, penduduk yang melakukan perjalanan ke luar negeri.

2.1.2 Demand Theory

Istilah "*demand*" atau permintaan menggambarkan hubungan antara harga suatu barang dan jumlah yang diminta (*quantity demanded*) dari barang tersebut. Secara lebih spesifik, permintaan mencerminkan bagaimana jumlah yang diminta dari suatu barang berubah seiring dengan perubahan harga barang tersebut.

Secara teoritis, hubungan permintaan dengan harga sering dijelaskan dengan menggunakan hukum permintaan (*law of demand*), yang menyatakan bahwa ada hubungan invers antara harga barang dan jumlah yang diminta (Parkin, 2010). Ketika harga suatu barang naik, dengan asumsi faktor-faktor lain tetap (*ceteris paribus*), jumlah yang diminta akan cenderung menurun. Sebaliknya, jika harga barang turun,



jumlah yang diminta biasanya akan meningkat. Hal yang sama berlaku untuk permintaan pariwisata, yang dipengaruhi oleh pendapatan dan harga pariwisata (Stabler *et al.*, 2010).

Parkin (2010) menjelaskan bahwa terdapat dua alasan mengapa ketika harga semakin tinggi, kuantitas barang yang diminta menurun. Pertama, efek substitusi, ketika harga suatu barang naik tetapi faktor-faktor lainnya tetap. Hal ini menyebabkan perubahan permintaan ke barang substitusi yang lebih terjangkau. Kedua, efek pendapatan, ketika harga suatu barang naik tetapi faktor-faktor lainnya tetap. Dengan pendapatan yang tetap, konsumen terpaksa harus mengurangi jumlah barang yang diminta.

Menurut Parkin (2010) permintaan terhadap suatu barang atau jasa dipengaruhi oleh beberapa faktor: (a) harga barang-barang terkait, ketika harga salah satu barang naik, permintaan untuk barang lain cenderung meningkat disebut barang substitusi. Ketika harga salah satu barang naik, permintaan untuk barang lain cenderung turun disebut barang komplementer. (b) Ekspektasi harga di masa depan, ekspektasi konsumen akan perubahan harga di masa depan dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli saat ini. Jika konsumen memperkirakan harga suatu barang akan naik di masa depan, mereka mungkin cenderung membeli lebih banyak saat ini untuk menghindari harga yang lebih tinggi di kemudian hari. (c) pendapatan, keinginan atau kemauan konsumen untuk membeli barang dan jasa dipengaruhi oleh pendapatan. Jika permintaan suatu barang meningkat seiring dengan peningkatan pendapatan, barang tersebut disebut barang normal. Konsumen cenderung mengonsumsi lebih banyak barang normal ketika pendapatan mereka naik. Jika permintaan suatu barang menurun seiring dengan peningkatan pendapatan, barang tersebut disebut barang inferior. Ketika pendapatan konsumen naik, mereka cenderung beralih ke barang inferior ke barang yang lebih baik atau lebih mahal. (d) ekspektasi pendapatan dan kredit di masa depan, peningkatan permintaan



saat ini untuk barang atau jasa karena adanya keyakinan akan kemampuan untuk membayar di masa depan, baik melalui pendapatan yang lebih tinggi atau akses kredit yang lebih mudah. (e) preferensi, menentukan permintaan terhadap suatu barang. Preferensi seseorang tergantung pada nilai yang mereka berikan pada setiap barang dan jasa. Preferensi dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti cuaca, informasi, dan tren mode.

Dalam fungsi permintaan pariwisata yang dikemukakan oleh Sinclair (1998), faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan adalah sebagai berikut:

$$D_{ij} = f(Y_i, P_{ij/k}, E_{ij/k}, T_{ij/k}, DV) \quad (2.4)$$

D_{ij} = Permintaan pariwisata dari negara asal i ke negara tujuan j .

Y_i = Pendapatan asli dari negara asal i .

$P_{ij/k}$ = Harga relatif antara negara asal i dan negara tujuan j , dibandingkan dengan negara tujuan alternatif k .

$E_{ij/k}$ = Nilai tukar antara mata uang negara asal i dan negara tujuan j , dibandingkan negara tujuan alternatif k .

$T_{ij/k}$ = Biaya transportasi antara negara asal i dan negara tujuan j , dibandingkan negara tujuan alternatif k .

DV = Variabel dummy digunakan untuk memperhitungkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi permintaan pariwisata antara negara asal i dan negara tujuan j .

2.1.3 Gravity Model

Gravity Model yang dikembangkan oleh Tinbergen (1962) diturunkan dari *Newton's gravitational law* untuk menggambarkan pola perdagangan internasional dan menganalisis arus barang antara dua negara.

Pariwisata dapat dianggap sebagai perdagangan jasa, sehingga *gravity*

model cocok digunakan dalam studi pariwisata (Jong *et al.*, 2020). Jargon model ini adalah faktor-faktor seperti jarak geografis dan karakteristik negara asal dipertimbangkan dengan jelas (Morley *et al.*,



2014).

Salvatore (2020) mengilustrasikan *gravity model* sebagai berikut:

$$T = C \frac{Y_1 \cdot Y_2}{D} \quad (2.1)$$

T = nilai perdagangan internasional antara dua negara

C = konstan

Y = GDP

D = jarak antara negara 1 dan 2

Untuk tujuan ekonometrik, persamaan (2.1) dapat diubah menjadi persamaan linear (2.2) dengan menggunakan logaritma:

$$\text{Log}(Trade_{io}) = A + \beta_1 \log(GDP_i \cdot GDP_o) + \beta_2 \log(Distance_{io}) + \varepsilon_{io} \quad (2.2)$$

Dalam mengestimasi permintaan pariwisata, Rodrigue (2004) telah menggunakan *gravity model* Tinbergen dan disesuaikan dengan variabel pariwisata. Beberapa penyesuaian telah dilakukan dengan model tersebut. Model yang diusulkan oleh Rodrigue (2004) adalah:

$$TD_{io} = K \frac{m_1 \cdot m_2}{D_{io}} \quad (2.3)$$

Dimana :

TD_{io} = Kedatangan wisatawan dari negara o ke negara tujuan i

K = Konstanta

m_1 = Faktor-faktor yang mendorong pergerakan wisatawan

m_2 = Faktor-faktor yang menarik pergerakan wisatawan

D_{io} = Jarak antara negara o dan negara tujuan i

2.1.4 Hubungan Antar Variabel

Hubungan Produk Domestik Bruto (PDB) terhadap Permintaan Pariwisata

PDB suatu negara secara positif mempengaruhi volume gangan (Salvatore (2020). Semakin tinggi pendapatan suatu a (PDB), maka semakin tinggi daya beli terhadap barang atau jasa. 1 permintaan pariwisata, PDB negara asal menunjukkan



kemampuan penduduknya untuk melakukan wisata ke luar negeri.

Hubungan Jarak terhadap Permintaan Pariwisata

Jarak antar negara yang melakukan perdagangan merupakan invers dari volume perdagangan (Salvatore, 2020). Semakin jauh jarak antara dua negara, semakin tinggi biaya transportasi dan logistik yang diperlukan untuk mengirim barang dari satu negara ke negara lainnya. Negara-negara yang berdekatan secara geografis cenderung memiliki volume perdagangan yang lebih besar. Dalam permintaan pariwisata, jarak yang jauh antara negara menunjukkan tingginya biaya perjalanan yang harus dikeluarkan untuk melakukan perjalanan wisata.

Hubungan Indeks Harga Konsumen (IHK) terhadap Permintaan Pariwisata

Permintaan pariwisata merupakan fungsi dari pendapatan dan harga relatif (Akis, 1998). Deluna dan Jeon (2014) mengukur harga relatif sebagai representasi dari biaya hidup di negara tujuan wisatawan menggunakan rasio IHK negara tujuan wisatawan dan IHK negara asal wisatawan. Permintaan untuk pariwisata adalah fungsi invers dari harga relatif, artinya semakin rendah IHK negara tujuan dibandingkan dengan IHK negara asal wisatawan, maka biaya hidup di negara tujuan lebih rendah dibandingkan dengan negara asal.

Hubungan Kebijakan Bebas Visa terhadap Permintaan Pariwisata

Kebijakan Bebas Visa adalah suatu kebijakan dari pemerintah Republik Indonesia dalam rangka untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di Indonesia. Kebijakan bebas visa dapat mempengaruhi jumlah wisatawan karena harga pariwisata lebih murah, artinya wisatawan tidak perlu mengeluarkan biaya yang terkait dengan proses mendapatkan visa.



Metode Penelitian Empirik

Metode *structural equation model* telah menjadi pendekatan yang relevan dalam menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pariwisata, serta dalam mengestimasi peran variabel struktural dalam industri

pariwisata (Morley *et al.*, 2014). Penelitian tentang determinan permintaan terhadap pariwisata telah menjadi subjek banyak penelitian dalam literatur pariwisata, terutama di negara-negara yang memiliki sektor pariwisata yang sangat kompetitif dan mengandalkan sektor pariwisata sebagai sumber pendapatan.

Nahar *et al.*, (2019) menganalisis permintaan pariwisata di Indonesia dengan menggunakan pendekatan *gravity model*, serta mengevaluasi pengaruh kebijakan bebas visa. Data yang digunakan adalah periode 2006 sampai 2016 dan diambil dari berbagai sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel yang dianalisis memiliki signifikansi statistik. Secara khusus, Produk Domestik Bruto (PDB) negara asal dan tujuan, serta negara dengan akses bebas visa, memiliki pengaruh positif terhadap jumlah kedatangan wisatawan. Sebaliknya, jarak tempuh memiliki pengaruh negatif terhadap jumlah kedatangan wisatawan.

Jimoh dan Gold (2019) meneliti faktor-faktor ekonomi yang mempengaruhi permintaan pariwisata di wilayah *Economic Community of West African States* (ECOWAS). Penelitian yang dilakukan menggunakan *static panel regression model* dengan data tahunan antara tahun 2000 sampai 2015 di semua negara di wilayah Afrika Barat. Hasil empiris menunjukkan bahwa pendapatan wisatawan internasional, dan harga relatif pariwisata berpengaruh terhadap tingkat permintaan pariwisata di wilayah ECOWAS pada tingkat signifikansi masing-masing 1%, 1%, dan 1%. Hasil estimasi dari variabel-variabel tersebut menunjukkan bahwa pendapatan memiliki pengaruh positif terhadap permintaan pariwisata, sementara harga relatif memiliki pengaruh negatif terhadap permintaan pariwisata di wilayah ECOWAS.

Malaj dan Malaj (2023) meneliti faktor-faktor utama mempengaruhi kedatangan wisatawan ke tiga destinasi Mediterania, yaitu Yunani, Albania, danenegro, menggunakan gravity model untuk data panel untuk analisis jumlah wisatawan dari 20 negara asal wisatawan selama 2012-2021. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jarak bilateral



berpengaruh negatif terhadap permintaan pariwisata. Di sisi lain, pendapatan per kapita di negara asal dan tujuan, kedekatan geografis, serta kesamaan iklim menunjukkan pengaruh positif.

Shah *et al.*, (2022) meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pariwisata di India dengan menggunakan data time series tahun 1991 - 2019 dari 15 negara asal wisatawan, menggunakan gravity model yang diestimasi dengan *fixed effect model* untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pariwisata di India. Hasil empiris menunjukkan bahwa jarak memiliki pengaruh negatif. Selain itu, tingkat pendapatan negara asal wisatawan berpengaruh positif terhadap arus wisatawan yang datang ke India. Sedangkan, harga relatif tidak berpengaruh terhadap permintaan pariwisata India.

