Permintaan Pariwisata Indonesia dari Tujuh Negara ASEAN Tahun 2005-2019

Analisis Regresi Data Panel

(Indonesia's Tourism Demand from Seven ASEAN Countries in 2005-2019: Regression Analysis of Panel Data)

Madeline Elfriede Pasaribu^{1*}, Atik Maratis Suhartini²

^{1,2}Politeknik Statistika STIS

Jl. Otto Iskandardinata No. 64 C Jakarta Timur

E-mail: ¹211709803@stis.ac.id, ²atik@stis.ac.id

ABSTRAK

Sektor pariwisata bagi Indonesia memiliki pengaruh yang cukup besar di mana sektor ini berperan sebagai *core economy* dan memiliki keunggulan dengan adanya *multiplier effect* yang tinggi dan perannya sebagai *invisible export*. Sektor ini mampu menyumbang pemasukan lebih dari 4 persen terhadap PDB nasional dan devisa yang cenderung meningkat. Kawasan ASEAN merupakan salah satu wilayah yang mendatangkan wisatawan mancanegara terbanyak ke Indonesia dengan tren positif selama periode 2005-2019, namun pertumbuhannya fluktuatif. Oleh karena itu penelitian ini bermaksud untuk menganalisis variabel apa saja yang berpengaruh terhadap permintaan pariwisata asal ASEAN mengingat adanya kedekatan historis dan geografis. Analisis regresi data panel dengan metode estimasi FEM SUR menunjukkan bahwa pendapatan per kapita, harga minyak bumi dan keterbukaan perdagangan berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan permintaan pariwisata dari tujuh negara ASEAN ke Indonesia. Sementara harga relatif tidak berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan pariwisata tersebut.

Kata kunci: pariwisata, ASEAN, data panel.

ABSTRACT

The tourism sector in Indonesia has considerable influence due to this sector as *core economy*, has enough high multiplier effect and its role as an *invisible export*. This sector is able to contribute more than 4 percent of income to national GDP and the foreign exchange that tends to increase. ASEAN region is one of the regions that brings most foreign tourists to Indonesia with positive trend during 2005-2019 period, but its growth fluctuative. This paper aims to analyze variables that influences tourism demand from ASEAN due to proximity in historical and geographical. Panel data regression analysis using FEM SUR estimation method shows that per capita income, oil prices and trade openness have a significant effect on increasing tourism demand from seven ASEAN countries to Indonesia. Meanwhile, the relative price has no significant effect on the tourism demand.

Keywords: tourism, ASEAN, panel data.

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan sektor dengan pertumbuhan paling cepat. Berdasarkan data dari *United Nations World Tourism* (UNWTO) dalam *website* <https://www.unwto.org/>, pada tahun 2019 kunjungan wisatawan di seluruh dunia mencapai 1,4 miliar kunjungan dengan total penerimaan 1,46 miliar USD. Tidak hanya itu, pariwisata juga menyumbangkan 9 persen dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB) dunia dan setiap 1 dari 11 orang yang bekerja merupakan pekerja pada sektor pariwisata. UNWTO juga menduga bahwa pada tahun 2030, kedatangan wisatawan akan meningkat menjadi 1,8 miliar kunjungan.

Kedatangan wisatawan mancanegara di Indonesia sendiri menunjukkan tren yang positif pada sepuluh tahun terakhir. Pada tahun 2005 kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia hanya sebesar 5 juta kunjungan, namun pada tahun 2019 kunjungan wisatawan mancanegara meningkat menjadi 14,9 juta kunjungan dengan rata-rata pertumbuhan 8,33 persen. Rata-rata pertumbuhan ini lebih tinggi dibandingkan pertumbuhan wisatawan di dunia yang hanya sebesar 4,43 persen. Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024 bahkan menargetkan pada tahun 2024, kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia akan meningkat menjadi 30 juta kunjungan dan Indonesia dapat menjadi destinasi wisata terbaik di ASEAN.

Menteri Pariwisata, Dr. Ir. Arief Yahya M.Sc, menyampaikan bahwa sektor pariwisata menjadi *core economy* bagi Indonesia karena memberikan sumbangan devisa yang besar. Hal ini disampaikan dalam Transformation Seminar Series-III Unpad pada tahun 2019 (<https://feb.unpad.ac.id>). Peranan pariwisata sebagai *core economy* ini pun tertuang dalam tujuan RPMJN 2020-2024 yang menargetkan devisa sektor pariwisata menjadi 40 juta USD. Selain itu, peran pariwisata terhadap perekonomian Indonesia dapat terlihat dari kontribusi pariwisata terhadap PDB nasional yang selalu konsisten berada di atas 4 persen sepanjang tahun 2015 hingga 2019 meski beberapa kali sempat mengalami penurunan.

Tabel 1. Kontribusi pariwisata tahun 2005-2019

Tahun	Kontribusi Pariwisata terhadap PDB Nasional
(1)	(2)
2015	4.25%
2016	4.13%
2017	5.00%
2018	5.25%
2019	4.8%

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS), 2019.

Sektor pariwisata juga sering disebut sebagai *invisible export* karena kemampuannya untuk mengumpulkan nilai devisa. Keunggulan sektor pariwisata lainnya ialah memiliki *multiplier effect* yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan pekerjaan (Kemenparekraf, 2018). Pariwisata memiliki efek *multiplier* karena kunjungan wisatawan melibatkan seluruh industri barang dan jasa selama di destinasi wisata.

Indonesia jelas memiliki peluang untuk meningkatkan perekonomian Indonesia. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2020) menuliskan bahwa Indonesia memiliki indeks daya saing pariwisata yang terus mengalami peningkatan dimana tahun 2015 berada di peringkat 50, tahun 2017 meningkat menjadi peringkat 42, dan terakhir pada tahun 2019 peringkat 30 berdasarkan peringkat yang dibuat oleh *World Economic Forum* (WEF). RPJMN menargetkan Indonesia mampu menempati peringkat 30 besar pada tahun 2023. Berdasarkan pemaparan tersebut, perlu dilakukan kajian lebih dalam agar sektor pariwisata internasional ini dapat dimanfaatkan sebaik mungkin sehingga tujuan yang tertuang dalam RPJMN tersebut dapat tercapai.

Sumber: BPS (2019), diolah.

Gambar 1. Jumlah kedatangan wisatawan mancanegara ke Indonesia tahun 2005-2019.

Secara umum, kunjungan wisatawan mancanegara dari keenam belahan dunia menunjukkan tren yang positif dengan kawasan Asia Pasifik dan ASEAN sebagai bagian negara dengan kunjungan wisatawan tertinggi. Gambar 1 memperlihatkan bahwa hingga tahun 2015, ASEAN selalu menempati posisi pertama sebagai pengunjung terbanyak ke Indonesia tetapi di tahun-tahun berikutnya didominasi oleh Asia Pasifik. Meskipun begitu, apabila diperhatikan pada tahun 2019 di saat Asia Pasifik mengalami penurunan kunjungan yang cukup signifikan kawasan ASEAN justru mengalami peningkatan. Negara Malaysia dan Singapura yang

merupakan bagian dari ASEAN juga selalu menempati posisi tiga besar sebagai negara yang mendatangkan wisatawan mancanegara terbanyak ke Indonesia. Kawasan ASEAN dapat menjadi penyumbang wisatawan terbanyak ke Indonesia dapat disebabkan karena adanya kedekatan historis dan geografis, kekuatan mata uang, serta biaya perjalanan yang rendah (Pratomo, 2009). Semakin dekat historis dan geografis antar negara, maka akan semakin besar kedatangan wisatawannya. Semakin besar pendapatan sebuah negara, maka akan meningkatkan perjalanan wisata ke negara lain.

Sumber: BPS (2019), diolah.

Gambar 2. Kedatangan wisatawan dan pertumbuhan wisatawan mancanegara dari tujuh negara ASEAN tahun 2005-2019

Wisatawan asal ASEAN menunjukkan peningkatan setiap tahunnya, namun bila dilihat dari pertumbuhan kedatangan wisatawan asal kawasan ini tidaklah selalu mengalami peningkatan. Pertumbuhan wisatawan dari kawasan ASEAN dapat dikatakan cukup berfluktuasi. Hal ini terlihat dari Gambar 2, di mana pada tahun 2010 sampai dengan 2016 pertumbuhan wisatawan dari ASEAN menunjukkan perlambatan pertumbuhan pada saat jumlah kedatangan wisatawan meningkat. Hal yang sama juga terlihat di tahun 2019, kedatangan wisatawan yang meningkat diikuti dengan perlambatan pertumbuhan. Kondisi ini berbeda dengan kedatangan wisatawan mancanegara di mana ketika kedatangan wisatawan meningkat, pertumbuhan juga cenderung menunjukkan peningkatan. Berdasarkan hal ini terlihat bahwa meskipun wisatawan asal ASEAN cenderung menunjukkan peningkatan setiap tahunnya namun pertumbuhan wisatawan cenderung menunjukkan perlambatan yang dapat menggambarkan bahwa minat wisatawan asal negara ini mulai menurun.

Dalam mencapai tujuan pariwisata sebagaimana yang dituangkan di RPJMN, maka Indonesia perlu memperhatikan secara khusus mengenai apa saja yang perlu dilakukan untuk meningkatkan permintaan kunjungan wisatawan mancanegara, mengingat sektor ini mampu menopang perekonomian negara. Ramos, *et. al* (2017) menunjukkan bahwa pendapatan riil (PDB ADJK), harga relatif pariwisata, dan harga substitusi ASEAN signifikan memengaruhi permintaan pariwisata dari ASEAN ke Thailand. Kedatangan wisatawan ASEAN ke Indonesia memiliki potensi besar untuk dikembangkan, mengingat jumlahnya yang selalu

meningkat meskipun memiliki pertumbuhan yang fluktuatif. Selain itu, wisatawan ASEAN juga memiliki kelebihan berupa kedekatan historis dan geografis serta perizinan kunjungan yang lebih mudah karena bebas visa. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk melihat faktor apa saja yang mempengaruhi permintaan pariwisata dari negara ASEAN sehingga diharapkan dapat membantu dalam pembuatan kebijakan-kebijakan. Adapun faktor yang dimaksud adalah pendapatan per kapita, biaya perjalanan, keterbukaan perdagangan dan harga relatif.

METODE

Penelitian ini menggunakan regresi data panel untuk melihat pengaruh dari variabel pendapatan, keterbukaan perdagangan, harga relatif pariwisata, dan harga minyak bumi sebagai *proxy* dari biaya perjalanan terhadap kedatangan wisatawan dari tujuh negara ASEAN ke Indonesia. Adapun tujuh negara yang dimaksudkan adalah Malaysia, Singapura, Thailand, Filipina, Brunei Darussalam, Vietnam dan Myanmar. Periode yang digunakan adalah sepanjang tahun 2005 hingga 2019.

Data panel merupakan data gabungan yang terdiri dari *cross section* dan *timeseries* di saat bersamaan. Kelebihan dari data panel seperti yang diungkapkan oleh (Gujarati, 2004) yaitu mampu memperhitungkan heterogenitas unit-unit secara eksplisit dan memberikan data yang lebih informatif. Adapun prosedur yang perlu dilakukan pada saat melakukan regresi data panel adalah sebagai berikut:

1. Pembentukan model CEM, FEM, dan REM
Common Effect Model (CEM) merupakan model yang paling sederhana dengan pendekatan metode *Ordinary Least Squares (OLS)* dan tidak memperhitungkan heterogenitas baik individu ataupun waktu dari data yang telah dikumpulkan. *Fixed Effect Model (FEM)* merupakan model dengan intersep antar individu berbeda namun bersifat *time invariant*. *Random Effect Model (REM)* merupakan model yang mengasumsikan tidak terdapat korelasi antara variabel independen terhadap residual dan residual individu bersifat heteroskedastik.
2. Melakukan pengujian formal untuk memutuskan model terbaik. Uji formal yang perlu dilakukan antara lain:
 - a. Uji Chow yang bertujuan untuk menentukan apakah model FEM lebih baik dibandingkan model CEM. Apabila hasil uji diperoleh keputusan tolak H_0 , maka model FEM lebih baik dibandingkan model CEM.
 - b. Uji Hausman dilakukan apabila diperoleh keputusan tolak H_0 pada uji chow. Uji ini bertujuan untuk membandingkan model yang terbaik antara FEM dan REM.
 - c. Uji Breusch-Pagan Lagrange Multiplier (BP-LM) bertujuan untuk menentukan apakah model REM lebih baik dibandingkan model CEM.
3. Pemeriksaan struktur matriks varians-kovarians apabila model yang terpilih adalah model FEM. Adapun uji yang perlu dilakukan adalah sebagai berikut:
 - a. Uji LM untuk melihat apakah struktur varians kovarians dari residual bersifat heteroskedastik atau homoskedastik. Apabila diperoleh keputusan tolak H_0 maka residual bersifat heteroskedastik maka menggunakan estimasi *Generalized Least Squares (GLS)*/*Weighted Least Squares (WLS)*. Bila gagal tolak H_0 maka estimasi yang digunakan adalah OLS.
 - b. Uji λ_{LM} untuk melihat keberadaan *cross-sectional correlation*. Bila diperoleh keputusan tolak H_0 maka terdapat *cross-sectional correlation*. Bila hasil uji LM dan λ_{LM} adalah tolak H_0 maka dalam membentuk persamaan digunakan estimasi *Feasible Generalized Least Squares Seemingly Unrelated Regression (FGLS SUR)*.
4. Pengujian asumsi klasik
 - a. Apabila menggunakan estimasi OLS maka perlu dilakukan uji asumsi normalitas, homoskedastisitas, non-autokorelasi dan non-multikolinearitas.
 - b. Apabila GLS maka hanya perlu dilakukan pengujian asumsi normalitas dan nonmultikolinearitas.
5. Uji keberartian model melalui *Rsquared*, uji simultan dan uji parsial.
6. Analisis dan interpretasi

Data dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang dikumpulkan dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan *World Bank*. Penelitian ini hanya melibatkan tujuh negara dari ASEAN dengan periode 2005 sampai 2019 karena keterbatasan data. Selain itu ketujuh negara ini merupakan negara dengan kedatangan wisatawan terbanyak dari ASEAN ke Indonesia.

Permintaan pariwisata memiliki perbedaan dengan teori ilmu ekonomi pada umumnya. Perbedaan ini terlihat di mana pada permintaan pariwisata, barang bebas pun diperoleh melalui pengorbanan (Yoeti, 2008). Beberapa pendekatan dapat dilakukan untuk menggambarkan permintaan pariwisata seperti pengeluaran wisatawan, lama tinggal wisatawan, dan jumlah kedatangan wisatawan. Penelitian ini menggunakan jumlah kedatangan wisatawan sebagai *proxy* dari permintaan wisatawan mancanegara dari tujuh negara ASEAN. Pendekatan ini mengikuti penelitian terdahulu seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Ibrahim (2011), Puah dkk (2018), serta Takahashi (2020).

Salah satu faktor terpenting seseorang untuk melakukan perjalanan wisata adalah pendapatannya. Semakin tinggi pendapatan dari suatu negara, kemungkinan seseorang untuk melakukan perjalanan wisata pun semakin tinggi (Utama, 2016). Sehingga, pada penelitian ini diduga bahwa pendapatan akan berpengaruh secara positif terhadap permintaan pariwisata. Pariwisata pada umumnya dikategorikan sebagai barang mewah apabila saat pendapatan meningkat menyebabkan perjalanan wisata pun meningkat (Pratomo, 2009). Namun, pariwisata juga dapat dikatakan sebagai barang inferior apabila pariwisata tersebut termasuk murah dan padat (Tobing, 2018). PDB per kapita mampu menggambarkan pendapatan wisatawan yang datang ke suatu daerah tujuan wisata sebagaimana penelitian-penelitian terdahulu seperti penelitian yang dilakukan oleh Mariyono (2017) serta Tan dkk (2002).

Harga merupakan faktor penting lainnya dalam permintaan. Pada permintaan pariwisata, harga dibedakan menjadi dua yaitu biaya perjalanan dan biaya tinggal wisatawan (Witt&Witt, 1992). Harga relatif pariwisata dapat digunakan sebagai *proxy* dari biaya tinggal wisatawan asing di mana harga relatif ini mampu menunjukkan harga dari barang dan jasa yang dikonsumsi oleh wisatawan asing. Harga yang dimaksudkan merupakan biaya hidup atau biaya tinggal di suatu negara tujuan dibandingkan negara asal, dengan kata lain hal ini menunjukkan seberapa banyak barang yang harus ditahan oleh seseorang di negara asalnya untuk dapat membeli barang di negara tujuan wisata. Peneliti ini menggunakan pendekatan berupa rasio dari IHK negara Indonesia terhadap IHK negara asal. Berikut ini penghitungan harga relatif sebagaimana yang dilakukan oleh (Pratomo, 2009), (Ibrahim, 2011), serta (Massidda dan Etzo, 2012). Harga relatif ini diduga akan berpengaruh secara negatif terhadap permintaan pariwisata, sebagaimana dari bukti empiris yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu.

$$RP_{i,t} = \frac{IHK_{i,t}}{IHK_{j,t}} \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:

$RP_{i,t}$ = Harga relatif negara tujuan tahun ke- t .

$IHK_{i,t}$ = Indeks Harga Konsumen Indonesia tahun ke- t

$IHK_{j,t}$ = Indeks Harga Konsumen negara asal tahun ke- t .

Selanjutnya biaya perjalanan merupakan biaya yang perlu dibayarkan oleh wisatawan saat ingin mencapai daerah tujuan wisatanya. Pendekatan yang cukup populer untuk menangkap biaya perjalanan dengan menggunakan pendekatan *crude oil price* atau harga minyak bumi seperti penelitian yang dilakukan oleh Habibi dan Rahim (2009), Agiomirgianakis dan Sfakianakis (2014), serta Tanjung dkk (2017). Secara umum, di saat biaya perjalanan meningkat, kunjungan wisatawan akan turut mengalami penurunan. Namun, mungkin saja terjadi pada saat biaya perjalanan meningkat akan menyebabkan kedatangan wisatawan meningkat. Hal ini dapat terjadi apabila daerah destinasi wisata dekat dengan negara asal wisatawan seperti penelitian Tanjung dkk (2017). Berdasarkan hal tersebut, maka biaya perjalanan dapat diduga berpengaruh secara positif atau pun negatif terhadap permintaan pariwisata.

Keterbukaan perdagangan diduga mampu meningkatkan pariwisata karena dengan semakin terbukanya perdagangan antar negara, maka perjalanan bisnis pun turut meningkat. Wisatawan yang datang ke Indonesia memiliki alasan yang beragam, salah satunya adalah karena keperluan bisnis. (Tobing, 2018) dalam penelitiannya menemukan bahwa intensitas perdagangan memiliki pengaruh terhadap permintaan wisatawan masuk ke wilayah ASEAN. Penelitian yang dilakukan oleh (Ibrahim, 2011) serta Habibi dan Rahim (2009) menunjukkan bahwa keterbukaan perdagangan berpengaruh signifikan terhadap permintaan pariwisata. Penelitian ini menduga bahwa keterbukaan perdagangan akan berpengaruh terhadap peningkatan permintaan pariwisata dari tujuh negara ASEAN ke Indonesia. Adapun rumus dari keterbukaan perdagangan adalah sebagai berikut:

$$TO_{i,t} = \frac{EX_{i,t} + IM_{i,t}}{GDP_t} \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan:

$TO_{i,t}$ = Keterbukaan perdagangan antara negara tujuan dengan negara asal tahun ke- t .

$EX_{i,t}$ = Ekspor antar negara tujuan dengan negara asal tahun ke- t

$IM_{j,t}$ = Impor antar negara tujuan dengan negara asal tahun ke- t .

$GDP_{j,t}$ = Pendapatan Domestik Bruto negara tujuan pada tahun ke- t .

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kawasan ASEAN merupakan salah satu kawasan yang mendatangkan wisatawan terbanyak ke Indonesia. Kunjungan wisatawan dari negara ASEAN menunjukkan tren positif di mana pada awal periode penelitian yaitu tahun 2005 terdapat 2,1 juta kunjungan dan pada akhir periode penelitian di tahun 2019 wisatawan dari ASEAN meningkat hingga 5,7 juta kunjungan. Rata-rata kedatangan wisatawan dari kawasan ASEAN selama periode penelitian adalah 3,5 juta kunjungan dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 7,35 persen.

Sumber: BPS (2019, diolah)

Gambar 3. Kedatangan wisatawan dari tujuh negara ASEAN ke Indonesia pada tahun 2005-2019

Gambar 3 menunjukkan bahwa secara umum kedatangan wisatawan dari tujuh negara ASEAN cenderung mengalami tren positif. Malaysia dan Singapura menjadi dua negara teratas dari ASEAN yang menjadi penyumbang wisatawan terbesar ke Indonesia dengan rata-rata kunjungan 1,45 juta dan 1,52 juta kunjungan. Brunei Darussalam merupakan negara dengan rata-rata kunjungan terendah yaitu sebesar 21 ribu kunjungan.

Penelitian ini menggunakan regresi data panel untuk pembentukan model. Setelah dilakukan uji formal didapatkan bahwa model *fixed effect* adalah yang terbaik dibandingkan kedua model lainnya, yaitu *random effect* dan *common effect*. Selanjutnya perlu dilakukan uji struktur varians kovarians dan terlihat bahwa residual dari model bersifat heteroskedastik dan terdapat *cross sectional correlation*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *fixed effect model* dengan FGLS SUR adalah yang terbaik untuk menggambarkan model penelitian.

Sumber: Hasil pengolahan dengan Eviews.

Gambar 4. Uji asumsi normalitas menggunakan Jarque-Berra.

Sebelum dilakukan interpretasi lebih lanjut, perlu dilakukan uji asumsi pada model terbentuk. Pada model *fixed effect* dengan FGLS SUR, asumsi yang perlu terpenuhi adalah asumsi normalitas dan asumsi nonmultikolinearitas. Berdasarkan Gambar 4, terlihat bahwa hasil statistik uji dari Jarque-Bera adalah sebesar 0,2113 dengan nilai *p-value* sebesar 0,8999. Nilai *p-value* yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan keputusan yang diperoleh adalah gagal tolak H_0 sehingga dengan tingkat signifikansi 0,05 dapat dipercayai bahwa asumsi normalitas sudah terpenuhi.

Tabel 2. Nilai VIF

Variabel	VIF
(1)	(2)
Ln_GDPCAP	1,3576
RP	1,5625
TO	1,6286
TC	1,0832

Sumber: Hasil pengolahan dengan Eviews

Selanjutnya perlu dilakukan uji nonmultikolinearitas dengan menggunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Asumsi nonmultikolinearitas terpenuhi apabila nilai VIF dari setiap variabel bebas tidak lebih dari 10. Berdasarkan Tabel 2 terlihat bahwa nilai VIF dari masing-masing variabel berada pada rentang 1 atau dengan kata lain kurang dari 10 sehingga asumsi nonmultikolinearitas pun terpenuhi yang menunjukkan bahwa tidak ada korelasi antar variabel bebas. Pada regresi data panel dengan metode FGLS SUR, tidak perlu dilakukan pemeriksaan asumsi homoskedastisitas karena metode tersebut telah mengakomodir permasalahan heteroskedastisitas.

Tabel 3. Ringkasan *output* model *fixed effect* dengan FGLS SUR.

Variable	Coefficient	Std. Error	t-stat	Prob.
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Variabel Dependen : lnTA				
C*	-9,356095	0,8929	-10,4788	0,0000
ln_GDPCAP*	2,371370	0,0897	26,4359	0,0000
RP	0,001470	0,0015	0,9687	0,3352
TO*	0,098647	0,0240	4,1102	0,0001
HMB*	0,001636	0,0008	1,9896	0,0495
Adjusted R-squared				0,9872
F-statistic				804,1238
Prob (F-statistic)				0,0000

Sumber: Hasil pengolahan dengan Eviews.

Berdasarkan ringkasan *output* tersebut maka dapat dibentuk model estimasi sebagai berikut:

$$\ln \widehat{TA}_{it} = (-9,3561 + \hat{\alpha}_i) + 2,3714 \ln GDPCAP_{it}^* + 0,0015 RP + 0,09867 TO_{it}^* + 0,0016 HMB_{it}^* \dots \dots \dots (3)$$

*signifikan pada 5 persen

Keterangan:

α_i = intersep individu/negara;

ln = logaritma natural;

TA_{it} = kedatangan wisatawan mancanegara dari negara ASEAN ke-i pada tahun t ke Indonesia.

$GDPCAP_{it}$ = Pendapatan per kapita untuk negara ASEAN ke-i pada tahun ke- t ;

RP_{it} = Harga relatif untuk negara ASEAN ke-i pada tahun ke- t ;

TO_{it} = Keterbukaan perdagangan antara Indonesia dengan negara ASEAN ke-i pada tahun ke- t ;

HMB_{it} = Harga minyak bumi sebagai pendekatan dari biaya perjalanan untuk negara ASEAN ke-i pada tahun ke- t ke Indonesia;

i = individu yaitu tujuh negara ASEAN;

t = periode waktu penelitian yaitu tahun 2005-2019.

Berdasarkan Tabel 3 terlihat bahwa pendapatan per kapita, keterbukaan perdagangan dan harga minyak bumi berpengaruh terhadap kedatangan wisatawan dari tujuh negara ASEAN ke Indonesia pada taraf signifikan 5 persen. Sementara, harga relatif pariwisata tidak berpengaruh terhadap kedatangan wisatawan dari tujuh negara ASEAN ke Indonesia. Model yang terbentuk ini telah mampu menjelaskan variasi dari kedatangan wisatawan tujuh negara ASEAN sebesar 98,72 persen sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model.

Harga relatif merupakan *proxy* dari biaya tinggal wisatawan selama di negara tujuan dimana harga ini berpengaruh terhadap daya beli wisatawan asing. Pada penelitian ini, harga relatif terlihat berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kedatangan wisatawan dari tujuh negara ASEAN. Hal ini mungkin saja dapat terjadi karena apabila dilihat standar hidup dari beberapa negara ASEAN memang cenderung lebih tinggi dibandingkan Indonesia.

Pendapatan per kapita berpengaruh secara positif terhadap permintaan pariwisata di mana hal ini sejalan dengan teori permintaan. Teori permintaan sendiri menyebutkan bahwa permintaan akan meningkat di saat pendapatan meningkat. Selain itu hasil penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ibrahim, 2011) serta Puah dkk (2018). Nilai koefisien regresi yang lebih dari 1 ini menunjukkan bahwa pariwisata Indonesia termasuk dalam kategori *luxury good*. Berdasarkan hal ini, Indonesia dapat melakukan promosi lebih lagi terkhususnya terhadap negara-negara ASEAN yang memiliki pendapatan tinggi meningkat semakin tinggi pendapatan per kapita mampu meningkatkan permintaan pariwisata.

Keterbukaan perdagangan juga berpengaruh secara positif terhadap kedatangan wisatawan dari tujuh negara ASEAN. Keterbukaan perdagangan mampu mendorong peningkatan perjalanan bisnis ke Indonesia.

Hubungan perdagangan yang terjadi antara kedua negara menunjukkan semakin terbukanya informasi antara kedua negara yang juga turut menyebabkan ketertarikan dari calon wisatawan di negara asal. (Tobing, 2018) menyatakan bahwa intensitas perdagangan merupakan faktor yang signifikan untuk menarik wisatawan mancanegara berkunjung ke ASEAN. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ibrahim, 2011) serta Habibi dan Rahim (2009). Oleh karena itu, Indonesia perlu menjaga juga meningkatkan kerjasama antar negara ASEAN agar permintaan pariwisata tetap terjaga.

Selanjutnya adalah biaya perjalanan merupakan biaya yang diperlukan oleh wisatawan untuk tiba di negara kunjungannya. Biaya perjalanan pada penelitian ini didekati menggunakan harga minyak bumi. Variabel ini juga berpengaruh secara signifikan terhadap meningkatnya kedatangan wisatawan dari tujuh negara ASEAN ke Indonesia. Hasil penelitian ini sejalan dengan Tanjung dkk (2017) yang menunjukkan bahwa biaya perjalanan berperan positif terhadap kedatangan wisatawan dari Indonesia ke Malaysia. Kenaikan harga minyak bumi akan berdampak pada peningkatan biaya perjalanan wisatawan secara global. Apabila harga minyak dunia mengalami peningkatan, maka secara umum biaya perjalanan yang akan digunakan ke seluruh negara pun akan lebih mahal. Oleh karena itu, wisatawan akan mempertimbangkan untuk berkunjung ke daerah wisata yang lebih dekat agar biaya perjalanan yang dikeluarkan pun akan lebih murah dimana dalam penelitian ini wisatawan dari kawasan ASEAN akan lebih memilih untuk berwisata ke Indonesia dibandingkan negara lainnya, seperti negara Eropa atau Amerika.

Tabel 4. Intersep Tujuh Negara ASEAN

No	Negara	Effect
(1)	(2)	(3)
1	Malaysia	1.155885
2	Brunei Darussalam	-5.839546
3	Philippines	2.679029
4	Singapore	-2.785751
5	Thailand	0.105578
6	Vietnam	2.091143
7	Myanmar	2.593662

Sumber: Hasil Pengolahan Eviews

Pada *fixed effect model* terdapat efek individu yang menggambarkan heterogenitas yang dimiliki oleh masing-masing tujuh negara ASEAN. Hsiao (2003) menyebutkan bahwa efek individu menggambarkan penyimpangan atau deviasi dari individu ke-i terhadap rata-rata umumnya. Berdasarkan Tabel 4, terlihat bahwa Filipina merupakan negara dengan efek individu terbesar yaitu 2,6790 dan negara Brunei Darussalam merupakan negara dengan efek individu terkecil yaitu sebesar -5,8395. Apabila variabel lain dianggap konstan maka pertumbuhan permintaan wisatawan tertinggi akan berasal dari Filipina. Sementara, apabila variabel lain dianggap konstan maka pertumbuhan permintaan terendah akan berasal dari negara Brunei Darussalam.

KESIMPULAN

Secara umum kedatangan wisatawan dari tujuh negara ASEAN ke Indonesia cenderung mengalami peningkatan selama periode 2005 hingga 2019. Negara Malaysia dan Singapura merupakan dua negara yang mendatangkan wisatawan mancanegara tertinggi ke Indonesia selama periode tersebut. Sementara Brunei Darussalam merupakan negara dengan rata-rata kedatangan wisatawan terendah ke Indonesia. Selain itu, pendapatan per kapita, keterbukaan perdagangan dan harga minyak bumi yang digunakan sebagai pendekatan biaya perjalanan dari tujuh negara ASEAN akan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawannya ke Indonesia.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka kerjasama antar negara ASEAN dengan Indonesia perlu dijaga guna meningkatkan permintaan pariwisata. Selain itu, Indonesia dapat melakukan promosi-poromosi, terkhususnya untuk negara-negara yang memiliki pendapatan tinggi seperti Singapura, Malaysia dan Brunei Darussalam. Hal ini diharapkan mampu meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Agiomirgianakis, G. M., & Sfakianakis, G. (2014). Determinants of Tourism Demand in Greece: A panel data approach. *Ekonometria Econometrics*, 1, 15-26. doi:10.15611/ekt.2014.1.01
- BPS. (2008). *Statistik*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- BPS. (2010). *Statistik Indonesia*. Jakarta: BPS.
- BPS. (2016). *Statistik Indonesia*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Gujarati, D. N. (2004). *Econometric Analysis*. New York: McGraw-Hill.
- Habibi, F., & Rahim, K. A. (2009). A Bound Test Approach to Cointegration of Tourism Demand. *American Journal of Applied Sciences*, 6(11), 1924-1931.
- Ibrahim, M. A. (2011). The Determinants of International Tourism Demand for Egypt: Panel Data Evidence. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*(30), 50-58.
- Kemenparekraf. (2018). *Laporan Akhir Kajian Dampak Sektor Pariwisata terhadap Perekonomian Indonesia*. Jakarta: Kemenparekraf.
- Kemenparekraf. (2019). *Rencana Strategis 2020-2024*. Jakarta: Kemenparekraf.
- Mariyono, J. (2017). Determinants of Demand for Foreign Tourism in Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 18(1), 82-92.
- Massidda, C., & Etzo, I. (2012). The Determinants of Italian Domestic Tourism: A panel data analysis. *Tourism Management*, 33, 603-610.
- UNWTO. (2019). *International Tourism Highlights*. Madrid: UNWTO.
- Pratomo, D. S. (2009). Permintaan Pariwisata Indonesia: Studi Kasus Wisatawan Malaysia. *Journal of Indonesian Applied Economics*, 200-209.
- Puah, C.-H., Huan, S.-H., & Thien, F.-T. (2018). Determinants of Chinese demand for tourism in Malaysia. *Business and Economic Horizons*, 14(3), 501-512. doi:10.15208/beh.2018.36
- Takahashi, K. (2020). Comparing The Determinants of Tourism Demand in Singapore and French Polynesia: Applying the Tourism Demand Model to Panel Data Analysis. *Tourism Analysis*, 25, 175-181. doi:10.3727/108354220X15758301241585
- Tan, A. Y., McCahon, C., & Miller, J. (2002). Modeling Tourist Flows to Indonesia and Malaysia. *Journal of Travel & Tourism*, 13(1-2), 61-82. doi:10.1300/J073v13n01_05
- Tanjung, A. F., Thien, F.-T., Puah, C.-H., Brahmana, R. K., & Sianturi, R. H. (2017). Macroeconomics Determinants of Indonesia Tourism Demand in Malaysia. *Advanced Science Letters*, 23(4), 3159-3162.
- Tobing, C. R. (2018). Determinan Permintaan Pariwisata di ASEAN (Analisis Data Panel Dinamis 2000-2015). *DoReMa Jurnal Manajemen*, 13(1), 20-36.
- UNPAD, FEB. Arief Yahya : Sektor Pariwisata Menjadi Core Ekonomi Indonesia. Diakses tanggal 1 Maret 2021 melalui <https://feb.unpad.ac.id/arief-yahya-sektor-pariwisata-menjadi-core-ekonomi-indonesia/>
- UNWTO. Global And Regional Tourism Performance. Diakses tanggal 6 April 2021 melalui <https://www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance>
- Utama, I. G. (2016). *Pengantar Industri Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish.
- Vicente Ramos, Akarapong Untong & Mingsarn Kaosa-ard. (2017). ASEAN's intra-regional tourism demand to Thailand. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*. 22(9), 909-921.
- Witt, S., & Witt, C. (1992). *Modeling and Forecasting Demand in Tourism*. London: Academic Press.
- Yoeti, O. A. (2008). *Ekonomi Pariwisata*. Bandung: Angkasa.