

## Determinan Arus Pariwisata Internasional ke Indonesia

Elfandi Syaputra<sup>1</sup>, Muhammad Irfan<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang, Indonesia

\*Korespondensi: [elfandisaputra@gmail.com](mailto:elfandisaputra@gmail.com)

---

### Info Artikel

#### Diterima:

17 Februari 2025

#### Disetujui:

5 Maret 2025

#### Terbit daring:

16 Maret 2025

#### DOI: -

### Sitasi:

Syaputra, E. & Irfan, M. (2025).  
Determinan Arus Pariwisata  
Internasional ke Indonesia

### Abstract:

*This study aims to determine the influence of Gross Domestic Product (GDP) per capita, Distance, Population, Exchange Rate, and Digital Adoption on tourism flow to Indonesia. The method used in this research is panel data analysis with a Fixed Effect Model (FEM). The dependent variable in this study is tourism demand, while the independent variables are GDP per capita, Distance, Population, Exchange Rate, and Digital Adoption. The results of the study show that GDP per capita and Population have a significant positive influence on international tourism flow to Indonesia. The Exchange Rate has a significant negative influence on international tourism flow to Indonesia, whereas Distance has a negative but insignificant influence. Meanwhile, Digital Adoption has a positive but insignificant influence on international tourism flow to Indonesia.*

**Keywords:** Tourism flow, GDP per Capita, Distance, Population, Exchange Rate, Digital Adoption

### Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Gross Domestic Product (GDP) per kapita, 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 per kapita, 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 negatif 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, GDP per kapita, Jarak, Jumlah populasi, Nilai tukar, Adopsi digital

Kode Klasifikasi JEL: Z32, L83, P23

---

## PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor dengan perkembangan pesat yang berkontribusi besar terhadap perekonomian global. 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 WTTC (2019), sektor ini menyumbang 10,4% dari PDB global dan menciptakan 319 juta lapangan pekerjaan.

Di Asia Tenggara, sektor ini berkembang pesat, dengan kontribusi terhadap PDB regional mencapai 12,30% (Rencana Strategis Pariwisata ASEAN, 2015). 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.

Negara-negara di kawasan ini kini menjadi destinasi wisata utama, termasuk Indonesia. Hal ini sejalan dengan penelitian Gunawan et al. (2016) yang menunjukkan potensi besar sektor pariwisata di Asia Tenggara untuk dikembangkan lebih lanjut. 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.

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 Jumlah Kunjungan Wisatawan Asing ke Indonesia**

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
Korea Selatan	296.060	388.316
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 13 sumber negara asal wisatawan. Pemilihan 13 negara sebagai objek penelitian didasarkan pada kontribusi dominan mereka terhadap kunjungan wisatawan ke Indonesia, sebagaimana ditunjukkan dalam data. Pada tahun 2019, wisatawan dari 13 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.

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.

Model gravitasi digunakan untuk memprediksi arus perdagangan dan arus pariwisata internasional, tinggi rendahnya jumlah kunjungan wisatawan asing ke Indonesia biasanya diukur dengan faktor-faktor ekonomi dalam model gravitasi seperti PDB per kapita, jarak geografis, nilai tukar, dan jumlah populasi negara asal wisatawan. Jan Tinbergen (1962), yang pertama kali mengadopsi model gravitasi untuk menjelaskan aliran perdagangan internasional, juga mencatat bahwa faktor-faktor ekonomi dan jarak antar negara sangat menentukan hubungan perdagangan dan pariwisata. Penelitian oleh Burden & Silberman (1972) juga mengadopsi model gravitasi untuk pariwisata, yang menunjukkan bahwa arus wisatawan dapat diprediksi dengan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut.

Faktor-faktor utama dalam model gravitasi meliputi PDB per kapita, jarak geografis, jumlah populasi, dan nilai tukar. PDB per kapita mencerminkan pendapatan wisatawan, sedangkan

jarak berfungsi sebagai proksi biaya transportasi. Seetaram et al. (2016) menambahkan bahwa nilai tukar memengaruhi harga relatif dan permintaan, sementara Linnemann (1966) mengusulkan bahwa jumlah populasi menjadi indikator penting dalam model ini.

Adopsi digital adalah faktor baru dalam model gravitasi modern yang memengaruhi arus pariwisata. Indeks adopsi digital, yang mencakup sektor bisnis, pemerintah, dan masyarakat, menunjukkan bagaimana penggunaan internet dapat memengaruhi keputusan wisatawan. Penelitian oleh Hoonsawat (2016) menunjukkan bahwa penggunaan internet memungkinkan wisatawan untuk lebih mudah mengakses informasi dan merencanakan perjalanan. Di Indonesia, platform digital membantu menghubungkan wisatawan internasional dengan industri pariwisata, mengatasi hambatan jarak fisik dan memperluas model gravitasi tradisional. Mansur et al. (2020) juga menekankan pentingnya adopsi digital dalam memperluas arus pariwisata internasional dengan menciptakan peluang virtual bagi wisatawan.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti termotivasi untuk mengkaji apakah model gravitasi memengaruhi arus pariwisata ke Indonesia dengan menggunakan variabel-variabel seperti Produk Domestik Bruto (PDB), Jarak, Populasi, Nilai Tukar, dan Adopsi Digital. Variabel-variabel ini diharapkan dapat memberikan gambaran bagaimana model gravitasi memengaruhi arus pariwisata internasional ke Indonesia.

## TINJAUAN LITERATUR

### **Teori Perdagangan internasional**

Perdagangan internasional adalah pertukaran barang dan jasa antar negara yang dilakukan oleh penduduk suatu negara dengan negara lainnya berdasarkan kesepakatan bersama, yang dapat melibatkan individu atau pemerintah negara (Feriyanto, 2015). Perdagangan internasional muncul karena adanya perbedaan dalam permintaan (demand) dan penawaran (supply) antar negara, yang disebabkan oleh variasi dalam faktor produksi, kualitas, kuantitas, serta harga (Nopirin, 2015).

Perdagangan internasional antara dua negara muncul karena adanya perbedaan dalam permintaan (demand) dan penawaran (supply) yang bersaing (Nopirin, 2015). Perbedaan permintaan dalam perdagangan internasional juga dapat dijelaskan melalui teori permintaan, yang menyatakan bahwa jumlah barang atau jasa yang diminta oleh konsumen bergantung pada faktor-faktor seperti harga barang itu sendiri, pendapatan, preferensi, dan ketersediaan barang substitusi.

Teori permintaan pariwisata menjelaskan bahwa tingkat permintaan terhadap perjalanan wisata dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk harga, pendapatan, preferensi wisatawan, serta faktor eksternal seperti kebijakan perjalanan dan kondisi ekonomi global (Baum, 2017). Permintaan pariwisata sangat dipengaruhi oleh anggaran yang dimiliki individu, yang menjadi faktor utama dalam keputusan perjalanan wisata.

Model gravitasi dalam ekonomi mengadaptasi hukum gravitasi Newton, yang menyatakan bahwa dua objek saling tarik-menarik berdasarkan ukuran dan jarak antara keduanya. Dalam konteks ekonomi, model ini digunakan untuk menjelaskan perdagangan internasional, di mana faktor utama yang mempengaruhi interaksi antar negara adalah ukuran ekonomi (PDB per kapita) dan jarak geografis. Semakin besar PDB dan semakin dekat jarak antar negara, maka semakin besar volume perdagangan antar negara. Tinbergen (1962) mengembangkan model ini untuk menjelaskan arus perdagangan internasional, yang dapat dipahami sebagai daya tarik antar negara berdasarkan ukuran ekonomi dan jarak geografis.

Penerapan model gravitasi dalam pariwisata mengadaptasi prinsip yang sama, dengan menggantikan perdagangan barang dengan pergerakan wisatawan internasional. Faktor

utama yang mempengaruhi arus wisatawan antara negara asal dan tujuan adalah PDB per kapita dan jarak geografis. Selain itu, perkembangan teknologi digital juga memainkan peran penting dalam model gravitasi modern, memperkaya model dengan faktor non-fisik seperti adopsi digital yang mempermudah perencanaan perjalanan. Penelitian menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital dapat memengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih tujuan wisata, meningkatkan permintaan pariwisata internasional ke negara tujuan seperti Indonesia (Hoonsawat, 2016; Mansur et al., 2020).

### **Arus Pariwisata**

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pariwisata mencakup berbagai kegiatan wisata yang didukung oleh fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Pariwisata sebagai komoditas ekspor non-standar dapat dianalisis melalui teori penawaran dan permintaan, dengan penawaran pariwisata meliputi produk yang ditawarkan negara tujuan, seperti sumber daya alam, infrastruktur, transportasi, dan kondisi sosial budaya (McIntosh et al., 2016).

Permintaan pariwisata mengacu pada pergerakan wisatawan yang dipengaruhi oleh faktor ekonomi, seperti tingkat pendapatan, nilai tukar, dan kondisi ekonomi global. Model gravitasi dalam pariwisata, yang mengadaptasi konsep fisika, menjelaskan aliran wisatawan berdasarkan ukuran ekonomi atau populasi dan jarak antar lokasi. Model ini, yang pertama kali diperkenalkan oleh Tinbergen (1962), mengasumsikan bahwa interaksi antar daerah bergantung pada ukuran ekonomi masing-masing dan jarak di antara mereka, di mana semakin besar ekonomi dan semakin dekat jaraknya, semakin besar arus wisatawan yang terlibat.

### **Gross Domestic Product (GDP)**

Menurut Sunyoto (2014), Produk Domestik Bruto (PDB) atau Gross Domestic Product (GDP) merujuk pada jumlah total barang dan jasa yang diproduksi di dalam suatu negara selama periode tertentu. Hal ini mencakup semua output yang dihasilkan oleh faktor-faktor produksi, baik yang dimiliki oleh penduduk negara tersebut maupun yang dimiliki oleh penduduk asing yang berada di wilayah negara tersebut.

Teori model gravitasi dalam ekonomi menjelaskan interaksi antara dua negara berdasarkan dua faktor utama, yaitu ukuran ekonomi dan jarak geografis. Dalam hal ini, GDP per kapita berperan penting dalam menentukan volume perdagangan atau arus pariwisata antar negara. Semakin tinggi GDP per kapita suatu negara, semakin besar kemampuannya untuk menghasilkan pendapatan yang dapat digunakan untuk konsumsi, termasuk untuk tujuan pariwisata. Oleh karena itu, negara dengan GDP per kapita yang tinggi cenderung memiliki lebih banyak wisatawan yang berpotensi melakukan perjalanan internasional (Nikita et al., 2017).

### **Jarak**

Jarak dalam perdagangan merupakan proksi bagi biaya perjalanan (Krugman, 2012). Menurutnya, apabila jarak antara dua negara mitra dagang menjadi determinan penting dalam pola perdagangan secara geografis. Apabila jarak antara dua negara semakin jauh maka kegiatan perdagangan semakin kecil.

Dalam teori model gravitasi, jarak tidak hanya berperan dalam menentukan biaya transportasi, tetapi juga sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi besarnya arus perdagangan atau arus pariwisata antar negara. Artinya, semakin jauh jarak antar dua negara, semakin kecil potensi perdagangan atau arus pariwisata antara kedua negara tersebut

### **Jumlah Populasi**

Jumlah populasi merujuk pada total individu yang tinggal dalam suatu area geografis, seperti kota atau negara. Populasi suatu negara yang terus bertambah berpengaruh pada jumlah ekspor suatu komoditi melalui sisi penawaran maupun permintaan. Pada sisi permintaan berdampak pada meningkatnya jumlah permintaan akan suatu komoditi tertentu, sedangkan pada sisi penawaran berdampak pada bertambahnya jumlah tenaga kerja untuk melakukan produksi komoditi ekspor (Salvatore, 1997).

Dalam konteks permintaan pariwisata, jumlah populasi dapat mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan secara signifikan. Populasi yang lebih besar menciptakan pasar potensial yang lebih luas untuk industri pariwisata. Teori ini didukung oleh penelitian (Gaetano, 2015) yang menyatakan bahwa semakin besar populasi suatu negara, semakin tinggi pula permintaan akan pariwisata.

### **Nilai Tukar**

Nilai tukar, atau yang biasa disebut kurs, merujuk pada perbedaan nilai antara satu mata uang dengan mata uang lainnya. Dalam konteks perdagangan internasional, di mana setiap negara menggunakan mata uang yang berbeda, diperlukan suatu angka yang membandingkan nilai mata uang satu dengan yang lainnya, yang dikenal dengan istilah kurs valuta asing (Salvatore, 2008).

Teori Paritas Daya Beli (PPP) dan teori permintaan pariwisata menyatakan bahwa perubahan nilai tukar dapat memengaruhi daya beli wisatawan. Ketika mata uang negara asal wisatawan terdepresiasi sehingga biaya perjalanan ke Indonesia akan lebih terjangkau dan dapat mendorong peningkatan kedatangan wisatawan. Efek Substitusi Destinasi (Crouch, 1994), di mana wisatawan yang mengalami depresiasi nilai tukar lebih memilih negara dengan biaya perjalanan yang lebih rendah, seperti Indonesia, dibandingkan destinasi yang lebih mahal seperti Eropa atau Amerika. Hal ini diperkuat oleh Model Gravitasi dalam Pariwisata (Peng et al., 2014), yang menjelaskan bahwa depresiasi mata uang negara asal cenderung meningkatkan perjalanan wisata ke negara yang lebih terjangkau.

### **Adopsi Digital**

Adopsi digital memiliki pengaruh terhadap jumlah kunjungan wisatawan, Menurut teori gravitasi, hubungan antara pengguna internet dengan jumlah kunjungan wisatawan dapat dijelaskan melalui beberapa mekanisme yang mendukung dan memfasilitasi interaksi antarnegara, mirip dengan bagaimana ukuran ekonomi dan jarak mempengaruhi aliran perdagangan atau wisatawan.

Salah satu faktor utama yang berpotensi memengaruhi arus pariwisata internasional saat ini adalah perkembangan digitalisasi di negara asal serta akses terhadap platform digital. Faktor ini membantu mengurangi masalah ketidakseimbangan informasi (Baggio dan Baggio, 2013). Dengan memberikan kemudahan akses bagi calon wisatawan untuk mengetahui karakteristik destinasi, seperti layanan yang tersedia dan objek wisata, hal ini dapat menurunkan biaya pencarian (Goldfarb dan Tucker, 2019) dan mengatasi masalah seleksi yang merugikan.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dan kuantitatif asosiatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas (Independen) yaitu GDP per kapita, jarak, jumlah populasi, nilai tukar, adopsi digital terhadap variabel terikat (Dependen) yaitu Arus pariwisata internasional ke Indonesia. Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa data panel (*time series* dan *cross section*) dari *Badan Pusat Statistika (BPS)*, Bank Indonesia (BI) dan *World Bank*. Data yang digunakan merupakan data periode 2000-2019 terhadap 13 negara ke Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan dan menganalisis ada atau

tidaknya pengaruh antara variabel bebas (Independen) dengan variabel terikat (Dependen) dalam penelitian. Pendekatan penelitian ini dengan pendekatan kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka dan kemudian menggunakan analisis statistik untuk mengolah datanya. Berikut merupakan persamaan regresi data panel :

$$Y_{it} = \beta_0 + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \beta_3 X_{3it} + \beta_4 X_{4it} + \beta_5 X_{5it} + e_i$$

Dimana Arus Pariwisata sebagai Y,  $\beta_0$  merupakan konstanta,  $\beta_1$  adalah Koefisien Regresi GDP per kapita,  $\beta_2$  adalah koefisien regresi jarak,  $\beta_3$  adalah koefisien regresi jumlah populasi,  $\beta_4$  adalah koefisien regresi nilai tukar,  $\beta_5$  adalah koefisien regresi adopsi digital, X1 GDP per kapita, X2 jarak, X3 jumlah populasi, X4 nilai tukar, X5 adopsi digital dan  $e_i$  merupakan error.

Dalam penelitian yang dilakukan terdapat definisi operasional yaitu (1) Arus pariwisata mengacu pada pergerakan wisatawan dari satu lokasi ke lokasi lain, yang mencakup baik perjalanan domestik (dalam negeri) maupun internasional (antar negara). Arus ini tidak hanya melibatkan jumlah wisatawan yang berpindah tempat, tetapi juga memperhitungkan pola perjalanan, waktu kunjungan, durasi tinggal, dan tujuan dari perjalanan tersebut. Arus Pariwisata diukur dalam satuan jiwa. (2) Produk Domestik Bruto (PDB) adalah nilai total barang dan jasa yang diproduksi di dalam suatu negara selama periode tertentu. PDB per kapita menggambarkan perbandingan antara jumlah total PDB di suatu negara dibagi jumlah penduduk yang tinggal di negara tersebut. Ini berarti bahwa yang dimaksud dengan PDB mencakup output berupa barang dan jasa yang dihasilkan oleh faktor-faktor produksi, baik yang dimiliki oleh penduduk negara tersebut maupun oleh penduduk asing yang berada di negara itu secara geografis. Satuan yang digunakan dalam bentuk dollar. (3) Jarak didefinisikan sebagai jarak antara negara asal dan negara tujuan, diukur dalam mil. (4) Jumlah populasi merujuk pada total individu yang tinggal dalam suatu area geografis, seperti kota atau negara. Dalam konteks pariwisata, jumlah populasi dapat mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan secara signifikan. Pada penelitian ini menggunakan data jumlah populasi penduduk suatu negara yang tinggal di perkotaan. Satuan yang digunakan adalah jiwa. (5) Nilai tukar, yang sering disebut kurs, adalah perbedaan nilai antara mata uang dan mata uang lainnya. Satuan yang digunakan dalam bentuk rupiah. (6) Adopsi digital adalah proses memasukkan teknologi digital ke dalam kehidupan dan operasi sehari-hari untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas. Ini mencakup penggunaan perangkat seperti komputer dan smartphone, serta aplikasi untuk berbagai kebutuhan. Satuan yang digunakan dalam bentuk persentase dari jumlah populasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pemilihan model dalam regresi panel maka diperoleh hasil terbaik dalam penelitian ini adalah Fixed Effect Model (FEM). Selanjutnya, pada asumsi klasik uji multikolinearitas dan uji heterokedastisitas tidak terdapat masalah. Dalam hasil penelitian ini dapat ditentukan besar pengaruh GDP perkapita, jarak, nilai tukar, jumlah populasi, dan adopsi digital sebagai variabel bebas terhadap arus pariwisata internasional sebagai variabel terikat.

**Tabel 2 Hasil Estimasi Fixed Effect Model**

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistik	Prob.
C	-9.528415	886.6648	-0.010746	0.9914
LOG_GDPPERC	0.882918	0.132073	6.685057	0.0000
LOG_DIST	-3.970961	108.6518	-0.036548	0.9709
LOG_POP	2.833959	0.468168	6.053291	0.0000
LOG_KURS	-0.618687	0.151830	-4.074870	0.0001
LOG_DIGITAL	0.000564	0.000968	0.582791	0.5606

Sumber : Hasil Olahan Data Eviews12, 2023

Pada persamaan regresi tersebut terlihat bahwa nilai koefisien regresi variabel GDP per kapita sebesar 0.8829. Hal ini berarti variabel GDP per kapita tersebut mempunyai pengaruh positif terhadap variabel permintaan pariwisata, setiap kenaikan satu satuan GDP per kapita akan mengakibatkan kenaikan pada permintaan pariwisata sebesar 0.8829. selain itu juga terlihat bahwa nilai koefisien regresi variabel jarak (DIST) sebesar  $-3.9709$ . Hal ini berarti variabel jarak tersebut mempunyai pengaruh negatif terhadap variabel permintaan pariwisata, setiap kenaikan satu satuan jarak yang akan mengakibatkan penurunan terhadap permintaan pariwisata sebesar  $-3.9709$ . selain itu juga terlihat bahwa nilai koefisien regresi variabel populasi sebesar 2.8339. Hal ini berarti variabel populasi memiliki pengaruh positif terhadap permintaan pariwisata, setiap kenaikan jumlah populasi akan mengakibatkan peningkatan pada permintaan pariwisata sebesar 2.8339. variabel nilai tukar (KURS) memiliki nilai koefisien  $-0.6186$ . Hal ini berarti variabel nilai tukar memiliki pengaruh negatif terhadap permintaan pariwisata, setiap kenaikan pada nilai tukar terhadap rupiah akan mengakibatkan penurunan pada permintaan pariwisata sebesar  $-0.6186$ . Pada variabel adopsi digital memiliki nilai koefisien sebesar 0.0005 yang berarti adopsi digital memiliki pengaruh positif terhadap permintaan pariwisata, apabila adopsi digital mengalami kenaikan maka juga akan meningkatkan permintaan akan pariwisata sebesar 0.0005.

Berdasarkan hasil analisis pada gambar dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi atau R-square sebesar 0.8936 atau 89.36%. Artinya sebesar 89.36% permintaan pariwisata ke Indonesia dipengaruhi oleh variabel GDP per kapita, jarak, jumlah populasi, nilai tukar dan adopsi digital. Sedangkan sisanya sebanyak 10,64% permintaan pariwisata tersebut dapat dipengaruhi oleh variabel lain selain dari variabel bebas dalam penelitian.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil regresi data panel dengan menggunakan Fixed Effect Model dan pembahasan hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

Hasil penelitian menunjukkan bahwa GDP perkapita ( $X_1$ ) berpengaruh positif signifikan terhadap permintaan 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.

Selanjutnya, pada variabel jarak ( $X_2$ ) 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 kunjungan wisatawan ke Indonesia juga akan meningkat.



Variabel jumlah populasi (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap arus pariwisata internasional (Y) ke Indonesia. Artinya jika populasi dari negara asal wisatawan meningkat maka arus 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.

Variabel nilai tukar (X4) berpengaruh negatif signifikan terhadap arus pariwisata internasional (Y) ke Indonesia. Ketika nilai tukar mata uang negara asal terdepresiasi terhadap rupiah maka biaya perjalanan dan biaya hidup di Indonesia akan lebih terjangkau hal ini membuat jumlah kunjungan wisatawan ke Indonesia meningkat

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 arus 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.

## REFERENSI

- Badan Pusat Statistik. *Statistik Wisatawan Mancanegara dan Penerimaan Devisa 2000–2018*. BPS, 2019.
- Baggio, R., & Baggio, JA (2012). Pemodelan asimetri informasi dalam pariwisata. Dalam *Asymmetric Tourism*.
- Baum, T. (2017). *The Handbook of Tourism and Hospitality Marketing: A Complete Guide to Understanding and Achieving Increased Profitability*. Routledge
- Burden, G. C., & Silberman, J. (1972). Flows: A gravity model approach. *Scholar.Archive.Org*, 5(3).
- 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
- Goldfarb, A., & Tucker, C. (2019). Digital economics. *Journal of Economic Literature*, 57(1), 3–43. <https://doi.org/10.1257/jel.20171452>
- 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.
- 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>
- Krugman, P.R., Maurice, O., dan Melitz, M.J. 2012. *International Economic: Theory & Policy* Ninth Edition. United States of America: Addison-Wesley
- 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).
- 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.

- 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
- 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. 1997. *Ekonomi Internasional*. Jakarta: Erlangga
- 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>
- World Travel & Tourism Council. *Travel & Tourism: Global Economic Impact & Issues 2019*. WTTC, 2019