

DETERMINAN ARUS PARIWISATA INTERNASIONAL

KE INDONESIA

SKRIPSI

*Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang*



Oleh :

Elfandi Syaputra

NIM. 20060081/2020

DEPARTEMEN ILMU EKONOMI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2025

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

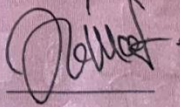
*Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi
Departemen Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Negeri Padang*

DETERMINAN ARUS PARIWISATA INTERNASIONAL KE INDONESIA

Nama : Elfandi Syaputra
NIM/TM : 20060081 /2020
Departemen : Ilmu Ekonomi
Keahlian : Ekonomi Publik
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Padang, Februari 2025

Tim Penguji :

No	Jabatan	Nama	Tanda Tangan
1.	Ketua	: Dr. Muhammad Irfan, S.E, M.Si	1. 
2.	Anggota	: Dr. Joan Marta, S.E, M.Si	2. 
3.	Anggota	: Mike Triani, S.E., M.M.	3. 

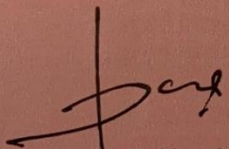
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

DETERMINAN ARUS PARIWISATA INTERNASIONAL KE INDONESIA

Nama : Elfandi Syaputra
BP / NIM : 2020 / 20060081
Keahlian : Ekonomi Publik
Departemen : Ilmu Ekonomi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

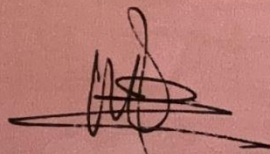
Padang, Februari 2025

Mengetahui,
Kepala Departemen Ilmu Ekonomi,



Dr. Novya Zulfa Riani, SE, M.Si
NIP. 19711104 200501 2 001

Disetujui dan Disahkan Oleh :
Pembimbing,



Dr. Muhammad Irfan, SE, M.Si
NIP. 19770409 200312 1 002

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Elfandi Syaputra
NIM / Tahun Masuk : 20060081 / 2020
Tempat / Tanggal Lahir : Solok / 04 Juni 2002
Departemen / Keahlian : Ilmu Ekonomi / Ekonomi Publik
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Judul Skripsi : Determinan Arus Pariwisata Internasional ke Indonesia
No. HP : 081261621090

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis (skripsi) saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (sarjana), baik di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang maupun Program Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan orang lain, kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat oranglain yang telah ditulis atau dipublikasikan kecuali secara eksplisit dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis/skripsi ini sah apabila telah ditanda tangani asli oleh Tim Pembimbing, Tim Penguji dan Ketua Jurusan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelara akademik yang telah diperoleh karena karya tulis/skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Padang, 8 Mei 2025
Yang Menyatakan



Elfandi Syaputra
NIM. 20060081

ABSTRAK

Elfandi Syaputra (20060081): Determinan Arus Pariwisata Internasional ke Indonesia. Skripsi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang. Dibawah bimbingan Bapak Dr. Muhammad Irfan S.E.,M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Gross Domestic Product (GDP) perkapita, Jarak, Jumlah Populasi, Nilai Tukar, Adopsi Digital terhadap arus pariwisata internasional ke Indonesia. Metode yang digunakan adalah analisis data panel dengan Model Efek Tetap (*Fixed Effect Model* atau *FEM*). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah arus pariwisata, variabel independen GDP perkapita, Jarak, Jumlah Populasi, Nilai Tukar dan Adopsi Digital. Hasil penelitian ini menunjukkan GDP per kapita dan jumlah populasi berpengaruh positif signifikan terhadap arus pariwisata internasional ke Indonesia, nilai tukar memiliki pengaruh positif signifikan terhadap arus pariwisata internasional ke Indonesia, sedangkan jarak memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap arus pariwisata internasional ke Indonesia, adopsi digital memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap arus pariwisata internasional ke Indonesia.

Kata kunci: Arus Pariwisata Internasional, GDP per kapita, Jarak, Jumlah Populasi, Nilai tukar, Adopsi Digital.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian dengan judul “Determinan Arus Pariwisata Internasional ke Indonesia” yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata Satu (S1) Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Padang.

Dalam proses pembelajaran yang penulis alami selama ini memberikan kesan dan makna mendalam bahwa ilmu dan pengetahuan yang dimiliki penulis masih sangat terbatas. Bimbingan dan bantuan serta saran dari berbagai pihak yang diperoleh penulis dapat mempermudah dalam proses pembelajaran ini.

Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Teristimewa dan terhormat kepada orang tua dan keluarga tercinta yang telah memberikan cinta dan kasih sayang yang tak terhingga serta do'a yang tak henti dilangitkan, dukungan, semangat, motivasi kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Perengki Susanto, SE, M.Sc, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan fasilitas-fasilitas dan izin dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Novya Zulva Riani, SE., M.Si selaku Kepala Departemen Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

4. Bapak Dr. Muhammad Irfan, SE, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan banyak pelajaran, motivasi, kritik dan saran yang sangat berharga bagi penulis dalam pembuatan skripsi ini di waktu yang diinginkan.
5. Bapak Dr. Joan Marta S.E.,M.Si selaku dosen penguji 1 yang telah memberikan motivasi dan saran-saran kepada penulis yang membangun guna menjadikan skripsi ini lebih baik lagi.
6. Ibu Mike Triani, SE, MM selaku dosen penguji 2 yang telah memberikan motivasi dan saran-saran kepada penulis yang membangun guna menjadikan skripsi ini lebih baik lagi.
7. Bapak dan Ibu Dosen departemen Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
8. Kak Asma Lidya, AMd selaku admin departemen Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah membantu penulis dalam hal pengurusan administrasi.

Masih banyak pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan namanya, oleh karena itu penulis memohon maaf dan semoga bantuan, bimbingan, masukan serta arahan yang telah diberikan kepada peneliti mendapatkan pahala dan balasan dari Allah SWT. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih.

Padang, 14
Januari 2025

Elfandi Syaputra

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
BAB I PENDAHULUAN	2
A. Latar Belakang	2
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN TEORI.....	17
A. Landasan Teori.....	17
B. Penelitian Terdahulu.....	29
C. Kerangka Konseptual	36
D. Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Jenis Penelitian.....	40
B. Tempat dan Waktu Penelitian	40
C. Jenis dan Sumber Data	40
D. Definisi Operasional Variabel.....	41
E. Teknik Pengumpulan Data	44
F. Teknis Analisis Data	45
G. Pemilihan Model	48
H. Penguji Asumsi Klasik	50
I. Pengujian Keberartian Model Regresi	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	57

A. Hasil penelitian	57
1. Analisis Deskriptif.....	57
2. Analisis Induktif.....	70
B. Pembahasan	80
1. Pengaruh GDP perkapita (X1) terhadap Permintaan Pariwisata Internasional (Y) ke Indonesia.....	80
2. Pengaruh Jarak (X2) terhadap Permintaan Pariwisata Internasional (Y) ke Indonesia.....	82
3. Pengaruh Jumlah Populasi (X3) terhadap Permintaan Pariwisata Internasional (Y) ke Indonesia.....	85
4. Pengaruh Nilai Tukar (X4) terhadap Permintaan Pariwisata Internasional (Y) ke Indonesia	87
5. Pengaruh Adopsi Digital (X5) terhadap Permintaan Pariwisata Internasional (Y) ke Indonesia.....	90
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	93
A. Kesimpulan	93
B. SARAN.....	95
DAFTAR PUSTAKA.....	99
LAMPIRAN	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	37
--------------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Asing	5
Tabel 1. 2 Faktor – faktor yang mempengaruhi permintaan pariwisata internasional ke Indonesia (2019)	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2. 1 Daftar Penelitian Terdahulu	30
Tabel 4. 1 Hasil Statistik Deskriptif.....	57
Tabel 4. 2 Hasil Statistik Deskriptif.....	57
Tabel 4. 3 Hasil Uji Chow.....	71
Tabel 4. 4 Hasil Uji Multikolinearitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 6 Hasil Estimasi Fix Effect Model (FEM).....	75

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor dengan perkembangan tercepat di dunia. Dalam beberapa tahun terakhir, jumlah wisatawan internasional dan pendapatan dari sektor ini terus meningkat. Pariwisata berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja dan peluang bisnis, membantu jutaan orang keluar dari kemiskinan, dan meningkatkan kesejahteraan keluarga.

Selain itu, pariwisata termasuk sektor sosial-ekonomi yang sangat tangguh dalam menghadapi krisis dan dapat berfungsi sebagai katalisator untuk perlindungan lingkungan, pelestarian budaya, serta memperkuat perdamaian dan rekonsiliasi dunia (UNWTO, 2017). Sektor ini berperan penting sebagai sumber pendapatan bagi banyak negara.

Berdasarkan penelitian World Tourism and Travel Council (WTTC) yang melibatkan 185 negara dan 25 wilayah, terungkap bahwa pada tahun 2018, sektor pariwisata memberikan kontribusi sebesar US\$ 8,8 triliun atau 10,40% dari GDP global, serta menciptakan 319 juta lapangan

kerja atau 10% dari total tenaga kerja global, termasuk menyumbang 20% dari total lapangan kerja baru secara global. Pengeluaran untuk sektor ini juga tercatat jauh lebih tinggi dibandingkan dengan pengeluaran untuk bisnis, yaitu 78,5%

berbanding 21,5%. Selain itu, ekspor barang dari sektor pariwisata mencapai 6,5% dari total ekspor global dan 27,2% dari total ekspor jasa global (WTTC, 2019).

Sektor pariwisata adalah salah satu sektor unggulan dan berpotensi besar di Asia Tenggara. Hal ini terlihat dari adanya perjanjian bebas visa bagi negara-negara ASEAN yang ditandatangani oleh perwakilan ASEAN pada 25 Juni 2006. Perjanjian ini bertujuan untuk meningkatkan arus wisatawan di kawasan Asia Tenggara, sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi negara-negara ASEAN, terutama di wilayah Asia Tenggara, secara efektif dan efisien.

Pariwisata, baik di negara maju maupun berkembang, merupakan sektor yang potensial dan sangat diperhatikan oleh pemerintah. Hal ini juga berlaku di negara-negara Asia Tenggara, yang memiliki berbagai sumber daya alam dan budaya yang beragam. Keunikan dari faktor geografis dan sosial di wilayah ini memberikan potensi besar yang layak untuk dikembangkan secara optimal (Gunawan et al., 2016)

Kontribusi sektor ini terhadap PDB regional mencapai 12,30% (Rencana Strategis Pariwisata ASEAN 2016–2025, 2015). Selain itu, menurut Pacific Asia Travel Association (PATA), Asia Tenggara adalah kawasan dengan pertumbuhan wisata tercepat di dunia pada tahun 2016. Dengan pesatnya perkembangan pariwisata di Asia, Asia Tenggara kini menjadi salah satu destinasi wisata paling menarik, sehingga sektor pariwisata dianggap sebagai salah satu penyumbang utama pendapatan dan lapangan kerja di negara-negara kawasan ini.

Khusus di Indonesia, sejak tahun 2000 sub sektor pariwisata telah memberikan sumbangan yang tidak kecil pada perekonomian nasional. Penerimaan

devisa maupun jumlah wisatawan mancanegara mengalami kenaikan sejak tahun 2000 sampai 2018. Menurut laporan BPS untuk kurun waktu 14 tahun pertama (2000-2014), rata-rata kenaikan devisa adalah 6,66%, sementara pertumbuhan wisatawan mancanegara adalah 6,50% per tahun. Devisa tertinggi diperoleh pada tahun 2008, yakni sebesar US\$ 7.347,60 juta dengan jumlah wisatawan mancanegara sebanyak 6.234.497 orang. Jika dibandingkan dari tahun sebelumnya, tahun 2007 penerimaan devisa mengalami kenaikan 37% (dari US\$ 5.345,98 juta US), sementara untuk jumlah wisatawan asing tumbuh hanya 13% (dari 5.505.759 orang). Laporan yang sama untuk kurun waktu 2015-2018, kenaikan tertinggi baik untuk penerimaan devisa maupun jumlah wisatawan mancanegara terjadi pada tahun 2018, yakni diperoleh penerimaan devisa sebesar US\$ 19,29 milyar dan jumlah wisatawan mancanegara sebanyak 15.810.305 orang. Jika dibandingkan dari tahun sebelumnya, tahun 2017 penerimaan devisa mengalami kenaikan sebesar US \$ 4,05 milyar (26%) dari jumlah devisa sebesar US \$ 15,24 milyar. Sementara untuk jumlah wisatawan mancanegara tumbuh sebesar 1.770.506 orang (12,61%), dari 14.039.799 orang pada tahun 2017 menjadi 15.810.305 orang pada tahun 2018.

Kemenparekraf (2020) melaporkan bahwa pada tahun 2019, Indonesia menerima 14,98 juta wisatawan mancanegara yang menghasilkan devisa sebesar USD 20,6 miliar, Malaysia menjadi negara dengan jumlah wisatawan terbanyak, yaitu lebih dari 2,9 juta orang. Disusul oleh negara-negara tetangga seperti Singapura, dan Australia. Selain itu, wisatawan dari negara-negara Asia, Amerika, dan Eropa

yang berjarak cukup jauh, seperti China, Jepang, India, Korea Selatan, Inggris, dan Amerika Serikat, juga berkontribusi signifikan dalam jumlah kunjungan..

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Asing

Negara Asal Wisatawan	Jumlah Kunjungan Wisatawan	
	2010	2019
Malaysia	1.171.737	2.980.753
china	511.188	2.072.079
Singapura	1.206.360	1.934.445
Australia	769.585	1.386.803
India	159.373	657.300
Jepang	416.151	519.623
Amerika Serikat	177.677	457.832
Inggris	192.335	397.624
Perancis	160.913	283.814
Jerman	144.411	277.653
Filipina	171.181	260.980
Belanda	158.957	215.287
Total	5.535.928	11.832.509
Total Negara Lainnya	1.067.145	3.193.614

Sumber : Badan Pusat Statistik (data diolah)

Tabel di atas memberikan gambaran dari perkembangan jumlah permintaan pariwisata ke Indonesia pada tahun 2010 dan 2019 dari 12 sumber negara asal wisatawan. Pemilihan 12 negara sebagai objek penelitian didasarkan pada kontribusi dominan mereka terhadap kunjungan wisatawan ke Indonesia, sebagaimana ditunjukkan dalam data. Pada tahun 2019, wisatawan dari 12 negara ini menyumbang sebanyak 11.832.509 kunjungan, atau sekitar 78,76% dari total kunjungan wisatawan

sebesar 15.026.123 Sebagai perbandingan, kelompok total negara lainnya hanya mencatat 3.193.614 kunjungan, atau 21,24%

Pertumbuhan kunjungan wisatawan dari 12 negara ini juga signifikan, meningkat dari 5.535.928 pada tahun 2010 menjadi 11.832.509 pada tahun 2019, menunjukkan peningkatan sebesar 113,74%. Negara-negara seperti Malaysia, China, dan Singapura menjadi penyumbang terbesar, masing-masing mencatat lebih dari 1 juta kunjungan pada tahun 2019, dengan Malaysia mencapai 2.980.753 kunjungan, diikuti oleh China dengan 2.072.079 kunjungan, dan Singapura dengan 1.934.445 kunjungan. Selain itu, Australia, India, dan negara-negara Eropa seperti Inggris, Jerman, dan Perancis juga menunjukkan tren peningkatan yang stabil, mengindikasikan pasar yang penting dan terus berkembang.

Pemilihan ini juga mencakup keragaman geografis, melibatkan negara-negara dari Asia (seperti Malaysia, China, dan Jepang), Oseania (Australia), Eropa (Inggris, Perancis, dan Jerman), dan Amerika Utara (Amerika Serikat), yang memberikan cakupan yang luas terhadap perilaku wisatawan dari berbagai latar belakang. Sebagian besar negara ini memiliki hubungan strategis dengan Indonesia, baik secara geografis, ekonomi, maupun budaya. Misalnya, Malaysia dan Singapura memiliki kedekatan geografis, sementara China dan Jepang merupakan mitra dagang utama. Negara-negara ini menunjukkan kontribusi signifikan dan potensi pertumbuhan yang tinggi, menjadikannya pilihan yang relevan dan strategis untuk penelitian pariwisata ke Indonesia.

Tabel di bawah ini menyajikan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi arus pariwisata ke Indonesia

Tabel 1.2 Faktor – faktor yang mempengaruhi permintaan pariwisata internasional ke Indonesia (2019)

Negara Asal Wisatawan	Jumlah Penduduk (juta jiwa)	GDP perkapita (US Dollar)	Kurs Mata Uang Negara Asal (Rupiah)	Jarak Negara Asal ke Indonesia (mil)	Pengguna Internet (%)
	2019	2019	2019	2019	2019
Malaysia	32.8	11.132	3.400	734.76	84.2
china	1.408	10.143	2.100	3243.34	64.1
Singapura	5.7	66.081	10.500	555.11	88.9
Australia	25.23	51.868	9.700	3352.37	93.6
India	1.383	2.050	190	3109.05	29.5
Jepang	126.6	40.415	140	3595.78	92.7
Amerika Serikat	328.3	65.120	13.900	10163.51	89.4
Inggris	66.84	42.662	18.300	10139.05	92.5
Perancis	67.3	40.495	15.600	7196.30	83.3
Jerman	83	46.805	15.600	6700.18	88.1
Filipina	110.3	3.414	275	1731.08	43
Belanda	17.3	52.476	15.600	7058.92	93.3

Sumber : World Bank, Bank Indonesia, Distance kalkulator (data diolah)

Ahli-ahli ekonomi telah lama mencoba memahami perilaku konsumen untuk arus wisatawan internasional melalui model-model permintaan. Persamaan gravitasi untuk aliran perdagangan adalah salah satu model empiris paling sukses dalam ekonomi dan telah lama memainkan peran sentral dalam literatur perdagangan (Anderson, 2011). Model gravitasi pada umumnya telah digunakan sebagai formulasi yang populer untuk menjelaskan perdagangan internasional, dan untuk memodelkan

aliran wisatawan bilateral digunakan cara yang sama dengan pemodelan aliran-aliran perdagangan.

Model gravitasi sering digunakan untuk memprediksi arus perdagangan dan permintaan pariwisata internasional, mempertimbangkan faktor-faktor seperti Produk Domestik Bruto (PDB) per kapita, jarak geografis, nilai tukar, serta jumlah penduduk dari negara asal wisatawan.

Hubungan gravitasi ini diadaptasi oleh Jan Tinbergen pada tahun 1962 untuk menjelaskan aliran perdagangan internasional. Persamaan Tinbergen menggambarkan “aliran” antara negara asal dan negara tujuan (ekspor dalam nilai moneter) sebagai variabel dependen yang merupakan fungsi positif dari ukuran ekonomi relatif (PDB) negara asal dan tujuan. Persamaan ini dibagi dengan jarak antara negara asal dan negara tujuan (biasanya diukur dalam kilometer antara ibu kota masing-masing negara) dan kemudian dikalikan dengan sebuah konstanta yang mencerminkan tingkat kesulitan atau kemudahan transaksi antara kedua negara tersebut (Salette & Tinbergen, 1962).

Karena pariwisata dianggap sebagai jenis perdagangan jasa khusus, pergerakan internasional wisatawan dianalisis melalui pendekatan model gravitasi pada awal kemunculan nya (Burden & Silberman, 1972) penelitian oleh (Morley et al., 2014) mengembangkan formulasi yang lebih kompleks dalam menerapkan model gravitasi dalam pariwisata di mana arus antar dua negara digunakan sebagai fungsi dari faktor-faktor yang saling terkait mencakup sektor publik dan swasta.

Berdasarkan teori model gravitasi klasik yang berkonsep pada pariwisata mengasumsikan bahwa negara dengan ukuran ekonomi yang besar dan jarak antar destinasi nya yang dekat mampu mengirimkan lebih banyak wisatawan nya untuk berkunjung ke luar negeri.

Namun, berdasarkan tabel 1.2 data yang saya peroleh tidak sepenuhnya sesuai dengan teori dasar model gravitasi klasik. Sebagai contoh, Singapura memiliki GDP per kapita sebesar 66.081 USD, lebih tinggi dibanding Malaysia yang hanya 11.132 USD. Selain itu, jarak Singapura ke Indonesia lebih dekat, yaitu 555,11 mil, sedangkan Malaysia berjarak 734,76 mil. Berdasarkan model gravitasi, jumlah wisatawan dari Singapura seharusnya lebih besar, tetapi dalam kenyataannya, Malaysia justru menjadi salah satu penyumbang wisatawan terbesar ke Indonesia. Hal serupa terjadi pada China dan Jepang. China memiliki GDP per kapita sebesar 10.143 USD, lebih rendah dibanding Jepang yang mencapai 40.415 USD. Meskipun jarak China ke Indonesia lebih dekat, yaitu 3.243,34 mil dibandingkan Jepang yang berjarak 3.595,78 mil, jumlah wisatawan dari China jauh lebih tinggi dibanding Jepang. Selain itu, negara-negara seperti Amerika Serikat, Inggris, dan Jerman memiliki GDP per kapita yang tinggi tetapi jumlah wisatawan yang lebih sedikit, kemungkinan karena jarak yang sangat jauh dari Indonesia.

Ketidaksesuaian ini menunjukkan bahwa model gravitasi yang hanya berbasis GDP dan jarak belum sepenuhnya menjelaskan variasi jumlah wisatawan yang datang ke Indonesia. Oleh karena itu, diperlukan faktor ekonomi tambahan untuk meningkatkan akurasi model. Salah satu faktor yang dapat dipertimbangkan adalah

jumlah populasi negara asal. Negara dengan populasi yang lebih besar memiliki potensi jumlah wisatawan yang lebih tinggi. China, dengan populasi 1,4 miliar jiwa, mengirimkan lebih banyak wisatawan ke Indonesia dibanding Jepang yang hanya memiliki 126,6 juta jiwa, meskipun GDP per kapita China lebih rendah.

Faktor lain yang perlu diperhatikan adalah nilai tukar mata uang terhadap Rupiah. Kurs yang lebih lemah dapat meningkatkan biaya perjalanan bagi wisatawan dan mempengaruhi keputusan mereka untuk bepergian. India memiliki kurs 190 Rupiah per USD, yang jauh lebih lemah dibanding Malaysia dengan kurs 3.400 Rupiah per USD. Perbedaan ini dapat menjadi hambatan bagi wisatawan India untuk datang ke Indonesia karena biaya perjalanan yang lebih mahal dalam mata uang mereka.

Selain itu, tingkat adopsi digital juga berpengaruh dalam keputusan wisatawan untuk bepergian. Negara dengan tingkat penetrasi internet yang tinggi cenderung memiliki akses informasi dan perencanaan perjalanan yang lebih mudah. Korea Selatan memiliki tingkat penggunaan internet tertinggi sebesar 96,2%, diikuti oleh Australia sebesar 93,6% dan Jepang sebesar 92,7%. Sebaliknya, India memiliki tingkat penggunaan internet terendah sebesar 29,5%, yang dapat menjadi hambatan dalam perencanaan perjalanan wisata ke luar negeri. Dengan semakin berkembangnya teknologi digital, akses terhadap informasi wisata, pemesanan tiket, serta rekomendasi destinasi melalui platform digital menjadi faktor penting dalam mendorong arus wisatawan internasional.

Dengan mempertimbangkan faktor tambahan seperti populasi, nilai tukar mata uang, dan tingkat adopsi digital, model gravitasi dapat memberikan hasil yang lebih akurat dalam menganalisis permintaan pariwisata internasional ke Indonesia.

Pada penjelasan diatas peneliti termotivasi untuk meneliti apakah model gravitasi mempengaruhi arus pariwisata di Indonesia dengan menggunakan variabel – variabel seperti Produk DomestikBruto (PDB), Jarak, Populasi, Nilai Tukar, dan Adopsi Digital. Variabel-variabel ini diharapkan dapat menggambarkan bagaimana model gravitasi mempengaruhi arus pariwisata di Indonesua. Sebagai hasilnya, penelitian ini berjudul “DETERMINAN ARUS PARIWISATA INTERNASIONAL KE INDONESIA”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disajikan diatas, maka rumusan masalah yang akan di teliti adalah

1. Sejauh mana Produk Domestik Bruto (PDB) per kapita dapat mempengaruhi arus pariwisata internasional ke Indonesia ?
2. Sejauh mana jarak antara negara tujuan dengan negara asal mempengaruhi arus pariwisata internasional ke Indonesia ?
3. Sejauh mana Jumlah populasi dapat mempengaruhi arus pariwisata internasional ke Indonesia ?
4. Sejauh mana nilai tukar dapat mempengaruhi arus pariwisata internasional ke Indonesia?

5. Sejauh mana Adopsi Digital dapat mempengaruhi arus pariwisata internasional ke Indonesia ?
6. Sejauh mana pengaruh Produk Domestik Bruto (PDB), Jarak, Kepadatan penduduk, Nilai tukar, dan Adopsi digital dapat mempengaruhi arus pariwisata internasional ke Indonesia ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang di uraikan diatas, maka didapatkannya tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui pengaruh dari Produk Domestik Bruto (PDB) per kapita terhadap arus pariwisata internasional ke Indonesia
2. Untuk mengetahui pengaruh dari jarak antar negara terhadap arus pariwisata internasional ke Indonesia
3. Untuk mengetahui pengaruh jumlah populasi terhadap arus pariwisata internasional ke Indonesia
4. Untuk mengetahui pengaruh nilai tukar terhadap arus pariwisata internasional ke Indonesia
5. Untuk mengetahui pengaruh Adopsi Digital terhadap arus pariwisata internasional ke Indonesia
6. Untuk mengetahui pengaruh Produk Domestik Bruto (PDB) per kapita, Jarak, Jumlah Populasi, Nilai tukar, dan Adopsi digital terhadap arus pariwisata internasional ke Indonesia

D. Manfaat Penelitian**1. Bagi peneliti**

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengetahuan, terutama dalam bidang ekonomi pembangunan. Selain itu, diharapkan juga dapat melengkapi studi mengenai arus pariwisata suatu wilayah dengan menyajikan persamaan model gravitasi sebagai faktor-faktor yang memengaruhinya.

2. Bagi akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang terkait dengan arus pariwisata

3. Bagi pengambil kebijakan

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi penting dalam mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi arus pariwisata. Dengan demikian, diharapkan dapat memahami unsur-unsur dan upaya terbaik untuk meningkatkan arus pariwisata suatu wilayah.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis determinan permintaan pariwisata internasional ke Indonesia selama periode 2000 sampai 2019, yang terdiri dari 12 negara asal wisatawan. Berdasarkan hasil analisis regresi data panel dengan menggunakan model *fixed effect model* serta deskripsi terhadap hasil penelitian antara variabel bebas dengan variabel terikat seperti yang telah dijabarkan diatas, maka ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa GDP perkapita (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap arus pariwisata internasional (Y) ke Indonesia. Artinya jika GDP perkapita di negara asal wisatawan meningkat maka permintaan akan pariwisata internasional ke Indonesia juga akan mengalami peningkatan. Begitupun sebaliknya jika GDP perkapita negara asal wisatawan mengalami penurunan maka permintaan pariwisata internasional juga akan menurun.
2. Selanjutnya, pada variabel jarak (X2) berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap arus pariwisata internasional (Y) ke Indonesia. Artinya jika jarak antara negara asal wisatawan dengan Indonesia semakin jauh maka hal ini akan mengurangi jumlah kunjungan wisatawan dari negara tersebut ke Indonesia. Begitupun sebaliknya jika jarak antara kedua negara ini semakin dekat maka permintaan pariwisata ke Indonesia juga akan meningkat.

3. Variabel jumlah populasi (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap arus pariwisata internasional (Y) ke Indonesia. Artinya jika populasi dari negara asal wisatawan meningkat maka permintaan pariwisata ke Indonesia juga akan mengalami peningkatan, begitu juga sebaliknya ketika jumlah populasi negara asal wisatawan ini menurun, maka permintaan akan pariwisata internasional ke Indonesia dari negara tersebut juga akan mengalami penurunan.
4. Variabel nilai tukar (X4) berpengaruh positif signifikan terhadap arus pariwisata internasional (Y) ke Indonesia. Jika nilai tukar mata uang negara asal wisatawan menguat maka permintaan pariwisata ke Indonesia juga akan meningkat.
5. Terakhir pada variabel adopsi digital (X5) memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap arus pariwisata internasional (Y) ke Indonesia. Artinya semakin tinggi persentase pengguna internet dari negara asal wisatawan maka permintaan akan pariwisata internasional ke Indonesia akan mengalami peningkatan, begitu sebaliknya jika pengguna internet dari negara asal wisatawan itu sedikit atau mengalami penurunan maka arus pariwisata internasional juga akan mengalami penurunan.

B. SARAN

Berdasarkan uraian dan pembahasan mengenai GDP perkapita, jarak, jumlah populasi, nilai tukar dan adopsi digital terhadap permintaan pariwisata internasional ke Indonesia maka saran yang diberikan adalah :

1. Pemerintah perlu meningkatkan dan memperhatikan potensi wisatawan dari negara dengan GDP per kapita tinggi, karena kemampuan finansial mereka cenderung meningkatkan permintaan pariwisata ke Indonesia. Kebijakan yang mendukung kemudahan akses bagi wisatawan internasional, seperti peningkatan fasilitas visa, promosi pariwisata yang lebih terfokus, serta perbaikan infrastruktur pariwisata, perlu dioptimalkan. Pelaku industri pariwisata juga disarankan untuk mempelajari preferensi wisatawan dari negara-negara tersebut agar dapat menawarkan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Selain itu, peningkatan kualitas layanan dan fasilitas di destinasi wisata menjadi langkah penting untuk memenuhi ekspektasi wisatawan internasional dengan daya beli tinggi.
2. Penguatan konektivitas transportasi udara, seperti penambahan rute penerbangan langsung dan pengurangan biaya transportasi, juga penting untuk mengatasi kendala jarak. Misalnya, Thailand yang memiliki jarak dekat namun jumlah kunjungan wisatawanannya ke Indonesia masih relatif sedikit, dapat menjadi target utama promosi wisata melalui penambahan rute penerbangan langsung dan kampanye pemasaran yang lebih terarah. Selain itu, pemerintah dan maskapai penerbangan dapat menjalin kerja sama untuk

membuka rute baru ke kota-kota potensial di negara lain yang belum memiliki akses langsung ke Indonesia, khususnya dari negara dengan GDP tinggi. Penurunan biaya transportasi, baik melalui subsidi atau insentif pajak untuk maskapai, dapat meningkatkan daya tarik Indonesia sebagai destinasi wisata. Di sisi lain, infrastruktur bandara di Indonesia juga perlu diperbaiki dan diperluas agar dapat menampung lebih banyak penerbangan internasional. Optimalisasi layanan bandara, seperti imigrasi yang efisien dan fasilitas yang ramah wisatawan, akan memberikan pengalaman positif yang meningkatkan daya tarik Indonesia di mata wisatawan internasional.

3. Stabilitas nilai tukar rupiah sangat penting untuk menjaga daya saing pariwisata internasional, didukung oleh promosi yang menonjolkan harga kompetitif saat rupiah melemah. Ketika nilai tukar rupiah lebih rendah dibandingkan mata uang negara asal wisatawan, hal ini dapat dimanfaatkan sebagai peluang untuk menarik wisatawan dengan menawarkan paket wisata yang terjangkau namun berkualitas. Pemerintah dan pelaku industri pariwisata dapat bekerja sama untuk memanfaatkan momentum tersebut melalui kampanye pemasaran global yang menonjolkan keunggulan harga kompetitif. Selain itu, upaya menjaga stabilitas nilai tukar secara umum, misalnya dengan kebijakan moneter yang tepat, dapat memberikan kepercayaan lebih besar kepada wisatawan internasional dalam merencanakan kunjungan mereka ke Indonesia. Di sisi lain, diversifikasi pasar wisata juga penting untuk mengurangi ketergantungan pada wisatawan dari negara tertentu, sehingga

dampak fluktuasi nilai tukar terhadap kunjungan wisatawan dapat diminimalkan.

4. Optimalisasi teknologi digital perlu ditingkatkan untuk memperluas pemasaran, mempermudah layanan, dan menyajikan informasi destinasi. Untuk negara dengan jarak jauh namun akses tinggi seperti Australia, pendekatan promosi melalui media digital dapat memperkuat daya tarik wisata Indonesia dan mendorong pertumbuhan permintaan pariwisata internasional. Pemerintah dan pelaku industri pariwisata dapat memanfaatkan platform digital seperti media sosial, situs web resmi, serta aplikasi perjalanan untuk menawarkan pengalaman virtual, seperti tur destinasi 360 derajat, yang memungkinkan wisatawan mendapatkan gambaran menarik sebelum melakukan perjalanan. Selain itu, implementasi teknologi berbasis AI untuk rekomendasi personalisasi, chatbot layanan pelanggan, dan sistem pembayaran digital yang aman dapat meningkatkan kenyamanan wisatawan.
5. Peningkatan kerja sama dengan platform perjalanan internasional seperti Booking.com, TripAdvisor, atau Agoda juga dapat membantu Indonesia menjangkau pasar yang lebih luas. Tidak hanya itu, promosi melalui influencer atau content creator yang memiliki audiens internasional dapat menjadi strategi efektif untuk menjangkau segmen wisatawan generasi muda yang aktif di dunia digital. Dengan memadukan pendekatan teknologi canggih dan strategi pemasaran digital yang kreatif, Indonesia dapat memperkuat posisinya sebagai destinasi wisata global yang modern dan mudah diakses.

6. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambahkan variabel-variabel lain yang diduga memengaruhi arus pariwisata internasional ke Indonesia, seperti tingkat inflasi, keamanan, daya tarik budaya, atau kemudahan akses visa. Penambahan variabel-variabel tersebut dapat memberikan pemahaman yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung. Selain itu, penelitian berikutnya juga disarankan untuk menggunakan data dengan cakupan waktu yang lebih panjang atau mencakup lebih banyak negara agar hasilnya lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Akter, H., et al. (2017). Tourism Demand in Bangladesh: Gravity Model Analysis. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 65(3), 346–360.
- Altaf, N. (2021). Modeling international tourist arrivals in India. *Tourism Planning & Development*. <https://doi.org/10.1080/21568316.2021.1887346>
- Ambarita, E. (2019). Strategi pengembangan pariwisata berkelanjutan di Indonesia. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 15(1), 23-35. <https://doi.org/10.1234/jpi.2019.0001>
- Anderson, J. E. (2011). The gravity model. *Annual Review of Economics*, 3(September 2011), 133–160. <https://doi.org/10.1146/annurev-economics-111809-125114>
- Baggio, R., & Baggio, JA (2012). Pemodelan asimetri informasi dalam pariwisata. Dalam *Asymmetric Tourism*.
- Blake, A., & Cortes-Jiménez, I. (2007). The Drivers of Tourism Demand in the UK. Christel DeHaan Tourism and Travel Research Institute, University of Nottingham
- Bozkurt, B., Coats, A. J., Tsutsui, H., Abdelhamid, M., Adamopoulos, S., Albert, N., Anker, S. D., Atherton, J., Böhm, M., Butler, J., Drazner, M. H., Felker, G. M., Filippatos, G., Fonarow, G. C., Fiuzat, M., Gomez-Mesa, J. E., Heidenreich, P., Imamura, T., Januzzi, J., ... Zieroth, S. (2021). Universal definition and classification of heart failure: A report of the Heart Failure Society of America, Heart Failure Association of the European Society of Cardiology, Japanese Heart Failure Society and Writing Committee of the Universal Definition of Heart Failure. *Journal of Cardiac Failure*, 27(4), 387–413. <https://doi.org/10.1016/j.cardfail.2021.01.022>
- Burden, G. C., & Silberman, J. (1972). Flows: A gravity model approach. *Scholar.Archive.Org*, 5(3).
- Destrian, R. (2018). Pengaruh pariwisata terhadap ekonomi lokal di Sumatera. *Jurnal Ekonomi Pariwisata*, 12(3), 45-58. <https://doi.org/10.5678/jep.2018.0002>
- Feriyanto, N. (2015). Ekonomi sumber daya manusia: Teori dan aplikasi.
- Gaetano, F. (2015). Modeling tourism flows through gravity models: A quantile regression approach. Munich Personal RePEc Archive, 64446.
- Ghani, A. (2016). The impact of tourism on economic development. *Journal of Tourism Studies*, 10(2), 45-60. <https://doi.org/10.1234/jts.2016.001>
- Giambona, F., Dreassi, E. and Magrini, A. (2018), “Tourism attractiveness in Italy: some empirical evidence comparing origin-destination flows”, paper presented at the 49th Scientific Meeting of the Italian Statistical Society, 20-22 June, Palermo, available at: <https://meetings3.sis-statistica.org/index.php/sis2018/49th> (accessed 10 March 2019)

- Goldfarb, A., & Tucker, C. (2019). Digital economics. *Journal of Economic Literature*, 57(1), 3–43. <https://doi.org/10.1257/jel.20171452>
- Guedes, A., Gouveia, SF, & Rebelo, J. (2022). The influence of virtual proximity and digital adoption on international tourism flows to Southern Europe. *Tourism Economics*, 29(6), 1643–1661. <https://doi.org/10.1177/13548166221116704>
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2013). *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Jakarta: Salemba Empat.
- Gunawan, AS, Djamhur, H., & Wi, MG (2016). Analisis Pengembangan Pariwisata Terhadap Sosial Ekonomi Masyarakat (Studi pada Wisata Religi Gereja Puhsarang Kediri) . *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* , 32(1), 1-10.
- Hanafiah, & Harun (2010). "Tourism Demand in Malaysia; A cross-sectional pool time-series analysis"
- Hansen, W. G. (1959). How accessibility shapes land use. *Journal of the American Institute of Planners*, 25(2), 73-76. <https://doi.org/10.1080/01944365908978307>
- Hesse, M., & Rodrigue, J. P. (2004). The transport geography of logistics and freight distribution. *Journal of Transport Geography*, 12(3), 171–184. <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2003.12.004>
- Hoonsawat, R. (2016). Information searching: The case of tourism promoted through the Internet. *Global Economy Journal*, 16(1), 33–47. <https://doi.org/10.1515/gej-2014-0056>
- Ibragimov, K., Perles-Ribes, J. F., & Ramón-Rodríguez, A. B. (2022). The economic determinants of tourism in Central Asia: A gravity model applied approach. *Tourism Economics*, 28(7), 1749–1768. <https://doi.org/10.1177/13548166211009985>
- Kosnan, M., Abdullah, S., & Hassan, M. (2013). Penerapan model gravitasi dalam perdagangan internasional: Sebuah tinjauan. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Berkelanjutan*, 4 (13), 127-134.
- Krugman, P.R., Maurice, O., dan Melitz, M.J. 2012. *International Economic: Theory & Policy* Ninth Edition. United States of America: Addison-Wesley
- Kurniawati, P. (2017). No Title *ال تواصل» طفرة على تتغذى جرائم..الإلكتروني الابتزاز*. Universitas Nusantara PGRI Kediri, 01, 1–7.
- Linnemann, H. (1966). *An econometric study of international trade flows*. North-Holland Publishing Company.
- Maharani, AA, & Darmawan, A. (2018). Pengaruh Inflasi, Nilai Tukar dan Pertumbuhan Ekonomi Singapura terhadap Kunjungan Wisatawan Singapura di Indonesia. *Jurnal Administrasi Bisnis* , 56(1).
- Mankiw, NG (2007). *Prinsip-prinsip ekonomi* (edisi ke-4). Thomson South-Western.

- Mansur, DM, Sule, ET, Kartini, D., Oesman, YM, & Chamidah, N. (2020). Analisis eksplorasi faktor pengembangan layanan pariwisata digital penelitian kualitatif dengan metode tema analitik. *Jurnal ALTASIA*, 2 (1), 36-48.
- McIntosh, R. W., Goeldner, C. R., Wiley, J., & York, N. (2016). *TOURISM : PRINCIPLES , PRACTICE , PHILOSOPHIES*. 2016.
- Morley, C., Rosselló, J., & Santana-Gallego, M. (2014). Gravity models for tourism demand: Theory and use. *Annals of Tourism Research*, 48, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.05.008>
- Nikita, LA, Masinambow, VAJ, & Tolosang, KD (2017). Pengaruh Pendapatan Perkapita (Global) terhadap Jumlah Wisatawan Asing dan PDRB Sektor Pariwisata Sulawesi Utara. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 17(2), 13–24.
- Nopirin, E. (2015). *Ekonomi internasional* (Edisi ke-9). RajaGrafindo Persada
- Rahman, M., Goswami, GG, Chowdhury, MH, & Atique, MA (2024). Arus Wisatawan Australia: Pendekatan Model Gravitasi. *Keberlanjutan*, 16 (5740). <https://doi.org/10.3390/su16135740>
- Revenstein, E. G. (1889). The laws of migration. *Journal of the Statistical Society of London*, 52(2), 241-305. <https://doi.org/10.2307/2979333>
- Rosselló-Nadal, J., Waqas-Awan, A., & Santana-Gallego, M. (2020). New Insights into the Role of Personal Income in International Tourism. *Journal of Travel Research*, 00(0), 1-11. <https://doi.org/10.1177/0047287520907702>
- Salette, G., & Tinbergen, J. (1962). Shaping the world economy: Suggestions for an international economic policy. *Revue économique*, 16(5), 840. <https://doi.org/10.2307/3498790>
- Salvatore, D. (2013). *International economics* (11th ed.). United States of America: Wiley.
- Salvatore, D. 1997. *Ekonomi Internasional*. Jakarta: Erlangga
- Sarwoko, R., Raharti, R., Ridwan, D., & Agustina, D. (2020). Pendekatan Model Gravitasi untuk Mengestimasi Permintaan Pariwisata di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 6(2), 163-188.
- Seetaram, N., Forsyth, P., & Dwyer, L. (2016). Measuring price elasticities of demand for outbound tourism using competitiveness indices. *Annals of Tourism Research*, 56, 65–79. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.10.004>
- Sheldon, P. J., & Var, T. (1985). Tourism forecasting: A review of empirical research. *Journal of Forecasting*, 4(2), 183–195. <https://doi.org/10.1002/for.3980040207>
- Sunyoto, D. (2014). *Ekonomi Pembangunan* (Edisi ke-3). Salemba Empat.
- Suvena, I. K., & Widyatmaja, I. W. (2017). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*.
- Todaro, Michael P. and Stephen C. Smith. (2014). *Economic Development* 12th edition. The Pearson Series In Economics.

Ulucak, R., Yücel, A. G., & İlkay, S. Ç. (2020). Dynamics of tourism demand in Turkey: Panel data analysis using gravity model. *Tourism Economics*, 26(8), 1394–1414. <https://doi.org/10.1177/1354816620901956>