

IR – PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS AIRLANGGA

**PENGARUH SEKTOR PARIWISATA TERHADAP
PERTUMBUHAN EKONOMI DI INDONESIA**

TESIS

**Disusun Untuk memenuhi sebagian persyaratan
dalam memperoleh gelar Magister Sains Ekonomi (MSE) pada
Departemen Ilmu Ekonomi Program Studi Magister Ilmu Ekonomi**



**Oleh
ANGGITA PERMATA YAKUP
NIM : 041624453003**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2019**

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH SEKTOR PARIWISATA TERHADAP
PERTUMBUHAN EKONOMI DI INDONESIA

oleh

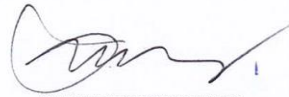
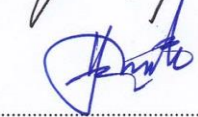
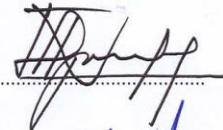
Anggita Permata Yakup
NIM : 041624453003

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 24 Juli 2019 dan
dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji:

1. Drs. Ec. Tri Haryanto, MP., Ph.D.
NIP. 196811131993031003
(Dosen Pembimbing)
2. Rossanto Dwi Handoyo, SE., M.Si., Ph.D
NIP. 197608242003121001
(Dosen Penguji 1)
3. Rumaya, SE., M.Reg.Dev., Ph.D.
NIP. 198301092009121003
(Dosen Penguji II)
4. Dr. Lilik Sugiharti, SE., M.Si.
NIP. 196805251995122001
(Dosen Penguji III)
5. Dr. Achmad Solihin, SE., M.Si.
NIP. 196904122002121001
(Dosen Penguji IV)

Tanda Tangan:



Surabaya, 05 Agustus 2019
Koordinator Program Studi

Dr. Wisnu Wibowo, SE., M.Si
NIP. 197309022003121001

PERNYATAAN

Saya, (Anggita Permata Yakup, 041624453003), menyatakan bahwa:

1. Tesis saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatas namakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Tesis ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di Universitas Airlangga, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Dalam tesis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam dalam penyertaan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis tesis ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya,^{05 Agustus}.....2019



METERAI
TEMPEL
7AA90AFF919498018
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Anggita Permata Yakup

NIM: 041624453003

DECLARATION

I, (Anggita Permata Yakup, 041624453003), declare that:

1. My thesis is genuine and truly my own creation, and is not another's person work made under my name, not a piracy or plagiarism. This thesis has never been submitted to obtain an academic degree in Airlangga University or in any other universities/colleges.
2. This thesis does not contain any work or opinion written or published by anyone, unless clearly acknowledge or referred to by quoting the author's name and stated in the references.
3. This statement is true, if on the future this statement is proven to be fraud and dishonest, I agree to receive an academic sanction in the form of removal of the degree obtained through this thesis, and other sanctions in accordance with the prevailing norms and regulations in Airlangga University.

Surabaya 05 Agustus 2019

Declared by,



Anggita Permata Yakup

NIM: 041624453003

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan penelitian dan tesis yang berjudul “Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia”. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun kita pada jalan kebenaran. Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam mencapai gelar Master Sains Ekonomi dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.

Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam tesis ini, penulis menyadari bahwa tesis ini tidak akan ada tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan semangat dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Keluarga tercinta, khususnya kedua orang tua penulis, ibu dan bapak tercinta (Yakup dan Asri Djafar) atas segala kasih sayang, doa, semangat, dukungan lahir dan batin maupun materi yang tidak dapat terbalaskan. Terimakasih atas semua pengorbanan, pengertian dan kesabaran dalam mendidik dan menyertai segala perjuangan penulis hingga saat ini. Kakak dan Kakak Ipar (Darmawan Moh. Yakup dan Jusniaty) yang telah memberikan doa dan dukungan serta keluarga besar yang selalu memberikan kebahagiaan dan membuat penulis semangat dan tersenyum.
2. Bapak Drs. Ec. Tri Haryanto, MP., Ph.D., selaku dosen pembimbing yang senantiasa telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis dalam penyusunan tesis ini hingga

selesai. Terima kasih atas saran, nasihat, kesabaran dan ilmu yang telah diberikan kepada penulis selama ini.

3. Prof. Dr. Hj. Dian Agustina, SE., M.Si., Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga yang telah memberikan kesempatan penulis untuk belajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Surabaya.
4. Dr. Muryani, SE., M.Si., MEMD., selaku ketua Departemen Ilmu Ekonomi dan Bapak Rossanto Dwi Handoyo, SE., MSi., Ph.D., selaku Sekretaris Departemen Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.
5. Bapak Dr. Wisnu Wibowo, SE., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Magister Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.
6. Seluruh dosen pengajar di Magister Ilmu Ekonomi yang telah memeberikan pengarahan dan menyalurkan ilmu yang bermanfaat dari semester awal hingga akhir kepada penulis.
7. Staf Sekretaris Bersama (SEKBER) Magister Ilmu Ekonomi, ruang baca dan staf lainnya yang telah banyak membantu.
8. Teman – teman seperjuangan Magister Ilmu Ekonomi Angkatan 2016.2, Meylinda Sulfiana Putri, Umar, Indah Rahmawati, Amir Ambyah Zakaria, dan Arifin Ahmad atas segala bantuan, doa dan semangat yang telah diberikan kepada penulis.
9. Teman - teman penulis, Ella Agustian dan Yosefin Donsu, Terima kasih untuk kebersamaan dan persahabatan kita yang indah.

Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang telah membantu namun tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan yang tidak sengaja. Kritik dan saran sangat

diharapkan demi penyempurnaan penulisan Tesis ini. Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan berguna bagi pihak – pihak yang membutuhkan.

Surabaya,2019

Anggita Permata Yakup

ABSTRAK

Sektor pariwisata memiliki peranan penting sebagai salah satu sumber bagi penerimaan devisa, serta dapat mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, khususnya dalam mengurangi jumlah pengangguran dan meningkatkan produktivitas suatu negara. Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang harus dimanfaatkan untuk pembangunan kepariwisataan sebagai bagian dari pembangunan Nasional. Pembangunan kepariwisataan mempunyai tujuan akhir untuk meningkatkan pendapatan masyarakat yang pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi. Perkembangan pariwisata juga mendorong dan mempercepat pertumbuhan ekonomi. Kegiatan pariwisata menciptakan permintaan, baik konsumsi maupun investasi yang pada gilirannya akan menimbulkan kegiatan produksi barang dan jasa. Penelitian ini mengkaji pengaruh pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia berdasarkan data *time series* selama tahun 1975 - 2017. Penelitian ini menggunakan model persamaan simultan yang diestimasi dengan *Two stage least square*. Hasil menunjukkan bahwa pariwisata berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi dan sebaliknya pertumbuhan ekonomi berpengaruh positif terhadap pariwisata. Faktor lain yang berpengaruh terhadap pariwisata di Indonesia yaitu nilai tukar dan inflasi. Pariwisata dapat meningkatkan pendapatan devisa, menciptakan lapangan kerja, merangsang pertumbuhan industri pariwisata, oleh karena itu dapat memicu pertumbuhan ekonomi, terlebih dapat mendorong di berbagai negara untuk mengembangkan sektor pariwisata. Pariwisata berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi melalui berbagai jalur termasuk pendapatan mata uang asing, menarik investasi internasional.

Kata Kunci : Pariwisata, Pertumbuhan Ekonomi, *Two Stages Least Square*

ABSTRAC

The tourism sector has an important role as one source for foreign exchange earnings, and can encourage national economic growth, especially in reducing the number of unemployed and increasing the productivity of a country. The tourism sector is one of the strategic sectors that must be used for tourism development as part of national development. Tourism development has the ultimate goal of increasing people's incomes, which in turn can improve community welfare and economic growth. The development of tourism also encourages and accelerates economic growth. Tourism activities create demand, both consumption and investment which in turn will lead to the production of goods and services. This study examines the effect of tourism on economic growth in Indonesia based on time series data during the years 1975 - 2017. This study uses a simultaneous equation model estimated by Two stage least square. The results show that tourism has a positive effect on economic growth and conversely economic growth has a positive effect on tourism. Another factor that influences tourism in Indonesia is the exchange rate and inflation. Tourism can increase foreign exchange earnings, create jobs, stimulate the growth of the tourism industry, therefore it can trigger economic growth, especially can encourage in various countries to develop the tourism sector. Tourism contributes to economic growth through various channels including foreign currency revenues, attracting international investment.

Keywords : Tourism, Economic Growth, Two Stage Least Square

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN DEPAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS	iv
DECLARATION	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	11
1.4.1. Manfaat Teoritis	11
1.4.2. Manfaat Praktis	11
1.5. Lingkup Penelitian	11
1.6. Sistematika Tesis	12
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Landasan Teori	13
2.1.1. Pariwisata	13
2.1.2. <i>Demand for Tourism</i>	15
2.1.3. <i>Supply of Tourism</i>	21
2.1.4. <i>Market for tourism</i>	25
2.1.5. Pertumbuhan Ekonomi	28

2.2. Penelitian Terdahulu.....	32
2.3. Kerangka Konseptual	37
2.4. Pengembangan Hipotesis dan Model Analisis.....	39
2.4.1. Pengembangan hipotesis.....	39
2.4.2. Model Analisis	39
BAB 3 METODE PENELITIAN	41
3.1. Jenis Penelitian.....	41
3.2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	41
3.3. Jenis dan Sumber Data	43
3.4. Metode Pengumpulan Data	43
3.5. Teknik Analisis Data	44
3.5.1. Permasalahan Identifikasi	44
3.5.2. Uji Simultan.....	47
3.5.3. Uji Eksogenitas.....	47
3.5.4. Uji <i>Two Stages Least Square</i>	48
3.5.5. Uji t-Statistik	48
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	50
4.1.1. Pariwisata Indonesia	50
4.1.2. Pertumbuhan Ekonomi Indonesia	52
4.2. Analisis Deskriptif.....	59
4.2.1. Identifikasi Model	60
4.2.2. Hasil Uji Simultan.....	61
4.2.3. Hasil Uji Eksogenitas.....	62
4.2.4. Hasil <i>Two Stages Least Square</i>	62
4.3. Pengujian Hipotesis	65
4.4. Pembahasan	66
BAB 5 PENUTUP.....	70
5.1. Simpulan	70
5.2. Implikasi Penelitian	70
5.3. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	

LAMPIRAN - LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu (Kuantitatif Deskriptif).....	36
Tabel 3.1 Sistem Persamaan Simultan	46
Tabel 4.1 Analisis deskriptif	60
Tabel 4.2 Identifikasi <i>Rank Condition</i>	60
Tabel 4.3 Hasil Estimasi <i>Two Stages Least Square</i> tahap 1	62
Tabel 4.4 Hasil Estimasi <i>Two Stages Least Square</i> tahap 2	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia.....	4
Gambar 2.1. Produksi dalam Pasar Persaingan Sempurna	27
Gambar 2.2. Kerangka Konseptual	38
Gambar 3.1. Daerah Penolakan dan Penerimaan Uji p -value (secara parsial)	49
Gambar 4.1. Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Indonesia	51
Gambar 4.2. Rata-rata lama tinggal wisatawan mancanegara di Indonesia	56
Gambar 4.3. Perkembangan Perumbuhan Ekonomi Indonesia	57

DAFTAR LAMPIRAN

Hasil Estimasi *Two Stages Least Square*

LoA Jurnal Bina Ekonomi

Hasil Turnitin

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator ekonomi yang menjadi perhatian bagi suatu negara. Pertumbuhan ekonomi Indonesia oleh saat ini terus berkembang dan menunjukkan angka perbaikan dalam meningkatkan pendapatan atau devisa negara. Salah satu sektor tersebut adalah pariwisata yang saat ini telah berkembang dan menjadi salah satu industri terbesar bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia, ini dapat dilihat dari meningkatnya perkembangan jumlah kunjungan wisatawan nusantara maupun manca negara.

Pariwisata memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi melalui berapa jalur (Brida *et al*, 2010). Pertama, sektor pariwisata sebagai penghasil devisa untuk memperoleh barang modal yang digunakan dalam proses produksi (McKinnon, 1964). Kedua, pengembangan pariwisata menstimulus investasi dibidang infrastruktur (Sakai, 2006). Ketiga, pengembangan sektor pariwisata mendorong pengembangan sektor-sektor ekonomi yang lainnya melalui *direct*, *indirect*, dan *induced effect* (Spurr, 2006). Keempat, pariwisata ikut berkontribusi dalam peningkatan kesempatan kerja dan peningkatan pendapatan (Lee & Chang, 2008). Kelima, pariwisata menyebabkan *positive economies of scale* (Weng & Wang, 2004). Pariwisata juga merupakan faktor penting dalam penyebaran *technical knowledge*, mendorong *research and development*, dan akumulasi modal manusia (Blake *et al*, 2006).

Sektor pariwisata berperan penting dalam meningkatkan perekonomian suatu negara, khususnya dalam mengurangi jumlah pengangguran dan meningkatkan

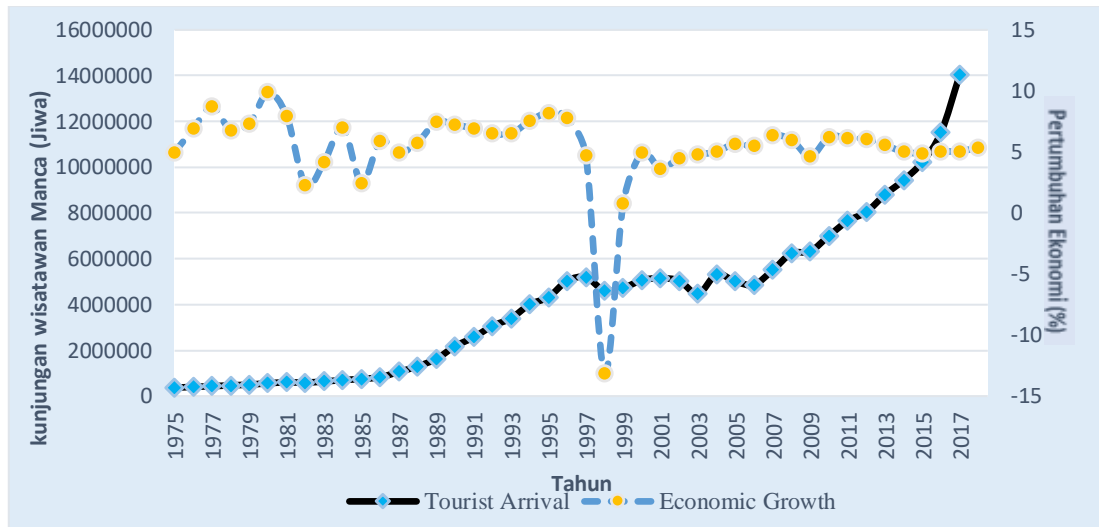
produktivitas suatu negara (Jaffe & Pasternak, 2004). Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang harus dimanfaatkan untuk pembangunan kepariwisataan sebagai bagian dari pembangunan Nasional. Pembangunan kepariwisataan mempunyai tujuan akhir untuk meningkatkan pendapatan masyarakat yang pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi.

Sebagai salah satu sektor pembangunan yang dapat memacu pertumbuhan ekonomi suatu wilayah, pariwisata dianggap sebagai suatu aset yang strategis untuk mendorong pembangunan pada wilayah - wilayah tertentu yang mempunyai potensi objek wisata. Hal ini disebabkan karena pariwisata memiliki tiga aspek pengaruh yaitu aspek ekonomis (sumber devisa, pajak-pajak), aspek sosial (penciptaan lapangan kerja) dan aspek budaya. Selanjutnya, Samimi *et al.*, (2011) menyatakan bahwa sektor pariwisata meningkatkan pendapatan devisa, menciptakan lapangan kerja, merangsang pertumbuhan industri pariwisata, oleh karena itu dapat memicu pertumbuhan ekonomi, terlebih ini yang mendorong di berbagai negara untuk mengembangkan sektor pariwisata ini.

Menurut Nizar (2011) pengaruh pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi dengan menganalisis jumlah turis dan devisa pariwisata terhadap nilai tukar rupiah di Indonesia pada tahun 2014, menunjukkan pariwisata mempengaruhi pertumbuhan ekonomi, dan pertumbuhan pariwisata (devisa pariwisata dan jumlah turis) dan nilai tukar memiliki hubungan kausalitas timbal balik. Hal ini sebagai dampak dari peningkatan devisa pariwisata yang meningkatkan (apresiasi) kurs rupiah. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa apresiasi atau depresiasi rupiah akan mendorong peningkatan atau penurunan devisa pariwisata dan jumlah turis dalam waktu berbeda

serta ada hubungan positif dan pengaruh timbal balik antara jumlah turis dan devisa pariwisata.

Berdasarkan *World Travel and Tourism Council* (2015) Kontribusi pariwisata Indonesia terhadap PDB pada tahun 2014 adalah Rp. 325.467 miliar (3,2% dari PDB). Ini diperkirakan akan naik 6,0% menjadi Rp. 345.102 miliar pada tahun 2015. Dan pariwisata Indonesia juga berkontribusi terhadap tenaga kerja pada tahun 2014 3.326.000 tenaga kerja (2,9% dari total tenaga kerja). Ini diperkirakan akan meningkat sebesar 2,3% pada tahun 2015 dan naik sebesar 1,4% per tahun menjadi 3.905.000 tenaga kerja (2,9% dari total tenaga kerja) pada tahun 2025. Selain itu, pariwisata Indonesia berkontribusi terhadap *Visitor exports* dengan menghasilkan Rp. 132.159,0milyar (5,6% dari total ekspor) pada 2014. Ini diperkirakan akan tumbuh sebesar 5,5% pada 2015, dan tumbuh sebesar 5,5% per tahun, dari 2015-2025, menjadi Rp238.606 milyar pada tahun 2025 (6,5% dari total). Dan pariwisata Indonesia juga mendatangkan Investasi, pada tahun 2014 investasi yang telah dilakukan adalah Rp.167.435 milyar atau 5,3% dari total investasi, dan naik 5,7% pada 2015, dan naik 7,1% per tahun selama sepuluh tahun ke depan menjadi Rp352.910 milyar pada tahun 2025 (6,0% dari total). Ini mencerminkan aktivitas ekonomi yang dihasilkan oleh industri seperti hotel, agen perjalanan, maskapai penerbangan dan layanan transportasi penumpang lainnya (tidak termasuk layanan komuter). Tetapi itu juga mencakup, misalnya, kegiatan-kegiatan industri restoran dan hiburan yang didukung secara langsung.



Sumber: Bank Indonesia dan Badan Pusat Statistik (2018)

Gambar 1.1

Perkembangan Jumlah Kunjungan wisatawan Mancanegara dan Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia Tahun 1975 - 2017

Berdasarkan kementerian pariwisata (2018) jumlah kunjungan wisatawan di Indonesia dari tahun ke tahun semakin meningkat, yaitu tumbuh sekitar 13.2 persen pada tahun 2008 dan meningkat sekitar 1.4 persen pada tahun 2009. Pada tahun 2015 jumlah kunjungan wisatawan meningkat sebesar 7.2 persen tumbuh diatas rata-rata negara lain yang hanya 4.4 persen. Pada tahun 2017 kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia tumbuh menjadi 14.3 juta kunjungan dimana keberhasilan ini merupakan dedikasi, komitmen, strategi, dan teori pengembangan sektor pariwisata yang dijalankan. Akan tetapi keberhasilan ini tidak diikuti dengan peningkatan pertumbuhan ekonomi di Indonesia yang pada tahun 2017 tumbuh sebesar 5.07 persen meskipun pertumbuhan ekonomi di Indonesia mengalami perbaikan peningkatan dari tahun ke tahun tetapi pertumbuhan pariwisata masih lebih tinggi peningkatannya.

Akan tetapi, dengan potensi sumber daya alam dan budaya yang besar, pencapaian pariwisata Indonesia dapat dikatakan belum maksimal (Utami & Hartono, 2016). Sejak krisis ekonomi global tahun 2008, kunjungan wisatawan dan total

pengeluaran wisatawan di Indonesia cenderung tumbuh melambat. Demikian juga *market share* Indonesia terhadap total kunjungan dan pengeluaran wisatawan di Kawasan Asia Tenggara terhadap dunia justru mengalami peningkatan. Kondisi ini mengindikasikan terjadinya penurunan permintaan pariwisata Indonesia.

Pariwisata telah menjadi salah satu kontribusi utama bagi pertumbuhan ekonomi di banyak negara berkembang dan negara maju. Pariwisata berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi melalui berbagai jalur termasuk pendapatan mata uang asing, menarik investasi internasional, meningkatkan pendapatan pajak dan menciptakan lapangan kerja tambahan (Gokovali & Bahar, 2006; Jayathilake, 2013; Kadir & Karim, 2012; Chew Ging, 2008).

Perkembangan pariwisata juga mendorong dan mempercepat pertumbuhan ekonomi. Kegiatan pariwisata menciptakan permintaan, baik konsumsi maupun investasi yang pada gilirannya akan menimbulkan kegiatan produksi barang dan jasa. Selama berwisata, wisatawan akan melakukan aktivitas transaksi belanja, sehingga secara langsung menimbulkan permintaan pada pasar barang dan jasa. Selanjutnya wisatawan secara tidak langsung menimbulkan permintaan akan barang modal dan bahan baku untuk memproduksi memenuhi permintaan wisatawan akan barang dan jasa tersebut. Dalam usaha memenuhi permintaan wisatawan diperlukan investasi di bidang transportasi dan komunikasi, perhotelan dan akomodasi, industri kerajinan dan industri produk konsumen, industri jasa, rumah makan (Spillane, 2004).

Perkembangan pariwisata sebagai sebuah industri tidak terlepas dari permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*). Beberapa tren pariwisata di masa mendatang mencakup meluarnya minat terhadap pariwisata. Wisatawan semakin menginginkan pengalaman nyata dengan wisata dan gaya hidup, serta konsumen

semakin mencari hiburan yang bersifat aktif dan mengandung unsur edukasi (Subanti, 2011). Perkembangan industri pariwisata yang sangat dinamis dan terus diperkuat oleh kemajuan kesejahteraan ekonomi di dunia menyebabkan sektor pariwisata saat ini mengambil peran penting dalam pembangunan perekonomian (Subanti, 2011).

Dinamika industri pariwisata global menghadapi pada situasi semakin meningkatnya gejolak persaingan, baik pada tingkat regional maupun internasional antar negara sebagai destinasi wisata. Semakin kompetitif suatu negara sebagai destinasi wisata akan menarik lebih banyak wisatawan untuk berkunjung, wisatawan akan menghabiskan uang lebih banyak di negara destinasi wisata tersebut. Akibatnya, Produk Domestik Bruto (PDB), pertumbuhan ekonomi negara, dan kesejahteraan ekonomi masyarakat akan meningkat. Oleh karena itu, setiap negara akan saling bersaing untuk dapat menarik lebih banyak wisatawan dan pembelanjaan (Crouch & Ritchie, 1999; Dwyer *et al.*, 2000).

Pariwisata secara esensi terkait dengan pengeluaran wisatawan (Li *et al.*, 2013). Crouch & Ritchie (1999) menyatakan bahwa yang membuat suatu destinasi wisata benar-benar kompetitif adalah kemampuannya untuk meningkatkan pengeluaran wisatawan dan menarik kunjungan wisatawan lebih banyak dibandingkan destinasi kompetitor sehingga pada akhirnya akan meningkatkan penerimaan devisa pariwisata. Akan tetapi, tingkat harga yang rendah tidak menjamin tingginya penerimaan devisa suatu destinasi pariwisata. Jika permintaan terhadap suatu destinasi bersifat inelastis terhadap harga, strategi penurunan harga tidak mampu meningkatkan penerimaan devisa suatu destinasi. Oleh karena itu, pendekatan permintaan tepat digunakan untuk mengukur pariwisata.

Permintaan pariwisata di pengaruhi oleh beberapa faktor antara lain yaitu harga, harga substitusi, pendapatan, selera, biaya promosi, kepadatan penduduk, situasi sosial politik, keamanan, jarak dan transportasi (*accessibility*) tetap akan sangat berpengaruh (Carey, 1991; Lise & Tol, 2002). Selain itu, menurut Middleton (2009) permintaan keputusan konsumen terhadap permintaan pariwisata dipengaruhi oleh, Faktor ekonomi, Faktor demografi, Faktor geografis, Sikap sosial budaya untuk pariwisata, Mobilitas, Peraturan Pemerintah, Media komunikasi dan teknologi informasi.

Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis mengenai faktor-faktor yang menentukan perkembangan wisatawan dalam perspektif makroekonomi. Analisis ini dapat dilakukan dengan menggunakan salah satu indikator pariwisata yaitu kunjungan wisatawan mancanegara sebagai variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan antara lain GDP per kapita sebagai proksi dari pertumbuhan ekonomi, nilai tukar rupiah, dan indeks harga konsumen.

Nilai tukar sangat penting dalam mempengaruhi keputusan wisatawan mancanegara dalam melakukan wisata, terutama kurs antara mata uang negara asal turis itu dengan mata uang tujuan destinasi. Semakin banyak informasi biaya perjalanan antar tujuan destinasi wisata, maka wisatawan semakin sensitif terhadap harga yang diukur dengan nilai tukar, sehingga wisatawan akan bergeser dari negara dengan nilai tukar yang tinggi (depresiasi) ke negara dengan nilai tukar rendah (apresiasi). Oleh karena itu, nilai tukar merupakan faktor pentu yang esensial bagi pariwisata (Patsouratis *et al*, 2005; Elit & Einav, 2004; Rosello, 2005).

Menurut Chiu & Yeh (2017) hubungan pariwisata dan pertumbuhan ekonomi telah dianalisis dengan pendekatan hipotesis TLG (*Tourism Led-Growth*) ketika kondisi pariwisata berubah dengan menggunakan tiga spesialisasi pariwisata: (1) rasio

penerimaan pariwisata internasional terhadap PDB; (2) rasio jumlah kedatangan wisatawan internasional dengan jumlah keberangkatan wisatawan internasional (rasio wisatawan); dan (3) rasio layanan perjalanan ekspor layanan komersial dengan layanan perjalanan impor layanan komersial (rasio layanan perjalanan). Tingkat spesialisasi pariwisata yang lebih tinggi berarti negara-negara menunjukkan lebih banyak pengembangan pariwisata.

Pengembangan pariwisata telah menjadi fokus banyak penelitian baru-baru ini dalam literatur, karena industri ini tidak hanya meningkatkan pendapatan devisa, tetapi juga menciptakan peluang kerja bagi negara-negara tujuan pariwisata, sehingga memacu pertumbuhan ekonomi. Namun, pariwisata adalah industri padat karya dengan produktivitas rendah, dan pengembangan pariwisata dapat mendorong beralihnya sumber daya dari industri produktif tinggi (yaitu, manufaktur) ke sektor pariwisata, yang mengakibatkan penurunan dalam output manufaktur (Nowak, Sahli, & Sgro 2003). Penelitian Hazari *et al* (2003) menunjukkan bahwa ledakan wisata di daerah perkotaan dapat memiskinkan daerah di pedesaan, yang berarti pertumbuhan pariwisata dapat membahayakan pertumbuhan ekonomi. Dengan demikian, upaya mempromosikan pengembangan pariwisata dapat meningkatkan atau merusak pertumbuhan ekonomi, tergantung pada situasinya.

Sektor pariwisata telah menarik perhatian dalam literatur tentang perkembangan ekonomi. Dorongan utama dalam banyak penelitian yaitu tentang dampak ekonomi pariwisata untuk mengukur dampak langsung dan tidak langsung terhadap ekonomi (Pearce & Butler 2010). Seperti yang ditunjukkan dalam Sinclair (1998), sebagian besar studi tentang pariwisata yang diteliti selama paruh kedua abad ke-20 tidak secara tegas diarahkan pada topik peran pariwisata dalam pembangunan ekonomi. Di dalam

berbagai studi, dianggap bahwa pendapatan devisa dari pariwisata dapat digunakan untuk mengimpor barang modal untuk menghasilkan barang dan jasa (McKinnon, 1964), bahwa pariwisata dapat mendukung pekerjaan atau pendapatan pajak tambahan (Davis *et al*, 1988; Durbarry, 2002 ; Khan *et al*, 1990; Uysal & Gitelson, 1994), dan bahwa pariwisata dapat menghasilkan pertumbuhan ekonomi dengan meningkatkan efisiensi melalui kompetisi (Bhagwati & Srinivasan 1979; Krueger 1980). Pariwisata juga dapat memfasilitasi eksploitasi skala ekonomi di tingkat lokal (Helpman & Krugman 1985).

Akan tetapi, peran dan popularitas pariwisata yang semakin besar, topik ini kurang mendapat perhatian dalam literatur ekonomi. Studi yang ada umumnya menelaah kontribusi sektor pertanian maupun manufaktur pada ekspor, dibandingkan jasa terhadap perekonomian. Di antara sedikit literatur yang fokus pada sektor jasa, dan lebih spesifik lagi pada sektor pariwisata, lebih menekankan pada estimasi dan *forecasting* permintaan pariwisata serta pembentukan pendapatan melalui proses *multiplier* (Kareem,2013).

Penelitian untuk mencari hubungan antara pariwisata dan pertumbuhan ekonomi telah banyak dilakukan dengan berbagai macam metode seperti VAR, GMM, dan regresi panel. Namun belum terdapat studi yang secara spesifik membahas permintaan pariwisata di Indonesia dan pengaruhnya terhadap pertumbuhan ekonomi dengan menggunakan model persamaan simultan yang diestimasi dengan *two stages least square*. Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya, penelitian ini berupaya untuk menganalisis lebih lanjut terkait pengaruh permintaan pariwisata dan pertumbuhan ekonomi.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, permasalahan yang akan dianalisis dalam penelitian ini adalah:

- 1) Apakah sektor pariwisata berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia?
- 2) Apakah nilai tukar, indeks harga konsumen, dan pertumbuhan ekonomi berpengaruh terhadap sektor pariwisata di Indonesia?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bermaksud memberikan jawaban secara ilmiah terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan pada permasalahan diatas. Untuk itu tujuan penelitian tesis ini adalah sebagai berikut:

1. Menguji dan menganalisis sektor pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia.
2. Menguji dan menganalisis nilai tukar, indeks harga konsumen, dan pertumbuhan ekonomi berpengaruh terhadap sektor pariwisata di Indonesia.

1.4. Manfaat Penelitian

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

1.4.1. Manfaat Teoritis:

- a. Memberikan bukti empiris pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi.
- b. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan keilmuan, khususnya kajian dan penelitian tentang pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia

1.4.2. Manfaat Praktis:

Memberikan kontribusi terhadap penyediaan kajian data dan informasi karakteristik tentang pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi yang dapat

dijadikan pertimbangan dalam menentukan kebijakan pemerintah dalam pembangunan ekonomi di Indonesia.

1.5. Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini pendekatan kuantitatif didasarkan pada data *world bank*, jurnal, studi literatur dan hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan masalah. Penelitian ini menggunakan Studi literatur tentang sector pariwisata dan pertumbuhan ekonomi di indonesia. Penelitian ini menggunakan data *time series* dari tahun 1975 - 2017 dan menggunakan metode persamaan simultan yang di estimasi dengan *two stages least square*.

1.6. Sistematika Tesis

Sistematika dalam penulisan tesis ini disusun dengan urutan sebagai berikut:

Bab 1 Pendahuluan

Bab ini akan membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, lingkup penelitian, dan sistematika penulisan untuk menjelaskan pokok-pokok pembahasan.

Bab 2 Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi penjelasan tentang teori-teori yang mendasari penelitian serta hasil-hasil penelitian sebelumnya.

Bab 3 Metode Penelitian

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel, jenis dan sumber data, populasi dan sampel penelitian, metode pengumpulan data, teknik analisis data dan kriteria pengujian hipotesis.

Bab 4 Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini berisi laporan mengenai gambaran umum penelitian, analisis deskriptif, hasil penelitian serta pembahasan atas hasil yang didapat dari penelitian ini.

Bab 5 Penutup

Bab ini berisi simpulan, implikasi penelitian dan keterbatasan dan arah bagi penelitian selanjutnya.

Daftar Pustaka

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan teori

2.1.1. *Tourism*

2.1.1.1. Konsep dan definisi *Tourism*

Kata “pariwisata” berasal dari dua suku kata, yaitu *pari* dan *wisata*. *Pari* berarti banyak, berkali-kali dan berputar-putar, sedangkan *wisata* berarti perjalanan atau bepergian. Jadi pariwisata berarti perjalanan atau bepergian yang dilakukan secara berkali-kali atau berkeliling. Pariwisata adalah padanan kata Bahasa Indonesia untuk istilah *tourism* dalam Bahasa Inggris (Muljadi,2009). Menurut Suwanto (1997), istilah pariwisata berhubungan erat dengan perjalanan wisata, yaitu sebagai suatu perubahan tempat tinggal sementara seseorang di luar tempatnya karena suatu alasan dan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan upah. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa perjalanan wisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih dengan tujuan antara lain untuk mendapatkan kenikmatan dan memenuhi hasrat ingin tahu. Dapat juga karena kepentingan yang berhubungan dengan kegiatan olah raga untuk kesehatan, konvensi, keagamaan, dan keperluan usaha yang lainnya.

World Tourism Organization (WTO) dan *International Union of Office Travel Organization* (IUOTO) mendefinisikan wisatawan sebagai setiap pengunjung yang tinggal paling sedikit 24 jam, akan tetapi tidak lebih dari 6 (enam) bulan di tempat yang dikunjunginya dengan maksud kunjungan antara lain: (1) berlibur, rekreasi, dan olahraga, (2) bisnis, mengunjungi teman dan keluarga, misi, menghadiri pertemuan,

konferensi, kunjungan dengan alasan kesehatan, belajar, atau kegiatan keagamaan. Adapun Badan Pusat Statistik mendefinisikan pelancong sebagai setiap pengunjung yang tinggal kurang dari 24 jam di tempat yang dikunjunginya.

Pariwisata berdasarkan pengertian *World Tourism and Travel Council (WTCC)* adalah merupakan seluruh kegiatan orang yang melakukan perjalanan ke dan tinggal di suatu tempat di luar lingkungan kesehariannya dalam jangka waktu tidak lebih dari setahun untuk bersantai, bisnis dan lainnya. Adapun Pendit dalam Baruddin (2011) menyatakan bahwa pariwisata terdiri dari kegiatan-kegiatan seperti wisata budaya, wisata kesehatan, wisata kuliner, wisata pendidikan, wisata keagamaan, wisata bisnis, wisata industri, wisata konvensi, wisata politik, wisata sosial, wisata bulan madu, wisata cagar alam, wisata penelitian, wisata bahari, wisata cagar alam, dan wisata petualangan. Pariwisata sudah diakui sebagai industri besar, dapat dilihat dari sumbangan terhadap pendapatan dan penyerapan tenaga kerja (Pitana & Gayatri, 2005), sedangkan dalam menjalankan kegiatannya, pariwisata dapat dilihat dari dua sisi, yaitu sisi penawaran dan sisi permintaan. Baik sisi permintaan maupun sisi penawaran merupakan ruang lingkup dari kegiatan ekonomi pariwisata yang saling berinteraksi satu sama lain.

Perjalanan wisata yang dilakukan oleh orang-orang tertentu tidak akan terjadi apabila tidak ada hal yang mendasarinya. Ada hal-hal yang mendorong atau menggerakkan orang-orang itu melakukan perjalanan wisata. Menurut Mc Intosh dalam Suwena & Widyatmaja (2008) ada empat motivasi yang mendorong seseorang melakukan suatu kegiatan kepariwisataan:

- 1) Motivasi untuk memenuhi kebutuhan fisik

Motivasi ini berhubungan dengan penyegaran tubuh dan pikiran, tujuan kesehatan, olahraga, dan bersenang-senang. Motivasi ini berhubungan dengan segala kegiatan yang berfungsi mengurangi segala ketegangan.

2) Motivasi untuk mengenal budaya

Motivasi ini diidentifikasi dengan keinginan untuk melihat dan mengetahui lebih banyak tentang budaya negara lain baik itu tari-tariannya, cara berpakaian, music, kesenian, dan cerita rakyat.

3) Motivasi untuk berhubungan dengan orang lain

Keinginan untuk bertemu dengan orang-orang baru, mengunjungi teman dan keluarga yang jauh, dan mencari pengalaman baru yang berbeda. Berwisata dengan tujuan untuk melepaskan diri hubungan yang rutin dengan para teman dan tetangga di mana mereka berasal.

4) Motivasi untuk memperoleh status dan prestasi

Motivasi-motivasi ini dikaitkan dengan keinginan seseorang agar mereka dihargai, dihormati dan dikagumi dalam rangka memenuhi ambisi pribadi.

2.1.1.2. Demand for Tourism

Permintaan merupakan keinginan yang disertai dengan kesediaan serta kemampuan untuk membeli barang yang bersangkutan. Setiap orang boleh saja ingin kepada apapun yang diinginkannya, tetapi jika keinginannya tidak ditunjang dengan kesediaan dan kemampuan membeli, keinginannya itu pun tinggal keinginan saja. Keinginan memang tidak mempunyai pengaruh terhadap harga, sedangkan permintaan berpengaruh (Rosyidi,2011).

Menurut teori ekonomi, permintaan suatu barang merupakan fungsi dari pendapatan dan harga barang tersebut dan barang lainnya. Demikian juga halnya,

permintaan pariwisata juga dipengaruhi oleh pendapatan wisatawan dan harga pariwisata (Stabler & Sinclair, 2010).

Permintaan pariwisata biasanya dianggap sebagai ukuran penggunaan barang atau jasa oleh wisatawan (Frechtling, 2001). Permintaan pariwisata adalah bentuk permintaan khusus karena produk pariwisata adalah kumpulan barang dan jasa pelengkap (Morley, 1992). Konsumen bukannya barang dan jasa diangkut, dan konsumsi pariwisata terjadi bersamaan dengan produksi pariwisata (Schulmeister, 1979). Konsep permintaan pariwisata berawal dari definisi klasik tentang permintaan di bidang ekonomi, yaitu keinginan untuk memiliki komoditas atau memanfaatkan jasa, dikombinasikan dengan kemampuan untuk membelinya. Level Tingkat signifikansi dan dampak dari permintaan pariwisata memberikan penilaian yang kuat untuk pemahaman yang lebih baik tentang sifat proses pengambilan keputusan wisatawan (Sinclair & Stabler, 1997).

Teori permintaan menerangkan tentang ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Berdasarkan ciri – ciri hubungan antara permintaan dan harga dapat dibuat grafik kurva permintaan (Sukirno, 2003). Ada banyak factor yang mempengaruhi permintaan. Namun akan sangat sukar secara sekaligus menganalisis pengaruh berbagai factor tersebut terhadap permintaan suatu barang. Oleh sebab itu, dalam membicarakan teori permintaan, ahli ekonomi membuat analisis yang lebih sederhana. Dalam analisis ekonomi dianggap bahwa permintaan suatu barang terutama dipengaruhi oleh tingkat harganya dan diasumsikan bahwa factor-faktor lain tidak mengalami perubahan atau *ceteris paribus* (Sukirno, 2003).

Permintaan dalam industri pariwisata terdiri dari beberapa fasilitas atau produk yang berbeda bukan saja dalam hal sifat, akan tetapi juga manfaat dan kebutuhannya

bagi wisatawan. Dalam ilmu ekonomi kebutuhan-kebutuhan yang dapat diperoleh dengan mudah tidak merupakan barang-barang ekonomi karena dapat diperoleh secara bebas seperti udara segar, pemandangan yang indah atau cuaca yang cerah. Hal itu tidak berlaku dalam industri pariwisata, justru barang - barang yang termasuk *free goods* ini dapat meningkatkan kepuasan bagi wisatawan (Yoeti, 2008).

Permintaan tidak selalu tetap, bias naik dan bias turun, bias bertambah dan bias berkurang. Ada banyak variable yang dapat menggeser kurva permintaan. Berikut adalah beberapa variable yang penting (Mankiw, 2009):

1. Pendapatan, jika permintaan terhadap suatu barang berkurang ketika pendapatan berkurang, maka barang tersebut disebut barang normal. Jika permintaan suatu barang bertambah ketika pendapatan berkurang, maka barang tersebut disebut barang inferior.
2. Harga barang-barang terkait, penurunan yang terjadi pada harga suatu barang yang kemudian mengurangi permintaan barang lain, kedua barang itu disebut barang substitusi. Barang substitusi sering kali berupa pasangan-pasangan barang yang digunakan sebagai pengganti satu sama lain. Sebaliknya, ketika penurunan yang terjadi pada harga suatu barang yang meningkatkan permintaan barang lain, keduanya disebut barang komplementer. Barang komplementer sering kali berupa pasangan-pasangan barang yang saling melengkapi dan digunakan secara bersamaan.
3. Selera, menentukan permintaan terhadap suatu barang. Ketika menyukai barang tertentu, maka permintaan akan barang tersebut akan mengalami kenaikan.

4. Harapan, mengenai masa depan tentunya mempengaruhi tingkat permintaan. Ketika mengharapkan harga suatu barang akan turun esok hari, maka pada hari sebelumnya konsumen akan mengurangi jumlah permintaan akan barang tersebut.
5. Jumlah penduduk, permintaan pasar diperoleh dari permintaan masing-masing individu, maka permintaan pasar sangat bergantung pada factor permintaan individu dan bergantung pada jumlah pembeli. Jika jumlah pembeli meningkat, maka jumlah permintaan pasar terhadap suatu barang juga akan meningkat pada setiap harga, dan kurva permintaanya akan bergeser ke kanan.

Permintaan dalam kepariwisataan (*tourist demand*) dapat dibagi menjadi dua, yaitu *potential demand* dan *actual demand*. Yang dimaksud dengan *potential demand* adalah sejumlah orang yang berpotensi untuk melakukan perjalanan wisata karena memiliki waktu luang dan tabungan yang relatif cukup. Sedangkan yang dimaksud dengan *actual demand* adalah orang-orang yang sedang melakukan perjalanan wisata pada suatu daerah tujuan wisata tertentu (Yoeti, 2008).

Menurut Sinclair dan Stabler (1997) fungsi permintaan dari pariwisata pada suatu periode waktu tertentu adalah :

$$D_{ij} = f (Y_i, P_{ij/k}, E_{ij/k}, T_{ij/k}, DV \dots\dots\dots (2.1)$$

Keterangan:

D_{ij} : Permintaan pariwisata dengan negara asal i untuk negara tujuan j

Y_i : Pendapatan asli dari negara i

$P_{ij/k}$: Harga relatif antara negara i dan negara tujuan j negara tujuan k

$E_{ij/k}$: Nilai tukar antara negara i dan negara tujuan j dengan tujuan k

$T_{ij/k}$: Biaya transportasi antara negara i dan negara tujuan j dan negara tujuan k

DV : Variabel *dummy* untuk memperhitungkan hal-hal yang bersifat seperti acara olahraga atau gejolak politik.

Berbeda dengan permintaan terhadap barang dan jasa pada umumnya, permintaan industri pariwisata memiliki karakter sendiri, beberapa ciri atau karakter permintaan pariwisata menurut Yoeti (2008):

1. Sangat dipengaruhi oleh musim
2. Terpusat pada tempat-tempat tertentu
3. Tergantung pada besar kecilnya pendapatan
4. Bersaing dengan permintaan akan barang-barang mewah
5. Tergantung tersedianya waktu senggang
6. Tergantung teknologi transportasi
7. Jumlah orang dalam keluarga
8. Aksesibilitas

Permintaan dalam pariwisata dapat berupa pemandangan yang indah, udara yang segar, langit yang cerah, pantai yang bersih dan sebagainya. Permintaan tersebut pada dasarnya terbagi atas dua yaitu permintaan yang potensial dan permintaan yang nyata. Permintaan yang potensial adalah sejumlah orang yang memenuhi anasir-anasir pokok suatu perjalanan karena itu mereka berada dalam kondisi siap untuk bepergian, sedangkan permintaan yang nyata (*actual*) adalah orang-orang yang secara nyata bepergian kesuatu daerah tujuan wisata. Perbedaan jumlah permintaan potensial dan aktual merupakan kanvas usaha bagi orang-orang pemasaran (Gromang, 2003).

Cunha dalam Proenca & Soukiazis (2005) mengidentifikasi beberapa determinan potensial yang dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam melakukan perjalanan

dan dikelompokkan dalam beberapa faktor. Pertama adalah faktor sosioekonomi, seperti level pendapatan, harga relatif antara tempat asal dan tempat tujuan, demografi dan urbanisasi dan lamanya waktu luang yang dimiliki. Kedua adalah faktor yang berkaitan dengan kemudahan komunikasi dan fasilitas transportasi yakni faktor teknis. Kemudian ada faktor psikologis dan kebudayaan, yakni faktor yang menggambarkan pilihan individu dan gaya hidup wisatawan dan terakhir adalah *random factors*, yakni faktor yang berkaitan dengan adanya peristiwa atau kejadian tak terduga, seperti ketidakstabilan politik, bencana alam dan wabah penyakit.

Dalam Rey *et al* (2011) disebutkan bahwa analisis permintaan pariwisata, sebagaimana analisis permintaan studi lainnya, jumlah konsumsi pariwisata di suatu negara tujuan wisata tergantung pada pendapatan konsumen di negara asal dan harga relatif pariwisata terhadap negara tujuan wisata. Berdasarkan spesifikasi umum tersebut, fungsi permintaan pariwisata secara umum menurut Song dalam Rey *et al* (2011) adalah sebagai berikut:

$$TOUR_{it} = F(GDP_{i,t} ; PRC_{i,t} ; X_{i,t}) \dots\dots\dots (2.2)$$

Dimana $TOUR_{it}$ menggambarkan konsumsi pariwisata negara I yang dapat diukur dengan total pengeluaran (EXP) atau jumlah wisatawan (NUMBTOUR) atau pengeluaran per wisatawan (EXPPT), GDP_{it} adalah GDP per kapita negara asal wisatawan, PRC_{it} merupakan harga relatif dalam mata uang umum negara tujuan wisata terhadap negara asal, dan X_{it} adalah variabel-variabel lain yang mengandung informasi tambahan mengenai harga dalam jasa pariwisata, volume infrastruktur di negara tujuan wisata.

Ouerfelli dalam Deluna & Narae (2014) menyatakan bahwa permintaan pariwisata bisa diukur dari segi jumlah kunjungan wisatawan, pengeluaran wisatawan,

dan lama menginap. Menurut Crouch & Show (1992) hampir 70 persen penelitian tentang fungsi permintaan pariwisata menggunakan jumlah data *visitors* (masuk) sebagai variabel terikat. Permintaan pariwisata yang diukur berdasarkan jumlah kunjungan merupakan hal yang berguna bagi penyedia jasa pariwisata (*travel agent*) untuk merencanakan operasionalnya, dan untuk negara tujuan wisata bisa digunakan untuk perencanaan pembangunan infakstruktur.

2.1.1.3. Supply of Tourism

Penawaran dalam ilmu ekonomi adalah sejumlah barang, produk, atau komoditi yang tersedia dalam pasar untuk dijual kepada orang yang membutuhkan (Yoeti, 2003). Penawaran juga dapat diartikan bermacam-macam barang atau produk yang ditawarkan untuk dijual dengan bermacam-macam harga di pasar (Yoeti, 2008). Proenca & Soukiazis (2005) memasukkan adanya unsur *supply factors* dalam permintaan pariwisata. Factor ini merupakan factor yang mewakili sisi negara tujuan wisata. Keberadaan factor ini penting untuk menarik lebih banyak wisatawan yang datang pada suatu wisata.

Berbagai faktor yang memengaruhi besarnya penawaran pariwisata suatu negara menurut Tribe (2005) antara lain:

1) Elastisitas harga penawaran pariwisata

Elastisitas harga penawaran pariwisata menggambarkan hubungan antara besarnya penawaran (fasilitas layanan dan penyediaan barang/jasa pariwisata) terhadap perubahan harga. Adapun hubungan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$\varepsilon_s = \frac{\Delta QS}{\Delta PS}$$

Dimana :

ΔQS : Perubahan penawaran produk barang/jasa pariwisata

ΔPS : Perubahan harga barang/jasa pariwisata

Apabila perubahan harga tidak merespon besarnya barang/jasa pariwisata yang disediakan/ditawar dapat dikatakan bahwa produk pariwisata tersebut bersifat tidak elastis (inelastis) sebaliknya bila besarnya perubahan harga sangat merespon besarnya barang/jasa pariwisata yang ditawarkan dikatakan bahwa produk pariwisata tersebut bersifat elastis. Sedangkan faktor-faktor yang menentukan elastisitas harga pariwisata adalah: waktu penyediaan, ketersediaan barang/jasa, kapasitas produksi, dan fleksibilitas/mobilitas barang/jasa pariwisata yang tersedia.

2) Biaya – biaya

Biaya-biaya yang dimaksud adalah biaya yang digunakan dalam proses produksi/proses menghasilkan barang//jasa/layanan/fasilitas pariwisata yang digunakan dalam memenuhi kebutuhan pariwisata. Makin tinggi biaya yang dikeluarkan, maka besarnya barang/jasa yang tersedia dalam rangka memenuhi kebutuhan wisata akan semakin rendah (Tribe, 2005). Hal ini disebabkan karena biaya yang digunakan dalam melakukan proses produksi juga semakin meningkat.

3) Perubahan teknologi yang digunakan

Perubahan teknologi akan memengaruhi penawaran barang/jasa dan layanan serta fasilitas pariwisata. Sebagai contoh dengan pengembangan teknologi pada mesin pesawat akan memengaruhi kurva penawaran pariwisata sehingga bergeser ke kanan.

- 4) Infrastruktur dan fasilitas pendukung baik dari sektor pariwisata maupun sektor lain (non-pariwisata)

Bertambahnya fasilitas dan infrastruktur dari sektor lain yang dapat digunakan dalam pariwisata akan memengaruhi besarnya penawaran barang/jasa pariwisata. Sehingga kurva penawaran akan bergeser ke kanan. Karena dengan bertambahnya infrastruktur/fasilitas pendukung tersebut akan membantu kelancaran dalam proses produksi, seperti misalnya dengan dibangunnya pelabuhan (yang merupakan infrastruktur dari sektor transportasi) akan membantu kelancaran dalam penyediaan layanan/fasilitas bahkan distribusi barang/jasa pariwisata.

- 5) Lain-lain; seperti: ketersediaan barang atau jasa pariwisata yang akan dikonsumsi, infrastruktur (investasi fisik), bahkan kemudahan-kemudahan masuk dan keluarnya barang/jasa kebutuhan pariwisata.

Penawaran dalam usaha perjalanan wisata berbeda dengan penawaran dengan barang atau produk industri manufaktur lainnya. Perbedaannya dapat dilihat, baik dari segi fisik produk ataupun dari sifat atau karakter produk industri pariwisata yang sangat kompleks. Dalam industri pariwisata, penawaran meliputi semua produk yang dihasilkan oleh kelompok perusahaan termasuk dalam kelompok industri pariwisata yang akan ditawarkan kepada wisatawan, baik bagi yang datang secara langsung, atau melalui perantara seperti *travel agent*, BPW atau *tour operator* (Yoeti, 2003). Penawaran adalah semua bentuk daya Tarik wisata, semua bentuk kemudahan untuk memperlancar perjalanan, dan semua bentuk fasilitas dan pelayanan yang tersedia pada suatu daerah tujuan wisata yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan wisatawan selama berkunjung di daerah tujuan wisata (Yoeti, 2008).

Penawaran pariwisata adalah fenomena yang kompleks karena sifat produk dan proses pengiriman. Pada prinsipnya tidak dapat disimpan, tidak dapat diperiksa sebelum membeli, perlu bepergian untuk mengkonsumsinya, ketergantungan yang besar terhadap sumber daya alam, buatan tangan manusia, sejumlah komponen yang dibeli secara terpisah atau bersama-sama atau yang dikonsumsi secara berurutan. Yang dimaksud adalah produk gabungan yang melibatkan transportasi, akomodasi, katering, sumber daya alam, hiburan dan fasilitas dan layanan lainnya, seperti toko dan bank, agen perjalanan dan operator tur. Dan semakin banyak bisnis yang melayani sektor industri pariwisata dan permintaan konsumen, sehingga menimbulkan pertanyaan sejauh mana penawaran dapat dikatakan sebagai penawaran utama pariwisata (Sinclair & Stabler, 2002).

2.1.1.4. *Market for Tourism*

Menurut Kotler (2003: 10), pemasaran (marketing) adalah suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

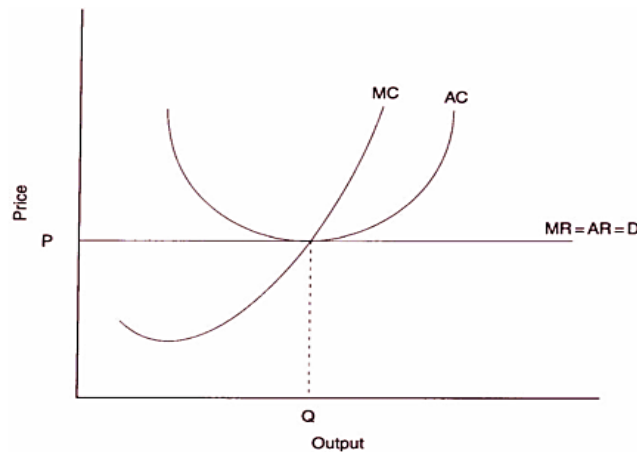
Supranto (2004) menyebutkan bahwa pemasaran berarti sebagai pengarahan kegiatan-kegiatan yang melibatkan kreasi dan distribusi dari produk untuk segmen pasar yang sudah dikenali. Mengarahkan kegiatan-kegiatan, dimaksudkan untuk menentukan kegiatan apa saja yang terkait dengan pengadaan barang atau jasa bagi pelanggan. Kegiatan harus terkontrol dalam pelaksanaannya agar tercapai tujuan yang sudah ditentukan yaitu menghasilkan produk yang bisa memuaskan para pelanggan. Hal-hal yang terkait dalam kegiatan pemasaran adalah proses perencanaan, pelaksanaan, pengontrolan dalam melaksanakan dan evaluasi dari hasilnya. Meskipun

barang atau jasa sebetulnya dihasilkan oleh unit produksi, tenaga pemasaran tidak hanya berkenaan dengan kreasi barang atau jasa secara fisik akan tetapi juga dari perspektif kebutuhan dan keinginan pelanggan. Jadi pemasaran berkenaan dengan kegiatan yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan secara memuaskan.

Menurut Morison (2002), strategi pemasaran adalah pemilihan terhadap suatu tindakan dari beberapa pilihan yang ada yang melibatkan kelompok pelanggan tertentu, metode komunikasi, jaringan distribusi, dan struktur penentuan harga. Seperti yang diungkapkan oleh sebagian besar ahli, strategi pemasaran adalah kombinasi dari target pasar dan bauran pemasaran.

Dengan persaingan yang semakin ketat, maka diperlukan suatu strategi pemenuhan akan metode bisnis pariwisata yang semakin responsif. Perlu pemahaman konsep-konsep pemasaran pariwisata dengan mempraktikkan dan menerapkan konsep-konsep pemasaran yang lebih modern. Tidak bisa dibantah semua usaha atau bisnis selalu menggunakan istilah pemasaran. Tetapi jarang ada teori pemasaran yang dikeluarkan oleh para ahli dapat diterapkan dengan sempurna (Pitana & Diarta, 2009).

Baumol dalam Sinclair & Stabler (2002) Pasar yang dapat diperebutkan ditandai dengan biaya masuk dan keluar yang tidak signifikan, sehingga ada hambatan masuk dan keluar yang dapat diabaikan. Biaya hangus, yang dikeluarkan perusahaan untuk menghasilkan dan yang tidak akan dapat dipulihkan jika perusahaan meninggalkan industri, tidak signifikan. Karena arus informasi yang cukup efisien, kondisi dan teknologi pasokan yang sama tersedia untuk semua produsen. Diasumsikan bahwa produsen tidak dapat mengubah harga secara instan tetapi konsumen segera bereaksi terhadapnya.



Sumber : Sinclair & Stabler (2002)

Gambar 2.1

Produksi dalam Pasar Persaingan Sempurna

Titik di mana keuntungan dimaksimalkan, karena dapat dengan mudah ditunjukkan secara numerik. Output di bawah Q dikaitkan dengan pendapatan marjinal yang melebihi biaya marjinal, sehingga produsen ingin meningkatkan produksi karena mereka dapat meningkatkan laba. Sebaliknya, pada tingkat output di atas Q , pendapatan marjinal kurang dari biaya marjinal sehingga produsen mengalami penurunan laba dan akan berusaha untuk mengurangi produksi ke tingkat output yang memaksimalkan laba. Oleh karena itu, kurva penawaran untuk industri adalah horisontal pada harga, P , dalam jangka panjang. Jika biaya meningkat, misalnya, bahan bakar menjadi lebih mahal, produsen dengan biaya rata-rata yang lebih tinggi akan gulung tikar jika mereka hanya mencapai titik impas pada output Q , yaitu hanya mendapatkan keuntungan normal.

kemampuan bersaing adalah bahwa perusahaan atau *travel agent* baru dan yang sudah ada menemukan kemungkinan untuk menantang posisi saingan melalui strategi penetapan harga. Dengan demikian, perusahaan-perusahaan atau *travel agent* di pasar dapat diperebutkan sama dengan perusahaan-perusahaan yang bersaing sempurna, hal ini mereka mengenakan harga yang kira-kira sama untuk suatu produk. Meskipun skala

ekonomi dan ruang lingkup dapat muncul, perusahaan yang berkuasa tidak dapat membebaskan harga melebihi biaya rata-rata karena ini akan menarik pesaing ke pasar. Pesaing tidak akan menolak untuk masuk karena biaya hangus yang rendah dan hambatan masuk atau keluar yang rendah. Karenanya, pasar yang diperebutkan dapat bermanfaat bagi konsumen. Misalnya, operator tur independen yang tidak terintegrasi secara vertikal dengan maskapai, rantai akomodasi atau fasilitas lainnya diatur oleh banyak kondisi yang berlaku di pasar jenis ini, terutama kemudahan masuk dan keluar dan skala ekonomi yang minimal (Sinclair & Stabler, 2002).

2.4.1. Pertumbuhan Ekonomi

Kemajuan ekonomi suatu daerah menunjukkan keberhasilan suatu pembangunan meskipun bukan merupakan satu-satunya indikator keberhasilan pembangunan (Todaro, 2006). Ada tiga macam ukuran untuk menilai pertumbuhan ekonomi yaitu pertumbuhan output, pertumbuhan output per pekerja, dan pertumbuhan output per kapita. Pertumbuhan output digunakan untuk menilai pertumbuhan kapasitas produksi yang dipengaruhi oleh adanya peningkatan tenaga kerja dan modal di wilayah tersebut. Pertumbuhan output per tenaga kerja sering digunakan sebagai indikator adanya perubahan daya saing wilayah tersebut (melalui pertumbuhan produktivitas). Sedangkan pertumbuhan output per kapita digunakan sebagai indikator perubahan kesejahteraan ekonomi (Bhinadi, 2003).

Ada beberapa teori mengenai pertumbuhan seperti yang diuraikan sebagai berikut.

1.1.2.1. Teori Solow

Teori ini menjelaskan bagaimana tingkat tabungan dan investasi, pertumbuhan populasi dan kemajuan teknologi mempengaruhi tingkat output perekonomian dan

pertumbuhannya sepanjang waktu (Mankiw, 2000). Dalam teori ini perkembangan teknologi diasumsikan sebagai variabel yang eksogen. Hubungan antara output, modal dan tenaga kerja dapat ditulis dalam bentuk fungsi sebagai berikut.

$$y = f(k) \dots\dots\dots (2.3)$$

Dari persamaan 1 terlihat bahwa output per pekerja (y) adalah fungsi dari *capital stock* per pekerja. Sesuai dengan fungsi produksi yang berlaku hukum “*the law of diminishing return*”, dimana pada titik produksi awal, penambahan kapital per pekerja akan menambah output per pekerja lebih banyak, tetapi pada titik tertentu penambahan *capital stock* per pekerja tidak akan menambah output per pekerja dan bahkan akan bisa mengurangi output per pekerja. Sedangkan fungsi investasi dituiskan sebagai berikut.

$$i = s f(k) \dots\dots\dots (2.4)$$

Dalam persamaan tersebut, tingkat investasi per pekerja merupakan fungsi *capital stock* per pekerja. *Capital stock* sendiri dipengaruhi oleh besarnya investasi dan penyusutan dimana investasi akan menambah *capital stock* dan penyusutan akan menguranginya.

Menurut teori Solow ada beberapa hal yang dilakukan untuk memacu pertumbuhan ekonomi. Meningkatkan porsi tabungan akan meningkatkan akumulasi modal dan mempercepat pertumbuhan ekonomi. Selain itu meningkatkan investasi yang sesuai dalam perekonomian baik dalam bentuk fisik maupun non-fisik. Mendorong kemajuan teknologi dapat meningkatkan pendapatan per tenaga kerja sehingga pemberian kesempatan untuk berinovasi pada sektor swasta akan berpengaruh besar dalam pertumbuhan ekonomi.

1.1.2.2. Teori Pertumbuhan Endogen

Teori-teori selanjutnya adalah teori pengembangan model Solow. Diantaranya teori pertumbuhan endogen yang berusaha menjelaskan bahwa sumber-sumber

pertumbuhan adalah peningkatan akumulasi modal dalam arti yang luas. Modal dalam hal ini tidak hanya dalam sifat fisik tetapi juga yang bersifat non-fisik berupa ilmu pengetahuan dan teknologi. Perkembangan teknologi ini akan mengembangkan inovasi sehingga meningkatkan produktivitas dan berujung pada peningkatan pertumbuhan ekonomi. Adanya penemuan-penemuan baru berawal dari proses *learning by doing*, yang dapat memunculkan penemuan-penemuan baru yang meningkatkan efisiensi produksi. Efisiensi ini yang dapat meningkatkan produktivitas. Sehingga dalam hal ini kualitas sumber daya manusia adalah faktor yang berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi.

1.1.2.3. Teori Pertumbuhan Solow dengan Unsur *Human Capital*

Teori ini memasukkan unsur *human capital* sebagai unsur yang berpengaruh terhadap pertumbuhan. *Human capital* berperan sama dengan kapital yang bersifat fisik. Model awal teori ini ditulis sebagai

$$Y(t) = K(t)^\alpha \{A(t)H(t)\}^{1-\alpha} \dots\dots\dots (2.5)$$

Y = Output

K = Persediaan modal fisik

A = Kemajuan teknologi

H = *Labor Service*

K dan H bersama-sama mempengaruhi output dan berlaku *constant return to scale*. Variabel H bersifat dinamis dan dipengaruhi oleh tingkat pendidikan dan jumlah tenaga kerja sebagaimana dinotasikan sebagai berikut.

$H(t) = L(t) G(E)$, dimana L adalah jumlah tenaga kerja, G adalah fungsi dari *human capital* per tenaga kerja yang digambarkan dalam tingkat Pendidikan tenaga kerja (E).

Variabel K dan L adalah dinamik dan dinotasikan sebagai berikut.

$$K = s_K Y(t) \text{ dan } L = nL(t)$$

s_K adalah bagian dari output yang disisihkan untuk akumulasi modal dengan asumsi tidak ada depresiasi, dan n adalah faktor yang mempengaruhi pertumbuhan jumlah tenaga kerja. Sementara itu teknologi sebagai faktor yang eksogen, dan SDM dinotasikan sebagai berikut $H(t) = s_H Y(t)$ dimana s_H adalah bagian dari sumber daya yang dicurahkan untuk akumulasi modal sumber daya manusia.

Dalam *accounting growth* persamaan i bisa diubah diubah dalam bentuk logaritma natural dengan membagi masing-masing sisi dengan L sehingga menjadi sebagai berikut.

$$\ln Y_i/L_i = \alpha \ln K_i/L_i + (1 - \alpha) \ln H_i/L_i + (1 - \alpha) \ln A_i \dots\dots\dots(2.6)$$

Persamaan (7) menggambarkan kontribusi kapital per tenaga kerja, *labor service per worker*, dan residual terhadap *output per worker*. Persamaan tersebut dapat diturunkan lagi dengan mengurangi $\alpha \ln (Y_i/L_i)$ dan hasilnya adalah sebagai berikut.

$$\ln Y_i/L_i = \alpha/(1 - \alpha) \ln K_i/Y_i + \ln H_i/L_i + \ln A_i \dots\dots\dots(2.7)$$

Persamaan (8) menggambarkan output per tenaga kerja yang dipengaruhi oleh *capital-output ratio* (K/Y), *labor services per worker* dan residual. Persamaan diatas tidak jauh berbeda, tetapi persamaan jauh lebih menggambarkan perubahan dalam jangka panjang dalam variabel *labor service per worker* (H/L) dan residual (A) (Romer, 2006). A adalah residual yang menggambarkan faktor-faktor yang mempengaruhi *output per worker*, dimana termasuk di dalamnya adalah kemajuan teknologi.

2.2. Penelitian Terdahulu

Lim (1997) melakukan tinjauan pada 100 studi dan karakteristik, dekade publikasi, jenis data (tahunan, penampang, dikumpulkan, lainnya), ukuran sampel (pengamatan), spesifikasi model (log-linear, linear, baik linear dan log-linear, sistem

persamaan, lainnya, tidak ada), jenis dependen (kedatangan wisatawan, pengeluaran turis, ekspor dan impor perjalanan, lama tinggal, malam dihabiskan di akomodasi wisata, lainnya) dan variabel penjelas yang digunakan (penghasilan, harga relatif, biaya transportasi, nilai tukar, tren,) dan jumlah variabel penjelas yang digunakan dalam estimasi. Peneliti menemukan bahwa sebagian besar studi empiris telah dilakukan pada tahun 1980an, menggunakan data tahunan dengan sedikit pengamatan, dan menggunakan persamaan tunggal log-linear. Kedatangan dan pengeluaran wisatawan merupakan variabel dependen yang paling umum digunakan, dan variabel independen yang paling banyak digunakan adalah pendapatan, harga relatif, dan biaya transportasi, diikuti oleh nilai tukar dan tren.

Crouch (1992) melakukan analisis tentang pengaruh pendapatan dan harga pada permintaan pariwisata internasional untuk 44 studi. Penulis mempelajari alasan-alasan metodologis dan substantif, seperti metode yang digunakan, variabel-variabel yang digunakan, jenis data, periode waktu, negara-negara yang dianalisis. Mengapa estimasi untuk pendapatan dan harga dapat bervariasi dalam literatur. Meskipun volatilitas dalam estimasi untuk permintaan pendapatan dapat dijelaskan oleh perbedaan antara beberapa studi, volatilitas dalam harga tidak dapat dijelaskan oleh variabel yang disebutkan, meskipun definisi harga tampaknya penting. Crouch (1995) menganalisis 80 makalah dan menganggap variabilitas pada permintaan (pendapatan, harga, nilai tukar) relatif terhadap negara asal dan tujuan (pasangan negara) yang digunakan dalam 80 studi. Negara asal dan negara tujuan memiliki dampak besar pada permintaan pariwisata, sehingga variasi regresi adalah signifikan.

Dalam Peng *et al.*, (2015) melakukan tinjauan pada 195 penelitian untuk periode antara 1961 - 2011, mempelajari dampak karakteristik mereka pada permintaan

(pendapatan dan harga). Para peneliti menemukan bahwa negara asal dan tujuan, serta kelalaian variabel penjelas lainnya secara signifikan mempengaruhi hasilnya. Periode waktu, metode pemodelan, ukuran sampel, dan frekuensi data juga memiliki pengaruh pada estimasi.

Menurut Odhiambo (2011), menggunakan pendekatan pengujian batas *Autoregressive Distributed Lag* (ARDL), tidak seperti kebanyakan penelitian sebelumnya di Tanzania dengan data untuk 1980 - 2008, pengembangan pariwisata mengarah ke pertumbuhan ekonomi lebih dalam jangka pendek, tetapi dalam jangka panjang run, pariwisata yang dipimpin pertumbuhan memainkan peran penting. Sementara itu, analisis statistik juga menunjukkan bahwa dalam jangka pendek, ada hubungan dua arah antara nilai tukar dan pengembangan pariwisata, dan antara nilai tukar dan pertumbuhan ekonomi. Penelitian untuk negara-negara Mediterania menunjukkan hasil yang serupa. Dengan menggunakan metode analisis kointegrasi dan data untuk PDB riil per kapita, penerimaan pariwisata riil per kapita, dan nilai tukar efektif riil pada periode 1980 – 2007. Oh & Ditton (2006) mengevaluasi penggunaan kurs nominal dan harga relatif dalam model permintaan pariwisata. Mereka menyimpulkan bahwa estimasi yang menggunakan nilai tukar nominal dan harga relatif secara terpisah lebih tinggi (dalam hal peramalan) dan juga memiliki tingkat signifikan yang diinginkan.

Dwyer & Forsyth (2002) membuat perbandingan harga antara Australia dan 13 negara tujuan terpilih. Penelitian ini membahas permintaan harga wisata relatif terhadap nilai tukar dan inflasi domestik tujuan, dan menggunakan Australia sebagai kasus dasar. Apresiasi nilai tukar dan tingkat inflasi bersama - sama menentukan permintaan harga pariwisata. Dengan devaluasi dolar Australia dari 1985 - 1997,

semua 13 negara meningkatkan permintaan pariwisata dibandingkan dengan Australia, dan negara-negara yang mempertahankan tingkat inflasi yang relatif lebih rendah meningkatkan keunggulan kompetitif mereka. Dalam kasus Taiwan, pengaruh harga relatif dan volatilitas nilai tukar cenderung berbeda, nilai tukar biasanya memiliki efek negatif yang diharapkan pada kedatangan turis ke Taiwan, sementara volatilitas nilai tukar dapat memiliki efek positif atau negatif pada kedatangan wisatawan untuk Taiwan, tergantung pada sumber wisatawan internasional (Chang & McAleer, 2012). Para peneliti menggunakan data harian pada nilai tukar dan volatilitasnya kedatangan pariwisata ke Taiwan dari Jepang, Amerika Serikat, dan Sisa dari Dunia dari 1 Januari 1990 hingga 31 Desember 2008. Untuk menangkap perkiraan properti memori lama dalam seri kedatangan wisatawan, model autoregresif heterogen diterapkan.

Santana *et al.* (2010) membahas pentingnya rezim nilai tukar (volatilitas) untuk arus pariwisata bagi negara-negara OECD untuk periode antara tahun 1995 - 2004. Para peneliti menemukan bahwa rezim mata uang umum adalah pendorong utama dari arus pariwisata dan bahwa semakin rendah fleksibilitas dalam pertukaran tingkat, yaitu volatilitas yang lebih rendah, semakin tinggi (positif) dampaknya pada arus pariwisata. Cheng *et al.*, (2013) memperkenalkan model *Vector Autoregressive Structural (SVAR)* untuk mempelajari hubungan antara pendapatan pariwisata (ekspor) dan pengeluaran pariwisata (impor). Penelitian ini mengilustrasikan efek nilai tukar pada neraca perdagangan pariwisata AS menggunakan model SVAR dengan data dari 1973 - 2007, untuk nilai tukar, ekspor pariwisata, dan impor. Tidak ada bukti perilaku kurva-J (perilaku kurva-J berarti bahwa dalam jangka pendek, depresiasi mata uang menyebabkan defisit neraca perdagangan, bukannya surplus yang diharapkan) dari neraca perdagangan pariwisata AS dengan depresiasi dolar AS, dan hipotesis efek

elastis satuan neraca perdagangan pariwisata AS dibesarkan. Pendapatan ekspor sangat sensitif terhadap nilai tukar saja. Dalam kedua hal ini, nilai tukar nominal adalah satu-satunya variabel yang terkait dengan pariwisata.

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu (Kuantitatif Deskriptif)

No	Nama dan tahun	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian
1.	(Lim, 1997)	• <i>Vector Auto Regression Model (VAR)</i>	• <i>Demand for international travel service</i> ⁽⁺⁾ , pendapatan ⁽⁺⁾ , biaya transportasi antara tujuan dan asal ⁽⁻⁾ , harga relatif ⁽⁺⁾ , nilai tukar ⁽⁻⁾ , <i>qualitative factors in destination</i> ⁽⁻⁾
2.	(Crouch, 1992)	• <i>Vector Auto Regression Model (VAR)</i>	• <i>International tourism demand</i> ⁽⁺⁾ , <i>Income of tourist</i> ⁽⁺⁾ , <i>price of tourism goods and services</i> ⁽⁻⁾
3.	(Peng, <i>et al.</i> , 2015)	• <i>Vector Auto Regression Model (VAR)</i>	• Pendapatan ⁽⁺⁾ , <i>Own price</i> ⁽⁻⁾ , <i>substitute price exchange rate</i> ⁽⁻⁾ , <i>travel cost</i> ⁽⁺⁾
4.	(Crouch, 1995)	• <i>Vector Auto Regression Model (VAR)</i>	• pendapatan ⁽⁺⁾ , <i>own price</i> ⁽⁻⁾ , nilai tukar ⁽⁻⁾ , <i>transportation cost</i> ⁽⁺⁾ , <i>marketing expenditure</i> ⁽⁻⁾
5.	(Gatt & Falzon, 2014)	• <i>AIDS Model</i>	• Jumlah kunjungan wisatawan ⁽⁺⁾ , nilai tukar ⁽⁻⁾ , <i>travel export receipts</i> ⁽⁻⁾ , <i>consumer price index</i> ⁽⁺⁾
6.	(Odhiambo, 2011)	• <i>Autoregressive Distributed Lag</i>	• Pariwisata ⁽⁺⁾ , GDP perkapita ⁽⁺⁾ , <i>real exchange rate</i> ⁽⁻⁾
7.	(Oh & Ditton, 2006)	• <i>Multivariate cointegration dan VECM</i>	• Pendapatan ⁽⁺⁾ , harga pariwisata ⁽⁺⁾ , nilai tukar ⁽⁻⁾ , <i>the adjusted trade volume (ATR)</i> ⁽⁻⁾
8.	(L Dwyer, Forsyth, & Rao, 2002)	• <i>Price Competitive Index</i>	• <i>Exchang rate</i> ⁽⁻⁾ • <i>Domestic inflation</i> ⁽⁻⁾
9.	(Chang & Mcaleer, 2012)	• <i>Vector Auto Regression Model (VAR)</i>	• Jumlah kunjungan wisatawan ⁽⁺⁾ , nilai tukar ⁽⁻⁾ , pendapatan ⁽⁺⁾
10.	(Santana-Gallego <i>et al.</i> , 2010)	• <i>Panel Regression</i>	• Jumlah kunjungan wisatawan ⁽⁺⁾ , <i>Real GDP percapita</i> ⁽⁺⁾ , jumlah penduduk ⁽⁻⁾ , <i>great circle distance</i> ⁽⁻⁾ , <i>real bilateral trade</i> ⁽⁻⁾
11.	Proenca (2005)	• <i>Panel Regression</i>	• GDP per kapita negara asal ⁽⁺⁾ , harga relative ^(*) , jumlah

			akomodasi di negara tujuan ⁽⁺⁾ , infrastruktur di negara tujuan ^(*) ,
12.	Aslan (2008)	• <i>Panel regression</i>	• GDP perkapita negara asal ⁽⁺⁾ , harga relative ⁽⁻⁾ , jumlah akomodasi di negara tujuan ⁽⁺⁾ , infrastruktur ⁽⁻⁾ , dummy untuk kejadian gempa marmara ⁽⁺⁾ , dummy untuk kejadian 11 september ⁽⁻⁾

*Tidak Signifikan

2.3. Kerangka Konseptual

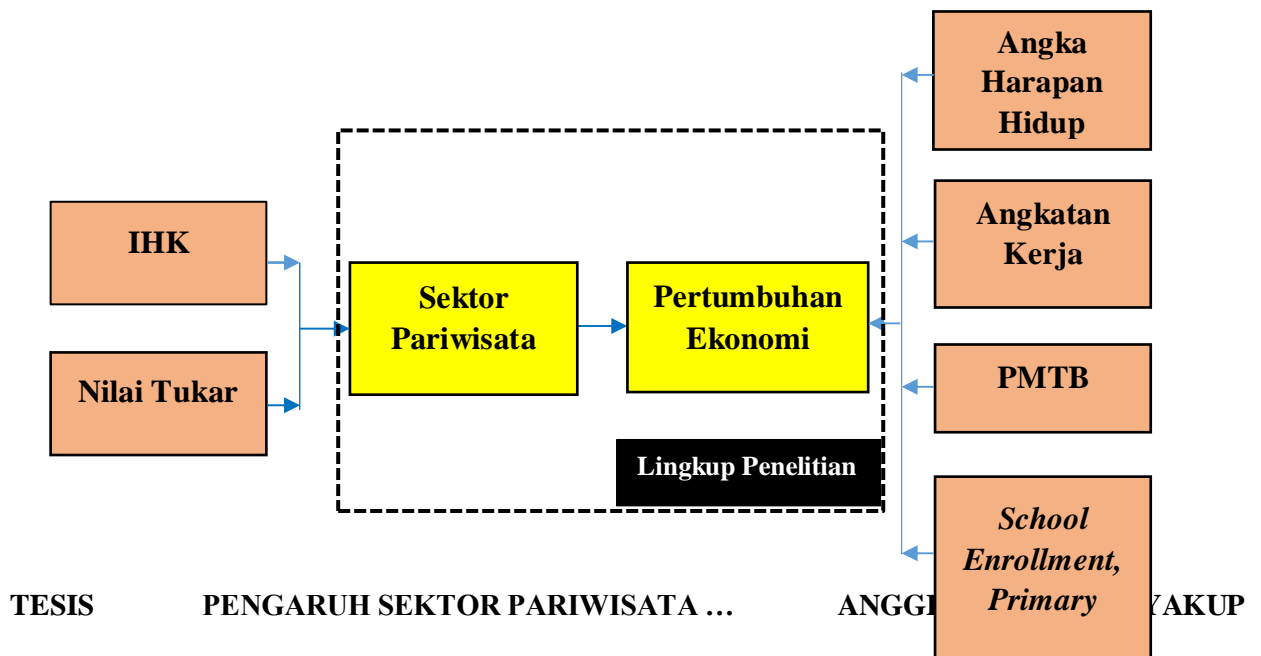
Sektor pariwisata telah tumbuh menjadi sektor yang memegang peranan penting dalam perekonomian suatu negara, tidak terkecuali di Indonesia. Di Indonesia, sector pariwisata merupakan satu-satunya jasa yang termasuk dalam sepuluh komoditas ekspor dengan kontribusi terbesar dalam penerimaan devisa negara. Seperti halnya sektor perekonomian lainnya, sektor pariwisata memiliki peluang besar untuk semakin berkembang dengan adanya liberalisasi. Hal tersebut terjadi karena semakin terbukanya penduduk melakukan perjalanan ke luar negeri, meningkatnya volume perdagangan internasional dan masuk serta keluarnya investasi dari atau ke luar negeri. Peranan sector pariwisata akan semakin bertambah penting dalam era globalisasi (Lumaksono *et al*, 2012).

Pariwisata dan pertumbuhan ekonomi yang dihubungkan oleh berbagai cara dimana pariwisata dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ekonomi. Hubungan pariwisata dan pertumbuhan ekonomi merupakan dasar ketergantungan dari berbagai turis berbasis ekonomi, diantaranya pariwisata menyediakan banyak lapangan kerja, membantu masyarakat memulai bisnis yang melayani wisatawan untuk meningkatkan pendapatan dari pengeluaran wisatawan, kebijakan fiskal dan membantu pembangunan infrastruktur.

Meningkatnya peran pariwisata semakin memberi banyak manfaat yang dinikmati oleh negara-negara berkembang (*developing countries*), seperti devisa, terjadinya *multiplier effect* yaitu berkembangnya mata rantai pendapatan dari satu sektor unit usaha ke unit usaha lainnya dan dampaknya terhadap pendapatan pajak bagi pemerintah untuk mengentaskan kemiskinan.

Sektor pariwisata dipengaruhi oleh berbagai faktor diantaranya adalah nilai tukar, jumlah kunjungan wisatawan dan program promosi wisata. Nilai tukar atau kurs merupakan salah satu satuan mata uang yang dipakai untuk melakukan transaksi dalam perdagangan internasional.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat digambarkan kerangka konseptual penelitian sebagai berikut:



Keterangan :**Gambar 2.2. Kerangka Konseptual Penelitian****2.4. Pengembangan Hipotesis dan Model Analisis****2.4.1. Pengembangan Hipotesis**

- 1) Di duga sektor pariwisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia
- 2) Di duga nilai tukar, indeks harga konsumen, dan pertumbuhan ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap sektor pariwisata di Indonesia

2.4.2. Model Analisis

Model persamaan simultan yang digunakan pada penelitian ini diestimasi dengan menggunakan metode *Two Stage Least Square (2SLS)* dikarenakan sebagian besar persamaan *over identified*. Metode 2SLS juga dapat mengatasi timbulnya bias simultan. Kesalahan spesifikasi dari satu persamaan akan merembet ke persamaan lain, sehingga koefisien yang diperoleh dari semua persamaan akan bias. Persamaan sebagai berikut:

$$EG_t = \alpha_0 + \alpha_1 TA_t + \alpha_2 EMP_t + \alpha_3 GFCF_t + \alpha_4 LEB_t + \alpha_5 School_enroll_t + \mu_t \quad (2)$$

$$TA_t = \alpha_0 + \alpha_1 \widehat{EG}_t + \alpha_2 ER_t + \alpha_3 CPI_t + \varepsilon_t \quad (1)$$

Dimana:

TA : Jumlah kunjungan Wisatawan Mancanegara (dalam Logaritma Natural)

\widehat{EG} : Jumlah kunjungan Wisatawan Mancanegara (*estimated*)

EG : Pertumbuhan Ekonomi

ER : Nilai Tukar Rupiah (dalam Logaritma Natural)

CPI : Indeks harga Konsumen

EMP : Tenaga Kerja (dalam Logaritma Natural)

GFCF : *Gross Fixed Capital Formation* (dalam Logaritma Natural)

LEB : Umur Harapan Hidup

School_enroll : *School enrollment, Primary* (dalam Logaritma Natural)

ε, μ : *Error term*

t : *Time series*

$\alpha_0 \alpha_1 \alpha_2 \alpha_3 \alpha_4 \alpha_5$: Parameter elastisitas

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan *Two Stage Least Square (2SLS)*. Menurut Gujarati & Porter (2015:401) keistimewaan metode *Two Stage Least Square*, yaitu (1) dapat diaplikasikan pada persamaan lain dalam sistem tanpa secara langsung mempertimbangkan persamaan lain dalam sistem, (2) *Two Stage Least Square* dapat memecahkan model ekonometrika yang melibatkan jumlah persamaan yang besar, (3) *Two Stage Least Square* hanya menyediakan satu estimasi per parameter, (4) *Two Stage Least Square* di desain khusus untuk persamaan yang *overidentified*. Studi ini menggunakan objek penelitian Indonesia dengan data *time series* 1975 – 2017.

3.2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Kunjungan wisatawan mancanegara adalah setiap orang yang melakukan perjalanan ke suatu negara di luar negara tempat tinggalnya, kurang dari satu tahun, didorong oleh suatu tujuan utama (bisnis, berlibur, atau tujuan pribadi lainnya), selain untuk bekerja dengan penduduk negara yang dikunjungi. Data jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia selama periode tahun 1975 – 2017. Data yang digunakan dalam satuan jiwa.
2. Pertumbuhan Ekonomi
Pertumbuhan ekonomi diartikan sebagai peningkatan kemampuan dari suatu perekonomian dalam memproduksi barang dan jasa. Laju pertumbuhan PDB riil

dinyatakan dalam bentuk persen. Rumus menghitung laju pertumbuhan ekonomi (pertumbuhan PDB) adalah:

$$EG = \frac{PDB\ riil_t - PDB\ riil_{t-1}}{PDB\ riil_{t-1}} \times 100\%$$

Dimana:

EG : Laju pertumbuhan ekonomi, dinyatakan dalam persen

PDB riil_t : PDB riil tahun t

PDB riil_{t-1} : PDB riil tahun sebelumnya

3. Nilai Tukar atau kurs adalah nilai tukar rupiah terhadap dolar Amerika (US\$). Pengukuran nilai tukar diukur dengan satuan rupiah/Dolar AS. Data yang digunakan selama periode 1975 – 2017. Data kurs di transformasikan kedalam bentuk logaritma.
4. Indeks harga konsumen adalah indeks harga konsumen yang diterbitkan setiap bulan, untuk menentukan tingkat inflasi dan juga digunakan untuk tingkat biaya pada harga tetap. Data yang digunakan selama periode tahun 1975 – 2017.
5. Angkatan Kerja yang bekerja adalah penduduk usia kerja (15 tahun dan lebih) yang bekerja, atau punya pekerjaan namun sementara tidak bekerja dan pengangguran. Data yang digunakan selama periode tahun 1975 – 2017.
6. Pembentukan Modal Tetap Bruto adalah pengeluaran untuk barang modal yang mempunyai umur pemakaian lebih dari satu tahun dan tidak merupakan barang konsumsi. PMTB mencakup bangunan tempat tinggal dan bukan tempat tinggal, bangunan lain seperti jalan dan bandara, serta mesin dan peralatan. Data yang digunakan selama periode 1975 – 2017.
7. Angka harapan hidup adalah rata – rata jumlah tahun kehidupan yang masih dijalani oleh seseorang yang telah berhasil mencapai umur tertentu. Umur

harapan hidup menjadi salah satu indikator dalam mengukur pembangunan ekonomi. Data yang digunakan selama periode tahun 1975 – 2017. Data yang digunakan dalam satuan Usia.

8. *School enrollment, Primary* adalah rasio total partisipasi, terlepas dari usia terhadap populasi kelompok usia yang secara resmi sesuai dengan tingkat Pendidikan yang ditunjukkan. Pendidikan dasar memberikan anak-anak keterampilan membaca, menulis dan matematika dasar Bersama dengan pemahaman dasar tentang mata pelajaran lain seperti sejarah, geografi, ilmu alam, ilmu sosial, seni dan musik. Data yang digunakan selama periode 1975 – 2017.

3.3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder, berupa data runtun waktu (*Time series*) periode 1975 – 2017.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari data yang dipublikan dalam *world bank* yang diperoleh dari *website* <https://data.worldbank.org/> dan data dari badan pusat statistik (BPS) pada *website* www.bps.co.id, Bank Indonesia dan IMF.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penggunaan metode dokumentasi. Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, buku, dan sebagainya. Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data dari badan pusat statistik (BPS), Bank Indonesia, IMF dan *World bank*.

3.5. Teknik Analisis Data

3.5.1. Permasalahan Identifikasi

Tahap pertama dalam metode *Two stage least square* (2SLS), yaitu mengidentifikasi persamaan simultan. Identifikasi perlu dilakukan untuk dapat menentukan metode yang tepat dalam memecahkan persamaan simultan. Tiga kemungkinan yang akan terjadi terhadap masalah identifikasi dalam persamaan simultan (Gujarati & Porter, 2015:363). Pertama, kemungkinan persamaan tersebut tidak teridentifikasi (*under indetified*). Kedua, persamaan tersebut teridentifikasi (*exactly identified*) dan ketiga, persamaan tersebut terlalu teridentifikasi (*over identified*). Kriteria identifikasi ada 2 macam, yaitu *order condition* dan *rank condition*. Suatu persamaan yang dapat diidentifikasi dengan kriteria *order condition* belum tentu memenuhi syarat cukup (*sufficient condition*), sehingga bias saja persamaan simultan benar dapat diidentifikasi digunakan *rank condition* (Ekananda,2015:314).

1. *Order Condition*

Terdapat aturan main di dalam melakukan identifikasi sebuah persamaan simultan melalui *order condition*. Aturan main dalam mengidentifikasikan persamaan simultan sebagai berikut:

$K - k < m - 1$ maka persamaan tersebut dikatakan *under identified*

$K - k = m - 1$ maka persamaan tersebut dikatakan *exactly identified*

$K - k > m - 1$ maka persamaan tersebut dikatakan *over identified*

Dimana:

K : jumlah variabel eksogen seluruh model termasuk intersep

k : jumlah variabel eksogen dalam masing – masing model

m : jumlah variable endogen

Model simultan yang diidentifikasi termasuk dalam kategori *exactky identified*, maka menggunakan metode *Indirect Least Square* (ILS). Model simultan yang diidentifikasi

termasuk kategori *over identified*, maka menggunakan metode *Two Stage Least Square* (2SLS).

2. Rank Condition

Persamaan yang akan diidentifikasi menggunakan *rank condition* sekurang – kurangnya tiga persamaan dalam satu model. Persamaan berikut merupakan ilustrasi identifikasi melalui *rank condition*:

$$Y_{1t} = \alpha_{10} + \alpha_{12}Y_{2t} + \alpha_{13}Y_{3t} + \beta_{11}X_{1t} + \varepsilon_{1t} \quad (3.1)$$

$$Y_{2t} = \alpha_{20} + \alpha_{23}Y_{3t} + \beta_{21}X_{1t} + \beta_{22}X_{2t} + \varepsilon_{2t} \quad (3.2)$$

$$Y_{3t} = \alpha_{30} + \alpha_{31}Y_{1t} + \beta_{31}X_{1t} + \beta_{32}X_{2t} + \varepsilon_{3t} \quad (3.3)$$

$$Y_{4t} = \alpha_{40} + \alpha_{41}Y_{1t} + \alpha_{43}Y_{3t} + \beta_{43}X_{3t} + \varepsilon_{4t} \quad (3.4)$$

$Y_{1t}, Y_{2t}, Y_{3t}, Y_{4t}$ adalah variabel endogen dan X_{1t}, X_{2t}, X_{3t} adalah variabel eksogen. Dari tabel 3.2 inilah kemudian kita bias menentukan apakah sebuah persamaan teridentifikasi atau tidak melalui *rank condition*.

Berdasarkan tabel 3.2. ini, maka identifikasi melalui *rank condition* untuk setiap persamaan dapat dilakukan. Misalnya untuk persamaan 3.4, dimana tidak memasukan variabel Y_3, X_1 dan X_2 yang ditunjukkan oleh angka 0 di dalam baris pertama persamaan (3.4), kemudian menentukan matrik order 3 x 3 dari koefisien yang tidak ada di persamaan (3.4) tetapi ada di persamaan yang lain dan menentukan nilai determinannya.

Tabel 3.2.
Sistem Persamaan Simultan

Persamaan	Koefisien							
	1	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	X_1	X_2	X_3
3.7.	$-\alpha_{10}$	1	$-\alpha_{12}$	$-\alpha_{13}$	0	$-\beta_{11}$	0	0
3.8.	$-\alpha_{20}$	0	1	$-\alpha_{23}$	0	$-\beta_{21}$	$-\beta_{22}$	0
3.9.	$-\alpha_{30}$	$-\alpha_{31}$	0	1	0	$-\beta_{31}$	$-\beta_{32}$	0
3.10.	$-\alpha_{40}$	$-\alpha_{41}$	$-\alpha_{42}$	0	1	0	0	$-\beta_{43}$

Sumber : (Gujarati & Porter, 2015)

Berdasarkan tabel 3.2. ini, maka identifikasi melalui *rank condition* untuk setiap persamaan dapat dilakukan. Misalnya untuk persamaan (3.4), dimana tidak memasukan variabel Y_3 , X_1 , dan X_2 yang ditunjukkan oleh angka 0 di dalam baris pertama persamaan (3.4), kemudian menentukan matrik order 3 x 3 dari koefisien yang tidak ada di persamaan (3.4) tetapi ada dipersamaan yang lain dan menentukan nilai determinanya.

$$A = \begin{bmatrix} -\alpha_{13} & -\beta_{11} & 0 \\ -\alpha_{23} & -\beta_{21} & -\beta_{22} \\ 1 & -\beta_{31} & -\beta_{32} \end{bmatrix} \dots\dots\dots (3.5)$$

Determinan matriks A ini bernilai dua dan tidak sama dengan nol sehingga memenuhi *rank condition*, maka persamaan (3.5) teridentifikasi. Berdasarkan identifikasi *order condition* dan *rank condition* diatas, maka membawa prinsip umum identifikasi dari persamaan struktural dalam suatu sistem persamaan simultan sebagai berikut (Gujarati & Porter, 2015:377):

- a. Jika $K - k > m - 1$ dan matriks A atau tingkat identifikasi (*rank*) adalah $m - 1$, maka persamaan tersebut dikatakan *over identified*.
- b. Jika $K - k = m - 1$ dan matriks A atau tingkat identifikasi (*rank*) adalah $m - 1$, maka persamaan tersebut dikatakan *exactly identified*.
- c. Jika $K - k \geq m - 1$ dan matriks A atau tingkat identifikasi (*rank*) adalah kurang dari $m - 1$, maka persamaan tersebut dikatakan *under identified*.
- d. Jika $K - k < m - 1$ dan matriks A atau tingkat (*rank*) adalah kurang dari $m - 1$, maka persamaan tersebut dikatakan *unidentified*.

3.5.2. Uji Simultan

Suatu persamaan jika tidak terdapat masalah simultan, maka estimator OLS akan menghasilkan estimator – estimator yang konsisten, sebaliknya jika terdapat masalah simultan, maka estimator OLS tidak konsisten, sehingga menggunakan metode yang lainnya seperti *Two stage least square* (Gujarati & Porter, 2015:378). Suatu persamaan jika tidak terdapat masalah simultanitas, namun tetap memakai *Two stage least square* akan menghasilkan estimator yang konsisten, namun tidak efisien. Masalah simultanitas muncul karena variable independen yang bersifat endogen berkorelasi dengan *error term*. Uji simultanitas merupakan uji yang menunjukkan apakah variable independen yang bersifat endogen memiliki korelasi *error term* (Gujarati & Porter, 2015:378). Hoptesis nol menyatakan bahwa tidak ada simultanitas dan menolak hipotesis nol jika probabilitas \hat{v} (estimasi residual persamaan *reduce form*) signifikan.

3.5.3. Eksogenitas

Persoalan yang muncul dalam model persamaan simultan adalah menentukan nama variabel endogen dan variabel eksogen. Uji Hausman (uji eksogenitas) dapat digunakan untuk menentukan nama variabel endogen dan variabel eksogen. Keputusan dalam uji eksogenitas berdasarkan pada nilai probabilitas F (Gujarati & Porter, 2015:382). Uji eksogenitas dilakukan untuk melengkapi uji simultan. Setelah melaukan *reduce form*, maka didapat \hat{P} , kemudian \hat{P} diregresi dengan Q. jika nilai F signifikan (*p-value* F kuran dari 5 persen), maka dapat disimpulkan bahwa variabel yang diestimasi tersebut diperlukan sebagai variabel endogen.

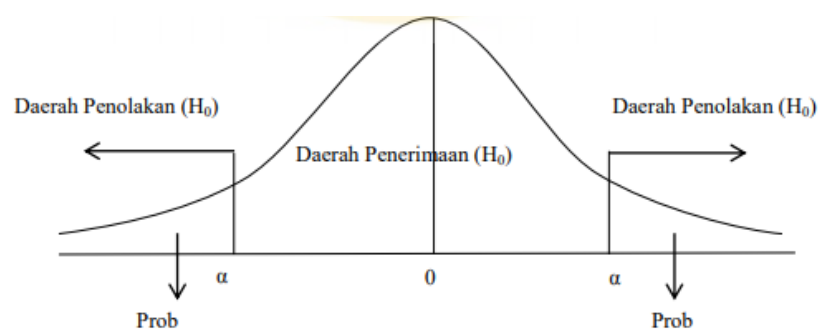
3.5.4. Uji *Two Stage Least Square*

Analisis regresi *Two stage least square* (2SLS) adalah suatu teknik statistik yang menggunakan analisis persamaan struktural. *Two stage least square* merupakan

pengembangan dari metode OLS. Teknik analisis regresi *Two stage least square* digunakan ketika *error term* berkorelasi dengan variabel independen yang bersifat endogen. Menurut Gujarati & Porter (2015:401) keistimewaan metode *Two stage least square*, yaitu (1) dapat diaplikasikan pada persamaan individu dalam sistem tanpa secara langsung mempertimbangkan persamaan lain dalam sistem, (2) *Two stage least square* dapat memecahkan model ekonometrika yang melibatkan jumlah persamaan yang besar, (3) *Two stage least square* hanya menyediakan satu estimasi per parameter, dan (4) *Two stage least square* di desain khusus untuk persamaan yang *over identified*. Prosedur *Two stage least square* dilaksanakan dengan dua tahap. Tahap pertama estimasi *reduce form* setiap variabel endogen dengan seluruh variabel eksogen yang ada pada persamaan. Tahap kedua menggunakan *fitted value* pada tahap pertama.

3.5.5. Uji t-statistik

Uji t digunakan untuk menentukan signifikansi variabel independen secara parsial dalam mempengaruhi variabel dependen. Hipotesis dalam uji statistik ini adalah :



Sumber : Gujarati & Porter (2015)

Gambar 3.1. Daerah Penolakan dan Penerimaan Uji p -value (secara parsial)

Estimasi signifikansi atau tidak dapat membandingkan antara p -value dengan α . Kriteria pengujian dalam uji parsial sebagai berikut: (1) jika nilai probabilitas (uji p -value)

lebih kecil dari tingkat signifikansi (α) yang ditetapkan maka daerah H_1 diterima atau H_0 ditolak, sehingga variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

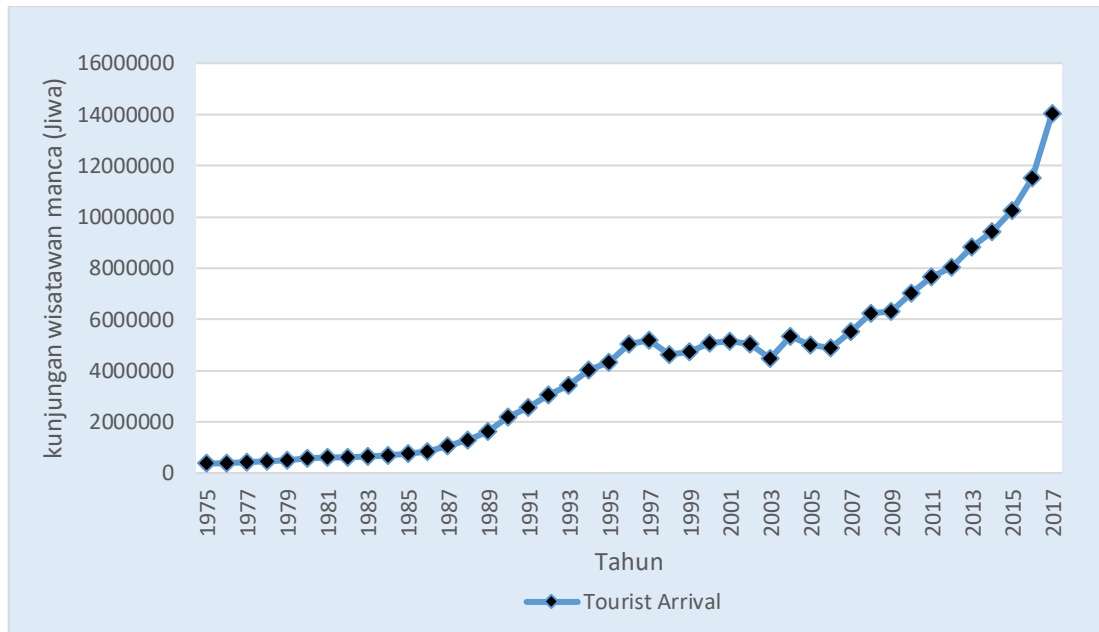
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1. Pariwisata Indonesia

Pariwisata telah menjadi sektor prioritas dalam pembangunan perekonomian Indonesia. Pariwisata diharapkan dapat menjadi penggerak utama dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi di Indonesia melalui penciptaan lapangan pekerjaan dan kesempatan berusaha, penerimaan devisa, serta pembangunan infrastruktur. Selain itu, pariwisata juga dapat digunakan untuk memperkenalkan identitas dan kebudayaan nasional. Untuk itu pengembangan pariwisata akan terus dilanjutkan dan ditingkatkan melalui perluasan dan pemanfaatan sumber serta potensi pariwisata nasional.

Pariwisata sebagai salah satu komoditi ekspor yang tidak dapat dilihat secara nyata, terus meningkat perannya dalam perekonomian Indonesia. Dalam mengembangkan pariwisata internasional sangat diperlukan program yang terarah dan tepat dalam rangka meningkatkan jumlah kedatangan wisatawan mancanegara (wisman). Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kegiatan pemasaran dan perbaikan dari berbagai fasilitas yang diperlukan wisman, seperti pelayanan imigrasi, fasilitas angkutan, perbankan, akomodasi, restoran, biro perjalanan dan sebagainya.

Pariwisata di Indonesia merupakan sektor ekonomi penting di Indonesia. Pada tahun 2009, pariwisata menempati urutan ketiga dalam hal penerimaan devisa setelah komoditi minyak dan gas bumi serta minyak kelapa sawit. Berdasarkan data tahun 2016, jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia sebesar 11.525.963 juta lebih atau tumbuh sebesar 10,79% dibandingkan tahun sebelumnya.



Sumber: Badan Pusat Statistik (2018)

Gambar 4.1

Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Indonesia Tahun 1975 – 2017

Seperti yang telah dijelaskan Indonesia mempunyai potensi untuk berkembang menjadi negara destinasi wisata dunia, terutama wisata *leisure*. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 4.1 tentang jumlah kedatangan wisatawan mancanegara per tahun. Gambar 4.1 menunjukkan bahwa jumlah kedatangan wisatawan mancanegara di Indonesia telah bertumbuh secara stabil dari tahun ke tahun. Sektor pariwisata bisa cepat menghasilkan devisa dibandingkan sektor lainnya. Pariwisata sebagai *invisible export* yang secara harfiah berarti ekspor tidak nyata, karena memang tidak ada barang atau komoditi yang dikirim ke luar negeri (Yoeti, 2008). Devisa diperoleh dengan menarik wisatawan mancanegara datang berkunjung pada suatu negara tujuan wisata. Selanjutnya wisatawan akan membelanjakan uang (*tourism expenditure*) untuk semua kebutuhan dan keinginan selama tinggal dinegara tujuan wisata (Yoeti, 2008).

Kekayaan alam dan budaya merupakan komponen penting dalam pariwisata di Indonesia. Alam Indonesia memiliki kombinasi iklim tropis, 17.508 pulau yang 6.000 di antaranya tidak dihuni serta garis pantai terpanjang ketiga di dunia setelah Kanada dan Uni Eropa. Indonesia juga merupakan negara kepulauan terbesar dan berpenduduk terbanyak di dunia. Pantai - pantai di Bali, tempat menyelam di bunaken, di lombok, dan berbagai taman nasional di Sumatra merupakan contoh tujuan wisata alam di Indonesia.

Indonesia sebagai negara kepulauan terbesar di dunia dengan panjang garis pantai lebih dari 81.000 km memiliki 17.508 pulau, serta dihuni 300 lebih suku bangsa menyimpan potensi sumber daya pariwisata yang sangat besar dan beragam untuk dapat dikembangkan menjadi destinasi yang menarik dan menjadi tujuan utama wisata dunia (Kementrian pariwisata, 2015). Indonesia memiliki banyak hal yang bias menjadi daya tarik bagi wisatawan. Daya tarik wisata tersebut tersebar di seluruh Indonesia, baik berupa situs bersejarah maupun wisata komersial. Daya tarik wisata komersial dibagi menjadi beberapa jenis yaitu: wisata kebun binatang, wisata tirta, agrowisata, wisata budaya, taman rekreasi dan wisata alam (BPS, 2014).

Kontribusi sektor pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia yang paling besar terjadi pada tahun 2015 yakni sebesar 4,31 persen. Untuk kontribusi PDB sektor pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi nasional yang paling rendah adalah pada tahun 2012 dengan kontribusi sebesar 3,96 persen (Kementrian pariwisata, 2014).

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (2019) sebelas provinsi yang paling sering dikunjungi oleh para turis adalah Bali sekitar lebih dari 3,7 juta disusul DKI Jakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta, Jawa Timur, Jawa Barat, Sumatra Utara,

Lampung, Sulawesi Selatan, Sumatra Selatan, Banten dan Sumatra Barat. Sekitar 59% turis berkunjung ke Indonesia untuk tujuan liburan, sementara 38% untuk tujuan bisnis.

4.1.1.1. Jenis wisata di Indonesia

1. Wisata alam

Indonesia memiliki kawasan terumbu karang terkaya di dunia dengan lebih dari 18% terumbu karang dunia, serta lebih dari 3.000 spesies ikan, 590 jenis karang batu, 2.500 jenis moluska, dan 1.500 jenis udang-udangan. Kekayaan biota laut tersebut menciptakan sekitar 600 titik selam yang tersebar dari Sabang hingga Merauke. Raja Ampat di Provinsi Papua Barat adalah taman laut terbesar di Indonesia yang memiliki beraneka ragam biota laut dan dikenal sebagai lokasi selam scuba yang baik karena memiliki daya pandang yang mencapai hingga 30 meter pada siang hari. Hasil riset lembaga Konservasi Internasional pada tahun 2001 dan 2002 menemukan setidaknya 1.300 spesies ikan, 600 jenis terumbu karang dan 700 jenis kerang di kawasan Raja Ampat Bunaken yang terletak di Sulawesi Utara memiliki 25 titik selam dengan kedalaman hingga 1.556 meter. Hampir 70% spesies ikan di Pasifik Barat dapat ditemukan di Taman Nasional ini. Terumbu karang di taman nasional ini disebut tujuh kali lebih bervariasi dibandingkan dengan Hawaii. Beberapa lokasi lain yang terkenal untuk penyelaman antara lain: Wakatobi, Nusa Penida, Karimunjawa, Derawan dan Kepulauan Seribu.

2. Wisata Belanja

Wisata belanja di Indonesia dibagi menjadi dua jenis: pusat perbelanjaan tradisional dengan proses tawar-menawar antara pembeli dan penjual dan pusat perbelanjaan modern. Pasar tradisional umumnya menjual barang-barang kebutuhan sehari-hari yang berlokasi dalam satu gedung atau jalan tertentu.

Beberapa daerah dengan relief sungai-sungai panjang memiliki pasar terapung seperti Pasar Terapung Muara Kuin di Sungai Barito, Banjarmasin dan Pasar Terapung Lok Baintan di Banjar, namun ada pula yang khusus menjual barang-barang seni atau benda khas setempat seperti Pasar Sukawati di Gianyar yang menjual berbagai kerajinan tangan dan barang seni khas Bali, Pasar Klewer di Soloyang menjual kain-kain batik, Kotagede dengan hasil kerajinan perak, dan kawasan Malioboro di Yogyakarta yang menjajakan kerajinan khas Yogya.

3. Wisata budaya

Berdasarkan data sensus 2010, Indonesia terdiri dari 1.128 suku bangsa. Keberagaman suku bangsa tersebut mengakibatkan keberagaman hasil budaya seperti jenis tarian, alat musik, dan adat istiadat di Indonesia. Beberapa pagelaran tari yang terkenal di dunia internasional misalnya Sendratari Ramayana yang menceritakan tentang perjalanan Rama dan dipentaskan di kompleks Candi Prambanan. Desa Wisata Batubulan yang terletak di Sukawati, Gianyar merupakan desa yang sering dikunjungi untuk pentas Tari Barongan, Tari Kecak dan Tari Legong.

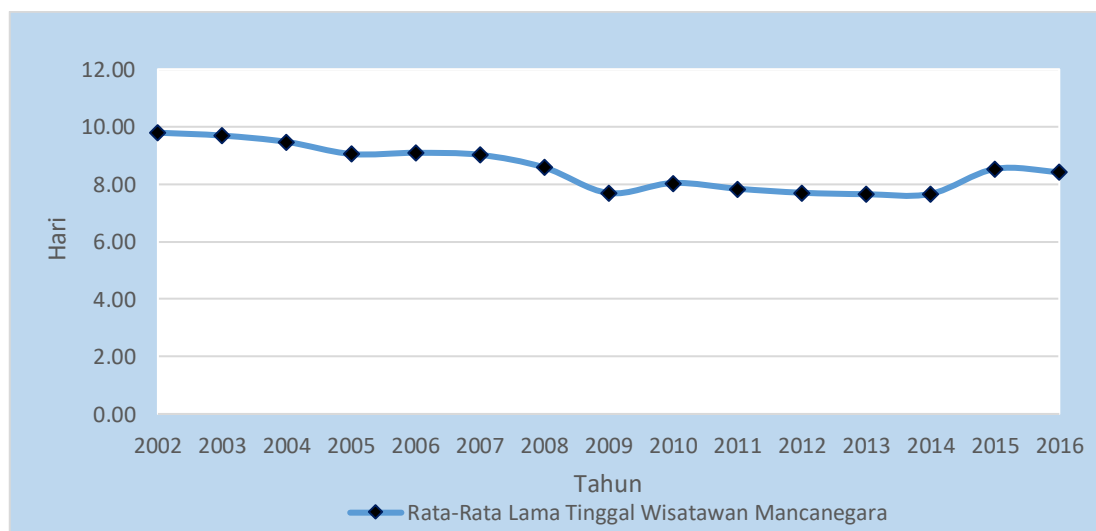
4. Wisata keagamaan

Sejarah mencatat bahwa agama Hindu dan Buddha pernah masuk dan memengaruhi kehidupan spiritual di Indonesia dengan adanya peninggalan sejarah seperti candi dan prasasti di beberapa lokasi. Jejak-jejak peninggalan agama Buddha yang terbesar adalah Candi Borobudur yang terletak di Magelang dan merupakan candi Buddha terbesar di dunia dan masuk dalam daftar Warisan Budaya Dunia UNESCO pada tahun 1991. Pada abad ke-13 hingga ke-16 Islam masuk ke nusantara menggantikan era kerajaan Hindu-Buddha.

4.1.1.2. Lama tinggal wisatawan Mancanegara di Indonesia

Disamping jumlah wisman, rata-rata lama tinggal wisman merupakan faktor penting lainnya dalam penghitungan rata-rata pengeluaran wisman selama berada di Indonesia. Beberapa tahun sebelumnya terjadi penurunan lama tinggal wisman di Indonesia. Pada tahun 2015 rata-rata lama tinggal wisman selama di Indonesia mengalami kenaikan, sebesar 0,87 hari, sementara itu di tahun 2016 terjadi penurunan sebesar 0,11 hari, yaitu dari 8,53 hari menjadi 8,42 hari.

Dilihat dari lama tinggal terlama, wisman dari Swedia adalah yang tinggal paling lama yaitu 15,40 hari, diikuti wisman dari Belanda 15,37 hari, dan Swiss 15,13 hari. Sedangkan yang paling pendek waktu tinggalnya di Indonesia adalah wisman dari Singapura yaitu selama 4,35 hari.



Sumber: Passenger Exit Survey, Kementerian Pariwisata (2019)

Gambar 4.2

Rata – rata lama tinggal wisatawan Mancanegara di Indonesia Tahun 2002 – 2016

4.1.2. Pertumbuhan Ekonomi Indonesia

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia dari tahun 1975 sampai tahun 2017, pada tahun 1998 pertumbuhan ekonomi Indonesia menyusut 13.7% yang terutama disebabkan oleh kegiatan investasi dan konsumsi swasta yang merosot tajam. Penurunan kegiatan investasi berkaitan dengan semakin memburuknya ketidakseimbangan neraca dunia usaha, memburuknya kondisi perbankan dan rendahnya kepercayaan dunia investor luar negeri. Disamping itu anjloknya kegiatan investasi juga disebabkan oleh lemahnya permintaan konsumsi domestik. Sementara itu, turunnya konsumsi disebabkan oleh melemahnya daya beli dan memburuknya keyakinan konsumen akan prospek pendapatan. Sebaliknya, permintaan luar negeri bersih mencatat pertumbuhan positif namun belum cukup untuk memulihkan perekonomian Indonesia secara keseluruhan (Bank Indonesia, 1998).

Pada tahun 2000 beberapa indikator menunjukkan bahwa proses pemulihan ekonomi Nampak semakin menguat. Pertumbuhan ekonomi meningkat lebih tinggi dari yang diperkirakan semula menjadi 4.8%, beberapa faktor seperti: membaiknya permintaan domestic, masih kompetitifnya nilai tukar rupiah, serta situasi ekonomi dunia yang membaik, telah memungkinkan sejumlah sektor ekonomi, termasuk sektor usaha kecil dan menengah (UKM), baik untuk memenuhi konsumsi domestik maupun ekspor. Beberapa kemajuan juga dicapai dalam proses restrukturisasi perbankan, penjadwalan kembali utang luar negeri pemerintah, serta penyelesaian masalah bantuan likuiditasi Bank Indonesia (BLBI) antara Bank Indonesia dan pemerintah (Bank Indonesia, 2000).



Sumber: Bank Indonesia (2018)

Gambar 4.3

Perkembangan Perumbuhan Ekonomi Indonesia Tahun 1975 - 2017

Gambar 4.3 menjelaskan bahwa tahun 2004 kondisi pertumbuhan ekonomi Indonesia mengalami perkembangna yang menggemirakan, bahkan lebih baik dari perkiraan awal tahun. Kegiatan ekonomi mencatat pertumbuhan tinggi pasca krisis ekonomi yaitu, sebesar 5.1% yang diikuti dengan perbaikan pola ekspansi. Konsumsi mengalami pertumbuhan yang relative stabil, sementara kegiatan investasi meningkat tajam, setelah dalam tiga tahun terakhir mengalami pertumbuhan rendah (Bank Indonesia, 2004). Demikian pula, pertumbuhan ekspor barang dan jasa terus meningkat, seiring dengan meningkatnya pertumbuhan volume perdagangan dunia yang diikuti dengan melonjaknya harga-harga komoditi minyak dan gas bumi (migas) serta non migas.

Perlambatan ekonomi dunia yang tajam dan krisis keuangan global belum ada indikasi kuat akan mereda dalam waktu dekat. Meluasnya imbas permasalahan sektor perumahan di Amerika Serikat (AS) dan upaya penyelamatan yang dilakukan oleh Pemerintah dan Bank Sentral terhadap beberapa lembaga pembiayaan masih direspon

secara negatif oleh pasar sehingga menimbulkan intensitas gejolak yang semakin tinggi di pasar keuangan global. Ketidakstabilan di pasar keuangan ini selanjutnya memicu sentimen negatif yang menyurutkan *risk appetite* investor sehingga memunculkan tren perubahan komposisi portofolio global. Disamping tingginya factor ketidakpastian, ketatnya likuiditas semakin memperberat usaha peningkatan ekspor dan mendorong penarikan investasi asing dari *emerging market* termasuk dari Indonesia (Bank Indonesia, 2008).

Gambar 4.2 menunjukkan pertumbuhan ekonomi tahun 2014 – 2016, pertumbuhan ekonomi Indonesia pada 2016 juga diikuti perbaikan kualitas pertumbuhan ekonomi dari sisi ketenagakerjaan, kemiskinan, dan ketimpangan pendapatan. Tingkat pengangguran terbuka terhadap angkatan kerja pada 2016 turun dari 6,2% pada 2015 menjadi 5,6%. Perbaikan turut dipotong peningkatan daya serap PDB terhadap tenaga kerja. Tingkat kemiskinan juga menurun dari 11,2% pada 2015 menjadi 10,7% terhadap total penduduk. Perbaikan tingkat kemiskinan terutama terjadi pada wilayah perkotaan seiring membaiknya kinerja sektor industri, perdagangan besar dan eceran, serta jasa-jasa. Selain kedua capaian itu, ketimpangan pendapatan berkurang tercermin dari penurunan indikator rasio Gini dari 0,402 pada 2015 menjadi 0,397 (Bank Indonesia, 2016).

Pertumbuhan ekonomi Indonesia pada 2016 tercatat meningkat yakni dari 4,9% pada 2015 menjadi 5,0% pada 2016. Perkembangan positif ini tidak terlepas dari peran permintaan domestik yang dominan, khususnya melalui konsumsi Rumah Tangga (RT) yang tetap solid. Stimulus fiskal yang cukup besar sampai semester I 2016 serta ditopang pelonggaran kebijakan moneter dan makroprudensial oleh Bank Indonesia juga mendukung permintaan domestik tetap kuat (Bank Indonesia, 2016).

Gambar 4.2 juga menunjukkan pertumbuhan ekonomi Indonesia terus membaik secara perlahan sehingga pertumbuhan ekonomi Indonesia tumbuh 5,07% , dinamika tersebut ditopang pergerakan ekspor dan investasi yang pada tahun 2017 membaik sejalan kondisi global yang kondusif dan stabilitas ekonomi domestik yang terjaga baik (Bank Indonesia, 2017).

4.2. Analisis Deskriptif

Rata – rata jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada penelitian ini sebanyak 4.177.353 orang per tahun. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara terendah 366.293 orang per tahun dan tertinggi sebanyak 14.039.799 orang per tahun. Salah satu faktor yang menyebabkan tinggi rendahnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara adalah nilai tukar dan indeks harga konsumen. Pada penelitian ini nilai tukar terendah sebesar Rp. 415 per US \$ dan tertinggi sebesar Rp. 13.389 per US \$.

Tabel 4.1
Deskriptif Statistik Variabel

Variabel	Mean	SD	Max	Min
<i>Tourist arrivals</i> (Juta orang)	4177353	3377363,143	14039799	366293
Pertumbuhan ekonomi (%)	5.36209	3.35792	9.88	-13.13
Nilai tukar (Rp/\$)	5404	4564.08	13389	415
CPI	45.8658	44.7974	142	3
Tenaga kerja (%)	2.57818	0.68987	1.28200	3,598
Umur harapan Hidup	65	3.57759	69	57
GFCF(%)	5.33394	0.24575	5.75702	4.89608
<i>School, Primary</i> (%)	2.03756	0.02957	2.08349	1.94020

Sumber: Sumber Perhitungan Penulis (2019)

Selain itu terdapat variabel pertumbuhan ekonomi, persentase rata – rata pertumbuhan ekonomi pada penelitian ini adalah 5.36 %. Pertumbuhan ekonomi terendah adalah -13.13% dan tertinggi adalah 9.88%.

4.2.1. Identifikasi Model

Tahap pertama dalam metode *Two stage least square* (2SLS), yaitu mengidentifikasi persamaan simultan. Kriteria identifikasi ada 2 macam, yaitu *Order Condition* dan *Rank Condition*. Berikut ini diberikan hasil *Order Condition* dan *Rank Condition*.

Tabel 4.2
Identifikasi Rank Condition

Model	K - k	m - 1	Ket	Rank Order	M - 1	Ket	Jenis Identifikasi
1	4	1	$K-k > m-1$	2	2	$RO = M - 1$	<i>Overidentified</i>
2	2	1	$K-k > m-1$	2	2	$RO = M - 1$	<i>Overidentified</i>

Sumber: Perhitungan Penulis, 2019

Tabel 4.2 menunjukkan identifikasi *order condition* dan *rank condition* persamaan simultan penelitian ini. Berdasarkan identifikasi *order condition* dan *rank condition* pada table 4.2, maka identifikasi persamaan structural dalam system persamaan simultan penelitian ini yaitu *overidentified*.

4.2.2. Hasil Uji Simultan

Pengujian simultan bertujuan untuk menguji korelasi antara variabel independent yang bersifat endogen dengan error term. Suatu persamaan terdapat korelasi antara variabel independent yang bersifat dengan error term, maka metode *two stages least square* dapat diterapkan. Namun sebaliknya, jika tidak ada korelasi antara variabel independent yang bersifat endogen dengan error term maka, *ordinary least square* dapat diterapkan (Gujarati & Porter, 2015).

Hasil uji simultan (Hausmen Test) antara variabel dalam persamaan model pertama dengan variabel *Tourist arrival* menunjukkan bahwa *p-value* dari variabel persamaan pertama kurang dari 5 persen. Hasil ini memiliki arti terdapat hubungan simultan antara variabel persamaan pertama dengan *tourist arrival*.

Hasil uji simultan (Hausmen Test) antara variabel dalam persamaan model kedua dengan variabel pertumbuhan ekonomi menunjukkan bahwa *p-value* dari variabel persamaan pertama kurang dari 5 persen. Hasil ini memiliki arti terdapat hubungan simultan antara variabel persamaan pertama dengan pertumbuhan ekonomi.

Tahap metode simultan di samping melakukan uji Hausman, juga perlu melakukan uji Eksogenitas. Uji eksogenitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel dalam seyiap persamaan dianggap variabel endigen atau eksogen.

4.2.3. Hasil Uji Eksogenitas

Keputusan dalam uji eksogenitas berdasarkan pada nilai probabilitas F. uji eksogenitas dilakukan untuk melengkapi uji simultan. Jika nilai F signifikan (*p-value* F kurang dari 5 persen), maka dapat disimpulkan bahwa variabel yang diestimasi tersebut diperlakukan sebagai variabel endogen.

Hasil uji eksogenitas persamaan satu menunjukkan bahwa Probabilitas uji F lebih kecil dari 5 persen. Hasil ini memiliki arti variabel dalam persamaan satu dapat variabel endogen.

Hasil uji eksogenitas persamaan kedua menunjukkan bahwa Probabilitas uji F lebih kecil dari 5 persen. Hasil ini memiliki arti variabel dalam persamaan satu dapat variabel endogen.

Hasil uji simultan dan uji eksogenitas dapat diperoleh informasi bahwa dalam model studi ini dapat digunakan metode estimasi *two stages least square* (TSLS).

4.2.4. Hasil Estimasi Two Stages Least Square

Tabel 4.3

Hasil Estimasi *Two Stages Least Square*: Pertumbuhan Ekonomi

Variabel	Koefisien (<i>Standar Error</i>)	Z	<i>P > z</i>
TA	0.1204111 (0.0340355)	3.54	0.000
EMP	0.0515225 (0.0184761)	2.79	0.005
GFCF	0.1623896 (0.00864)	25.87	0.000
LEB	1.619996 (0.7435277)	2.18	0.029
<i>School_enroll</i>	0.0689784 (0.0965708)	-0.71	0.075
Konstanta	4.483935 (2.194778)	18.80	0.041
R-squared	0.9985		
Prob > F	0.0000		

Sumber: Hasil Perhitungan Penelitian (2019)

Hasil estimasi *Two Stages Least Square* untuk tahap 1 dijelaskan pada tabel 4.3 bahwa variabel independen yang bersifat endogen secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi pada α 1%. Kunjungan wisatawan mancanegara dan *gross fixed capital formation* tingkat signifikansi 1%, tenaga kerja dan angka harapan hidup dengan tingkat signifikansi 5%. Sedangkan variabel tingkat sekolah signifikansi 10%.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara. Apabila jumlah kunjungan wisatawan mancanegara meningkat sebesar 1 persen maka pertumbuhan ekonomi meningkat sebesar 0.1204111 persen. Dengan asumsi kemajuan infrastruktur yang tinggi dibidang sektor pariwisata. Hal ini dapat terjadi hanya jika perubahan *terms of trade* pariwisata dengan pertumbuhan ekonomi lebih dari sekedar penyeimbangan *technological gap* di sektor pariwisata.

Tenaga kerja berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi. Apabila tenaga kerja meningkat 5 persen maka pertumbuhan ekonomi akan meningkat sebesar 0.051 persen. *Gross Fixed Capital Formation* berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi. Apabila *Gross Fixed Capital Formation* meningkat sebesar 1 persen maka menyebabkan pertumbuhan ekonomi meningkat sebesar 0.162 persen.

Angka harapan hidup memiliki korelasi positif terhadap pertumbuhan ekonomi. Apabila angka harapan hidup meningkat sebesar 5 persen maka menyebabkan pertumbuhan ekonomi meningkat sebesar 1.61 persen. Tingkat sekolah berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi. Apabila pertumbuhan ekonomi meningkat 10 persen maka tingkat sekolah akan naik sebesar 0.068 persen.

Tabel 4.4
Hasil Estimasi *Two Stages Least Square*: Jumlah Kunjungan wisatawan mancanegara

Variabel	Koefisien (Standar Error)	Z	P > z
EG	3.32898 (0.294574)	11.30	0.000
ER	0.933616 (0.116231)	-8.03	0.000
CPI	1.122022 (0.176981)	-6.34	0.000
Konstanta	4.479497 (4.890564)	9.16	0.000
<i>R-Square</i>	0.9780		
Prob > F	0.0000		

Sumber: Hasil Perhitungan Penelitian (2019)

Hasil estimasi *Two Stages Least Square* untuk tahap 2 dijelaskan pada tabel 4.4 bahwa variabel independen secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan mancanegara pada α 1% . Pertumbuhan ekonomi, nilai tukar rupiah, dan indeks harga konsumen dengan tingkat signifikansi 1%.

Hasil tahap 2 menunjukkan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Apabila pertumbuhan ekonomi naik sebesar 1 persen maka jumlah kunjungan wisatawan mancanegara akan meningkatkan sebesar 3.32898 persen. Menurut Proenca & Soukiazis (2005) pertumbuhan ekonomi merupakan faktor terpenting yang mempengaruhi keputusan calon wisatawan mancanegara untuk berwisata. Pertumbuhan ekonomi yang tinggi akan meningkatkan total jumlah kunjungan wisatawan mancanegara. peningkatan pertumbuhan ekonomi di negara asal wisatawan akan memberikan keuntungan bagi industry pariwisata di negara tujuan wisata. Hal ini dapat diartikan bahwa pertumbuhan ekonomi negara asal wisatawan berhubungan positif terhadap jumlah kunjungan wisatawan.

Nilai tukar rupiah memiliki korelasi positif terhadap kunjungan wisatawan mancanegara. Semakin nilai tukar apresiasi sebesar 1 persen maka menyebabkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara menurun sebesar 0.933616 persen. Menurut Utami & Hartono (2016) ketika mata uang negara tujuan mengalami apresiasi, nilai tukar mata uang negara asal wisatawan mancanegara terhadap negara tujuan akan melemah, sehingga harga akan meningkat. Hal tersebut akan berakibat pada menurunnya daya beli wisatawan dan mengurangi jumlah kunjungan wisatawan mancanegara berkunjung.

Indeks harga konsumen berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan wisatawan mancanegara. semakin naik tingkat indeks harga konsumen sebesar 1 persen, maka jumlah kunjungan wisatawan mancanegara naik sebesar 1.122022 persen. Menurut Choyakh (2009) indeks harga konsumen dipandang sebagai harga pariwisata negara tujuan. Penggunaan nilai IHK secara tidak langsung juga telah memasukan

pengaruh dari inflasi. Jika suatu negara mengalami inflasi, maka akan terjadi kenaikan harga pada barang dan jasa secara umum sehingga meningkatkan IHK. Kenaikan IHK tersebut akan meningkatkan harga relatif terhadap negara asal wisatawan mancanegara sehingga akan menurunkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara.

4.3. Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil estimasi *Two Stages Least Square*, maka pengujian hipotesis untuk penelitian ini sebagai berikut:

1. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Faktor lain yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi adalah tenaga kerja, *gross fixed capital formation*, dan umur harapan hidup, tingkat sekolah berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi.
2. Nilai tukar dan pertumbuhan ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan wisatawan mancanegara. Indeks harga konsumen berpengaruh negatif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan wisatawan mancanegara.

4.4. Pembahasan

Dalam penelitian ini, berdasarkan pengujian yang telah dilakukan didapatkan nilai variabel nilai tukar dan indeks harga konsumen adalah 0,000 yang berarti kurang dari nilai α (1%). Maka secara statistik signifikan dalam mempengaruhi permintaan pariwisata di Indonesia. Koefisien variabel memiliki nilai yang cukup besar dengan tanda positif. Dapat diartikan bahwa sektor pariwisata di Indonesia sangat sensitif terhadap perubahan nilai tukar dan indeks harga konsumen yang terjadi. Hasil ini sesuai dengan teori dan hipotesis pada penelitian bahwa nilai tukar dan indeks harga

konsumen relative berhubungan negative dengan permintaan pariwisata (Aslan *et al*, 2008; Asemota & Bala, 2012). Sesuai dengan teori permintaan, adanya kenaikan 1 persen pada nilai tukar dan indeks harga konsumen negara tujuan wisata dengan negara asal wisatawan akan menurunkan sektor pariwisata di Indonesia sebesar 9.16 persen.

Menurut utami & Hartono (2016) penggunaan nilai merupakan kekuatan mata uang suatu negara. Ketika mata uang suatu negara tujuan wisata mengalami apresiasi, nilai tukar mata uang akan negara asal wisatawan terhadap negara tujuan wisata akan melemah, sehingga akan meningkatkan harga pariwisata. Hal tersebut akan berakibat pada menurunnya daya beli wisatawan mancanegara dan mengurangi permintaan pariwisata. Begitu pula sebaliknya, ketika terjadi depresiasi mata uang negara tujuan, nilai tukar mata uang negara asal wisatawan terhadap mata uang negara tujuan wisata akan menguatkan sehingga menurunkan harga pariwisata dan meningkatkan sektor pariwisata.

Hal ini menguntungkan bagi wisatawan, ketika nilai tukar negara tujuan wisata melemah, harga pariwisata menjadi murah. Harga yang murah akan berakibat pada meningkatnya pengeluaran wisatawan selama di tujuan wisata, yang berarti juga meningkatkan pertumbuhan pendapatan di sektor pariwisata di negara tujuan wisata.

Menurut Choyakh (2009) indeks harga konsumen dapat mempresentasikan rata-rata tingkat harga barang dan jasa tersebut. Penggunaan nilai IHK secara tidak langsung juga telah memasukan pengaruh dari inflasi. Jika suatu negara mengalami inflasi, maka akan terjadi kenaikan pada harga barang dan jasa secara umum sehingga meningkatkan IHK. Kenaikan IHK tersebut akan menurunkan harga terhadap negara asal wisatawan mancanegara sehingga akan menurunkan sektor pariwisata.

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan didapatkan hasil nilai variabel PDB perkapita sebesar 0,000 dan nilai tersebut kurang dari α 1% yang berarti PDB perkapita yang digunakan sebagai proksi pertumbuhan ekonomi secara statistic signifikan dalam mempengaruhi permintaan pariwisata di Indonesia. Dengan nilai koefisien yang bertanda positif menandakan bahwa keputusan calon wisatawan untuk berwisata ke Indonesia tergantung perubahan PDB di negara dan permintaan pariwisata di pengaruhi oleh besar kecilnya PDB perkapita di negara wista.

Hal ini sama dengan teori bahwa pertumbuhan ekonomi berpengaruh pada permintaan suatu barang termasuk dalam permintaan pariwisata. Variabel pertumbuhan ekonomi merupakan variabel yang mempengaruhi dalam model permintaan pariwisata menurut Proenca & Soukiazis (2005) yang mempengaruhi keputusan calon wisatawan untuk berwisata. Menurut Salleh *et al* (2008) pertumbuhan ekonomi yang lebih tinggi akan meningkatkan total jumlah kunjungan wistawan. Dalam banyak studi, peningkatan pertumbuhan ekonomi akan memberikan keuntungan bagi industri pariwisata di negara tujuan wisa. Hal ini dapat diartikan bahwa pertumbuhan ekonomi berhubungan positif terhadap volume jumlah kunjungan.

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya oleh Preonca & Soukiazi (2005) dimana PDB perkapita berpengaruh signifikan dengan koefisien bertanda positif. Elastisitas pertumbuhan ekonomi juga menunjukkan angka lebih dari satu membuktikan bahwa pariwisata adalah *luxury goods*. Menurut Preonca & Soukiazi (2005) pariwisata adalah *luxury goods* dengan elastisitas pertumbuhan yang diharapkan bernilai diatas satu dan hasil tersebut sudah banyak ditemukan di penelitian tentang permintaan pariwisata. Dalam teori permintaan, ketika permintaan bergerak searah dengan perubahan harga, barang yang bersangkutan adalah barang normal.

Berdasarkan hasil diatas bahwa industri pariwisata akan mendorong pertumbuhan ekonomi dan sebaliknya pertumbuhan ekonomi akan mendorong tumbuhnya industri pariwisata. Dilihat dari asal wisatawan berbagai mancanegara. Dalam konteks teori penawaran dan permintaan pariwisata, maka jumlah kunjungan wisatawan dan besarnya belanja wisatawan mancanegara termasuk dalam sisi permintaan. Besarnya peluang sektor pariwisata dalam mendorong pertumbuhan ekonomi menyebabkan banyak negara-negara berlomba-lomba dalam mengembangkan kepariwisataan, dengan meningkatkan daya saing pariwisata, untuk mendatangkan devisa negara.

Hasil juga menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dari penerimaan pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi, yang berarti bahwa peningkatan penerimaan pariwisata meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Hasil ini mengkonfirmasi bukti hipotesis TLG, yang menyatakan bahwa pengembangan pariwisata dapat mendatangkan pendapatan valuta asing, memacu investasi dalam infrastruktur baru dan persaingan dalam industri pariwisata lokal, merangsang industri lain yang terkait dengan industri pariwisata, menyediakan lapangan kerja, mengeksploitasi skala ekonomi, pengetahuan teknis tersebar, merangsang penelitian dan pengembangan, dan mengumpulkan modal manusia (Schubert *et al*, 2011). Jadi, mengarah pada peningkatan pertumbuhan ekonomi.

Hasil tahap 1 dan hasil tahap 2 menunjukkan adanya hubungan antara pariwisata dan pertumbuhan ekonomi, dan bahwa bobot pariwisata terhadap ekonomi suatu negara merupakan penentu sejauh mana pariwisata mempengaruhi pertumbuhan ekonomi.

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil estimasi *Two Stages Least Square* dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pariwisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Faktor lain yang berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi adalah angkatan kerja yang berkerja, *gross fixed capital formation*, umur harapan hidup dan *school enrollment, primary*.
2. Pertumbuhan ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pariwisata. Faktor lain yang berpengaruh terhadap permintaan pariwisata adalah nilai tukar dan indeks harga konsumen.

5.2. Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini memiliki beberapa implikasi diantaranya:

1. Adanya bukti empiris yang sedang berkembang yang memadukan penelitian – penelitian terdahulu dan efek redistribusi dari pariwisata maka penelitian ini dapat memberikan pengetahuan baru bagi akademisi maupun praktisi tentang pengaruh pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia.
2. Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pemerintahan Indonesia dalam meninjau kembali kebijakan atau keputusan yang optimal untuk sektor pariwisata dan menentukan jenis kebijakan atau keputusan yang tepat mengingat adanya efek retribusi yang ditimbulkan

dari sektor pariwisata sehingga mampu menghasilkan distribusi pendapatan yang lebih baik.

3. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dalam meneliti topik yang sama dan dapat menjadi *study comparison* dengan topik yang sama.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian dan kesimpulan di atas maka penulis menyerankan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Pemerintahan untuk lebih berhati-hati dalam menentukan kebijakan sektor pariwisata agar mampu menghasilkan kontribusi pendapatan yang lebih baik.
2. Keterbatasan penelitian ini adalah penelitian ini hanya meneliti pariwisata dari sisi wisatawan mancanegara dan tidak meneliti pengaruh pariwisata dari wisatawan nusantara terhadap pertumbuhan ekonomi. Keterbatasan yang lain yaitu data yang digunakan dalam studi ini menggunakan data *time series*, mungkin penelitian selanjutnya bisa merubah data dengan menggunakan data panel yang memasukan unsur negara atau provinsi, kemungkinan hasilnya akan lebih baik atau menggunakan model lain seperti model panel sehingga dapat berkontribusi dalam penambahan literatur akademik.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, Lincolyn. (2010). *Ekonomi Pembangunan*. Edisi Kelima, Bagian Penerbitan STIE YKPN : Yogyakarta.
- Chang, C. L., & McAleer, M. (2012). Aggregation, heterogeneous autoregression and volatility of daily international tourist arrivals and exchange rates. *Japanese Economic Review*, 63(3), 397–419.
- Chang, C. L., Khamkaew, T., & McAleer, M. (2012). IV estimation of a panel threshold model of tourism specialization and economic development. *Tourism Economics*, 18(1), 5-41.
- Cheng, Q., Su, B., & Tan, J. (2013). Developing an evaluation index system for low-carbon tourist attractions in China—A case study examining the Xixi wetland. *Tourism Management*, 36, 314-320.
- Chew Ging, L. (2008). Tourism and Economic Growth: the Case of Singapore. *Regional and Sectoral Economic Studies*, 8, 90–98.
- Crouch, G. I. (1992). Effect of income and price on international tourism. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 643–664.
- Crouch, G. I. (1995). A meta-analysis of tourism demand. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 103–118.
- Crouch, G. I., & Ritchie, J. R. B. (1999). Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity. *Journal of Business Research*, 44(3), 137–152.
- D’Hautesserre, A. M. (2000). Lessons in managed destination competitiveness: The case of Foxwoods Casino Resort. *Tourism Management*, 21(1), 23–32.
- Durbarry, R., & Sinclair, M. T. (2003). Market Share Analysis The Case of French Tourism Demand. *Annals of Tourism Research*, 30(4), 927–941.
- Dwyer, L., Forsyth, P., & Rao, P. (2000). The price competitiveness of travel and tourism: A comparison of 19 destinations. *Tourism Management*, 21(1), 9–22.
- Dwyer, L., Forsyth, P., & Rao, P. (2002). Destination price competitiveness: Exchange rate changes vs inflation rates. *Journal of Travel Research*, 40(February), 340–348.
- Enders, W. (2015). *Applied econometric time series*. John Wiley & Sons.
- Engle, R. F., & Granger, C. W. (1987). Co-integration and error correction: representation, estimation, and testing. *Econometrica: journal of the Econometric Society*, 251-276.
- Forsyth, P., & Dwyer, L. A. R. R. Y. (2009). Tourism price competitiveness. In *The Travel and Tourism Competitiveness Report, Managing in a Time of*

- Turbulence, World Economic Forum, Geneva* (pp. 77-90).
- Garín-Muñoz, T. (2009). Tourism in Galicia: domestic and foreign demand. *Tourism Economics*, 15(4), 753-769.
- Gatt, W., & Falzon, J. (2014). British tourism demand elasticities in Mediterranean countries. *Applied Economics*, 46(29), 3548–3561.
- Go, F. M., & Govers, R. (2000). Integrated quality management for tourist destinations: A European perspective on achieving competitiveness. *Tourism Management*, 21(1), 79–88.
- Gokovali, U., & Bahar, O. (2006). Contribution of tourism to economic growth: A panel data approach. *Anatolia*, 17(2), 155–167.
- Gromang, F. (2003). *Manajemen Kepariwisataaan. Edisi ke-4*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Gujarati, D. N. (2007). *Basic econometrics*. Tata McGraw-Hill Education.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2003). *Basic Econometrics*. 4th. McGraw-Hill Higher Education.
- Hartono, H. (1974). Perkembangan pariwisata, kesempatan kerja dan permasalahannya. *Prisma*, 1, 45.
- Husein, U. (2004). Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis. *Cetakan ke-6*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Jaffe, E., & Pasternak, H. (2004). Developing wine trails as a tourist attraction in Israel. *International Journal of Tourism Research*, 6(4), 237-249.
- Jayathilake, P. M. B. (2013). Tourism and Economic Growth in Sri Lanka: Evidence from Cointegration and Causality Analysis. *International Journal of Business, Economics and Law*, 2(2), 22–27.
- Kadir, N., & Karim, M. Z. A. (2012). Tourism and Economic Growth in Malaysia: Evidence from Tourist Arrivals from Asean-S Countries. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 25(4), 1089–1100.
- Kim, S., & Song, H. (1998). Analysis of inbound tourism demand in South Korea: a cointegration and error correction approach. *Tourism Analysis*, 3(1), 25-41.
- Kulendran, N., & King, M. L. (1997). Forecasting international quarterly tourist flows using error-correction and time-series models. *International Journal of Forecasting*, 13(3), 319-327.
- Lee, C. K., Var, T., & Blaine, T. W. (1996). Determinants of Inbound Tourist Expenditures. *Annals of Tourism Research*, 23(3), 527–542.
- Li, G., Song, H., Cao, Z., & Wu, D. C. (2013). How competitive is Hong Kong against its competitors? An econometric study. *Tourism Management*, 36, 247–256.
- Lim, C. (1997). Review of international tourism demand models. *Annals of Tourism Research*, 24(4), 835–849.

- Lise, W., & Tol, R. S. (2002). Impact of climate on tourist demand. *Climatic change*, 55(4), 429-449.
- Lubis, R. P. (2010). *Analisis Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Pariwisata Kota Medan* (Master's thesis).
- Lundberg, D. E. (2007). *Tourism economics*. John Wiley and sons.
- Middleton Victor, T. C., & Jackie, C. (2001). Marketing in travel and tourism.
- Naude & Saayman. (2005) Cultural Tourism Development Trough A Participatory Approach. *The Tourism Economic Journal*, 104, 167-174.
- Nizar, M. A. (2011). Pengaruh Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *Jurnal Kepariwisataan Indonesia*, 6(2), 195 – 211.
- Odhiambo, N. M. (2011). Tourism development and economic growth in Tanzania: empirical evidence from the ARDL Bounds testing approach. *Economic Computation & Economic Cybernetics Studies and Research*, 45(3), 71–83.
- Oh, C. O. (2005). The contribution of tourism development to economic growth in the Korean economy. *Tourism Management*, 26(1), 39–44.
- Oh, C.-O., & Ditton, R. B. (2006). An Evaluation of Price Measures in Tourism Demand Models. *Tourism Analysis*, 10(3), 257–268.
- Peng, B., Song, H., Crouch, G. I., & Witt, S. F. (2015). A Meta-Analysis of International Tourism Demand Elasticities. *Journal of Travel Research*, 54(5), 611–633.
- Petropoulos, C., Patelis, A., Metaxiotis, K., Nikolopoulos, K., & Assimakopoulos, V. (2003). SFTIS: A decision support system for tourism demand analysis and forecasting. *Journal of Computer Information Systems*, 44(1), 21-32.
- Prideaux, B. (2000). The role of the transport system in destination development. *Tourism Management*, 21(1), 53–63.
- Ritchie, J. B., & Crouch, G. I. (2003). *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. Cabi.
- Samimi, A. J., Sadeghi, S., & Sadeghi, S. (2011). Tourism and Economic Growth in Developing Countries : P-VAR Approach. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 10(1), 28–32.
- Samuelson, L. (Ed.). (1992). *Microeconomic theory*. Kluwer-Nijhoff.
- Santana-Gallego, M., Ledesma-Rodriguez, F. J., & Perez-Rodriguez, J. V. (2010). Exchange rate regimes and tourism. *Tourism Economics*, 16(1), 25–43.
- Schiff, A., & Becken, S. (2011). Demand elasticity estimates for New Zealand tourism. *Tourism Management*, 32(3), 564-575.
- Sinclair, M. T. (1998). Tourism and economic development: A survey. *The journal of development studies*, 34(5), 1-51.

- Smeral, E. (1994). Economic models. *Tourism marketing and management handbook*, 2, 497-503.
- Soemardjan, S. (1974). Pariwisata dan Kebudayaan. *Prisma*, 1, 56-60.
- Song, H., & Li, G. (2008). Tourism demand modelling and forecasting-A review of recent research. *Tourism Management*, 29(2), 203–220.
- Song, H., Li, G., Witt, S., & Fei, B. (2016). Tourism demand modelling and forecasting: how should demand be measured? *Tourism Economics*, 16(1), 63–81.
- Spillane, J. J. (2001). *Ekonomi Pariwisata*. Jakarta: Penerbit Kanisius.
- Stabler Mike, J., Papatheodrou, A., & Sinclair, M. T. (2010). *The Economics of Tourism*, London and New York.
- Stabler, M. J., Papatheodorou, A., & Sinclair, M. T. (2009). *The economics of tourism*. Routledge.
- Subanti, S. (2011). *Analisis Permintaan Pariwisata Di Kabupaten Semarang (Studi Empiris Di Obyek Wisata Alam Dan Sejarah)*(Doctoral dissertation, Program Pascasarjana Undip).
- Sukirno, S. (2006). *Teori Pengantar Ekonomi Makro*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Utami, R. C., & Hartono, D. (2016). Analisis Daya saing Harga Pariwisata Indonesia: Pendekatan Elastisitas Permintaan. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, Vol. 11 No, 93–118.
- Vanhove, N. (2005). *The Economics of Tourism Destinations*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann
- Vogt, M. G., & Wittayakorn, C. (1998). Determinants of the demand for Thailand's exports of tourism. *Applied Economics*, 30(6), 711-715.
- World Tourism and Trade Center. (2017). *Tourism towards 2030/Global Overview*. Madrid, Spain: UNWTO, <http://www.unwto.org>.
- Yoeti, O. A. (2008). *Ekonomi pariwisata: Introduksi, informasi, dan implementasi*. Jakarta (ID): Kompas.
- <http://www.bps.go.id/> Diakses 1 Mei 2018
- <http://www.worldbank.go.id/> Diakses 5 Mei 2018

Lampiran 1

Hasil Estimasi Two Stages Least Square

reg lnEG lnTAHat lnEMP lnGFCF lnLEB lnSCHOOL resid

Source	SS	df	MS	Number of obs =	43
				F(6, 36)	= 4052.82
Model	7.06946582	6	1.1782443	Prob > F	= 0.0000
Residual	.010465998	36	.000290722	R-squared	= 0.9985
				Adj R-squared	= 0.9983
Total	7.07993181	42	.168569805	Root MSE	= .01705

lnEG	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]
lnTAHat	0.1204111	0.0340355	3.54	0.000	.1483701 .2078798
lnEMP	0.0515225	0.0184761	2.79	0.005	.0160046 .065037
lnGFCF	.1623896	0.00864	25.87	0.000	.1403803 .1642648
lnLEB	1.619996	0.7435277	2.18	0.029	.1163285 1.404691
lnSCHOOL	-.0689784	0.0965708	-0.71	0.075	-.20222 .0104495
resid	.0275642	.0183356	1.50	0.041	-.0096222 .0647505
_cons	4.483935	2.194778	18.80	0.000	5.642944 9.545642

reg lnTA lnEG lnER lnCPI

Source	SS	df	MS	Number of obs =	43
				F(3, 39)	= 579.03
Model	50.5721964	3	16.8573988	Prob > F	= 0.0000
Residual	1.13541013	39	.02911308	R-squared	= 0.9780
				Adj R-squared	= 0.9764
Total	51.7076065	42	1.23113349	Root MSE	= .17063

lnTA	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]
lnEG	3.32898	.2945743	11.30	0.000	2.733147 3.924813
lnER	-.9336164	.1162317	-8.03	0.000	.6985156 1.168717
lnCPI	-1.122022	.1769814	-6.34	0.000	-1.480001 -.7640434
_cons	4.479497	4.890564	9.16	0.000	-54.68707 -34.90287