

FAKTOR-FAKTOR PENENTU ALIRAN PERMINTAAN DAN PENAWARAN INVESTASI, BARANG DAN JASA PARIWISATA INDONESIA

Faurani Santi
Institut Pertanian Bogor

Abstract

Tourism is one of the most significant contributors to the Indonesia economy growth, based on data from the Indonesia Central Bureau of Statistics in 2012, the share of national tourism to GDP is 13.9 percent through foreign exchange earnings as revenue from tourist consumption. Besides that, it has provided a multiplier effect to other sectors which related to the sectors. Therefore, the increasing of tourism investment and trade will be focus in the tourism development program to improve the contribution. Meanwhile, the Indonesia Coordinating Board (BKPM) stated the average national investment for the tourism sector is Rp. 2.73 billion or 6 percent from total investment during 2006-2012, in other words an investment in tourism sector has not been able to provide optimal contribution to the national economy development considering to its potential. The purpose of this study was to analyze the determinants of tourism investment, goods and services, demand and supply flows in Indonesia that used panel data from 1990 – 2012 periods; by applying a panel gravity model, the model analyzed the flow of investment (inward-outward), and international trade of Indonesia tourism sector to the growth of national economy. Based on the model, the results of the analysis give some conclusions including: (1) the magnitude of investment inflows to Indonesia influenced by the population of the country of origin of tourists and distances, (2) the flow of goods and services exports of Indonesian tourism is affected by the distance variable, price of Indonesian tourism in the country of origin of tourists, exchange rate, population, exports of the previous year (3) the flow of goods and services for Indonesian tourism influenced by distance, Indonesian GDP, the exchange rate, the price of Indonesian tourism in the countries of origin of tourists, and imports of goods and services in the Indonesian tourism previously (4) the flow of Indonesian tourism demand, affected by Indonesian GDP, GDP of the country of origin of tourists, Indonesia tourism, ASEAN Tourism (competitor), and tourism consumption by foreign tourists in Indonesia. (5) the result also define there is relationship between magnitude supply of Indonesian tourism with variables of Indonesian GDP, Indonesian tourism price, exchange rate, domestic consumption, and consumption in other countries

Keywords: *Flows, investment, international trade, supply and demand tourism.*

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor perekonomian yang memberikan sumbangan yang besar terhadap pembangunan ekonomi suatu negara, berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2012 *share* pariwisata nasional sebesar 13,9 persen terhadap total Produk Domestik Bruto dan tentu saja dengan besarnya kontribusi sektor tersebut berguna bagi pertumbuhan ekonomi nasional, melalui penerimaan devisa yang diterima dari besarnya konsumsi yang dikeluarkan oleh para wisatawan terhadap produk barang dan jasa nasional. Selain itu juga pariwisata mampu memberikan multiplier efek bagi sektor-sektor lain baik yang terkait secara langsung maupun tidak langsung (Antara, 1999).

Berkaitan dengan upaya pemerintah dalam meningkatkan kontribusi pariwisata dan pertumbuhan ekonomi sekaligus meningkatkan taraf kesejahteraan masyarakat, maka peningkatan investasi pariwisata juga menjadi pusat perhatian dalam program pembangunan, tujuannya agar kegiatan investasi tersebut dapat memberikan nilai tambah sekaligus memicu peningkatan produksi yang akan dihasilkan. Data Badan Koordinasi Penanaman Modal menjelaskan bahwa rata-rata investasi untuk sektor pariwisata adalah sebesar Rp. 2,73 triliun selama periode tahun 2006-2012, angka ini juga menunjukkan bahwa kontribusi investasi pariwisata terhadap total investasi hanya sebesar 6 persen (Kemenparekraf, 2012), dengan kata lain investasi di sektor pariwisata belum mampu memberikan

kontribusi yang optimal bagi perekonomian nasional, meskipun sektor ini sangat potensial dalam memberikan sumbangan dalam menggerakkan

perekonomian nasional. Adapun data dan profil perkembangan serta kontribusi sektor pariwisata Indonesia dapat dilihat pada tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1: Profil dan Kontribusi sektor Pariwisata Indonesia Terhadap Perekonomian Nasional

Variabel	2011	2012	Perubahan (persen)
GDP (persen)	13.8	13.9	10
Devisa yang diperoleh (triliun rupiah)	7.43	8.6	13.6
Kunjungan wisman (juta orang)	7,25	7,67	5.47
Investasi (triliun rupiah):	2,86	4.87	70,27
- PMA (triliun rupiah)	2.42	4.19	
- PMDN (milliar rupiah)	394	678	

Sumber: BPS RI, dan BKPM , 2013

Berkaitan dengan upaya pemerintah dalam meningkatkan kontribusi pariwisata dan pertumbuhan ekonomi sekaligus meningkatkan taraf kesejahteraan masyarakat, maka peningkatan investasi pariwisata juga menjadi pusat perhatian dalam program pembangunan, tujuannya agar kegiatan investasi tersebut dapat memberikan nilai tambah sekaligus memicu peningkatan produksi yang akan dihasilkan. Data Badan Koordinasi Penanaman Modal menjelaskan bahwa rata-rata investasi untuk sektor pariwisata adalah sebesar Rp 2,73 triliun selama periode tahun 2006-2012, angka ini juga menunjukkan bahwa kontribusi investasi pariwisata terhadap total investasi hanya sebesar 6 persen (Kemendag, 2012), dengan kata lain investasi di sektor pariwisata belum mampu memberikan kontribusi yang ditargetkan bagi perekonomian nasional, meskipun sektor ini sangat potensial dalam memberikan sumbangan dalam menggerakkan perekonomian nasional.

Berdasarkan latar belakang, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut: (1) Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi aliran investasi, barang dan jasa pariwisata Indonesia, (2) Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi aliran permintaan dan penawaran pariwisata Indonesia Indonesia, (3) bagaimanakah aliran investasi, barang dan jasa pariwisata internasional ke Indonesia, dan (4) bagaimanakah aliran permintaan dan penawaran investasi, barang dan jasa pariwisata internasional di Indonesia

Permintaan dan Penawaran Pariwisata

Pendekatan ekonomi dalam permintaan suatu barang/jasa memungkinkan adanya interkasi antara

harga dan jumlah barang/jasa yang akan dikonsumsi serta variabel-variabel lainnya. Adapun munculnya permintaan terhadap kegiatan wisata antara disebabkan oleh 2 hal yaitu : *Effective/Actual demand*, merupakan permintaan yang berasal dari sejumlah wisatawan yang akan melakukan perjalanan wisata, dan *Supressed demand*, yaitu permintaan yang jumlahnya berasal dari struktur jumlah penduduk/populasi suatu negara terdiri dari: a) *potential demand* yang merupakan potensi permintaan pariwisata dari suatu negara dimana perubahan dari permintaan ini sangat dipengaruhi oleh kondisi dimasa yang akan datang seperti perubahan nilai tukar, b) *deferred demand*, merupakan permintaan besarnya dipengaruhi oleh adanya kondisi penawaran di daerah tujuan wisata seperti layanan/fasilitas wisata, c) tidak adanya permintaan.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya permintaan pariwisata menurut Tribe (2005) dan Bull (1995) adalah: 1. elastisitas permintaan pariwisata, 2. Pendapatan, dimana pendapatan seseorang akan mempengaruhi besarnya permintaan pariwisata (*potential demand*), 3. Harga barang itu sendiri dan barang lain (substitusi), 4. Keamanan, 5. Kenyamanan dan ketersediaan fasilitas dan layanan wisata, 6. Kemudahan, seperti: Bebas Visa Kunjungan Singkat (BVKS) BVKS , pemberlakuan Visa on Arrival (VoA), frekuensi Penerbangan Internasional yang Singgah di Indonesia, dan 7. Kondisi ekonomi internasional, seperti: krisis ekonomi, nilai tukar, populasi dunia, pendapatan per kapita masyarakat negara lain, pajak/subsidi, dan lain-lain; seperti: ketersediaan barang/jasa pariwisata

yang akan dikonsumsi, infrastuktur, bahkan kemudahan-kemudahan masuk dan keluarnya barang/jasa kebutuhan pariwisata.

Penawaran Pariwisata

Penawaran pariwisata juga mencakup semua bentuk daya tarik wisata (*tourist attractions*), semua bentuk kemudahan untuk mempermudah perjalanan (*accessibilities*) dan semua bentuk fasilitas dan pelayanan (*facilities and services*) yang tersedia pada suatu daerah tujuan wisata sehingga dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan wisatawan selama berkunjung.

Berbagai faktor yang mempengaruhi besarnya penawaran pariwisata suatu negara antara lain: 1. Elastisitas harga penawaran pariwisata, 2. Biaya-biaya, 3. Perubahan teknologi yang digunakan, 4. Infrastruktur dan fasilitas pendukung baik dari sektor pariwisata maupun sektor lain (non pariwisata), 5. Lain-lain; seperti: ketersediaan barang/jasa pariwisata yang akan dikonsumsi, infrastuktur (investasi fisik), bahkan kemudahan-kemudahan masuk dan keluarnya barang/jasa kebutuhan pariwisata.

Aliran Investasi Pariwisata (FDI)

Menurut Krugman (1997) yang dimaksud dengan FDI (*Foreign Direct Investment*) adalah arus modal internasional dimana perusahaan dari suatu negara mendirikan atau memperluas perusahaannya di negara lain. Oleh karena itu tidak hanya terjadi pemindahan sumber daya, tetapi juga terjadi pemberlakuan control terhadap perusahaan di luar negeri.

Dasar adanya FDI pariwisata di Indonesia adalah UU Penanaman Modal Asing (UU No. 1/1967) yang dikeluarkan untuk menarik investasi asing guna membangun ekonomi nasional. di Indonesia adalah wewenang Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) untuk memberikan persetujuan dan ijin atas investasi langsung luar negeri. Terdapat lima tujuan utama FDI yaitu: mencari sumber daya, mencari pasar, mencari efisiensi, mencari asset strategis, dan mencari keamanan politis.

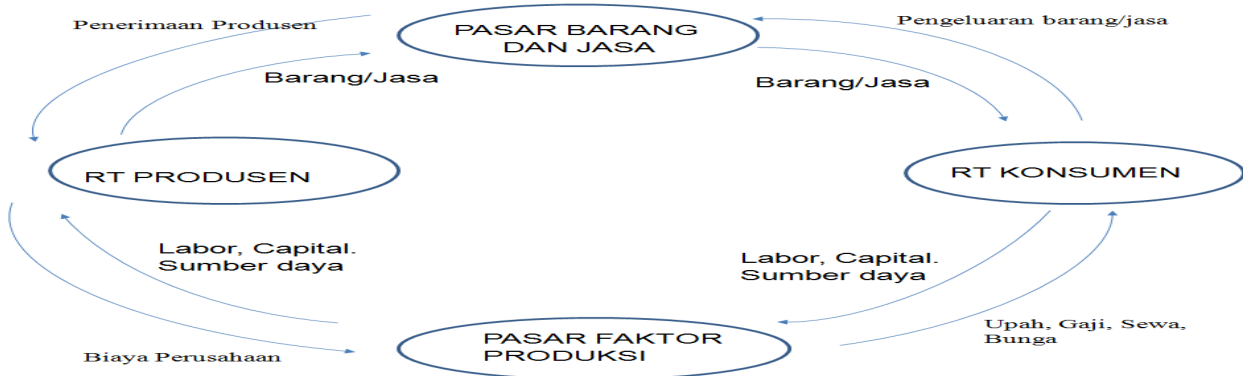
Faktor-Faktor Penentu Aliran Investasi (FDI) Pariwisata

Menurut Tribe (2005) besar kecilnya minat investor asing yang masuk ke suatu negara ditentukan oleh beberapa faktor seperti: a. tingkat suku bunga. inovasi dan teknologi baru, tingkat perekonomian, ramalan atau harapan orang tentang perekonomian dimasa datang, jika orang meramal perekonomian dimasa yang akan datang, tingkat keuntungan perusahaan, jumlah penduduk suatu negara, jarak antar negara yang menentukan kemudahan melintasnya modal, tenaga kerja, barang/jasa, dan informasi, harga, infrastruktur, nilai tukar, biaya-biaya, seperti biaya bahan baku, biaya transportasi, tarif dasar listrik; akan menentukan besarnya harga produk barang (*final goods*), dan situasi politik.

Aliran Barang/Jasa

Menurut Deliarnov (1995) aliran barang dan jasa sudah sejak lama digunakan para ekonom untuk menjelaskan bagaimana pergerakan sumberdaya (faktor produksi) dari tangan konsumen ke produsen. Dalam pergerakannya ini sumberdaya melalui satu bentuk kegiatan yang dinamakan pasar sumberdaya. Sebagai penyeimbang daripada kegiatan ini terdapat aliran lain, yaitu aliran barang dan jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen. Aliran barang dan jasa, faktor produksi, pasar dan uang yang digunakan oleh dua rumah tangga digambarkan dalam gambar 1.

Penjelasan gambar 1 dapat dimulai dari rumah tangga konsumen bergerak ke bagian atas. Konsumen mengeluarkan sejumlah uang, pendapatan untuk memperoleh barang jadi yang pada akhirnya merupakan penerimaan bagi produsen. Aliran ini dikenal juga sebagai aliran uang (*monetary flow*). Aliran uang ini juga dapat dilihat dari rumah tangga produsen dimana mengeluarkan sejumlah uang untuk membayar kebutuhan sumberdaya (faktor produksi). Aliran sumberdaya ini dikenal juga sebagai aliran fisik termasuk input (*phisycal flow*). Sumberdaya yang diserahkan konsumen kepada produsen terdiri dari tenaga kerja, kapital, dan sumberdaya alam. Sebagai imbalannya, konsumen menerima upah, gaji, rente, bunga dan keuntungan.



Gambar 1. Aliran barang dan jasa, sumberdaya, dan terbentuknya
Sumber: Deliarnov, 1995

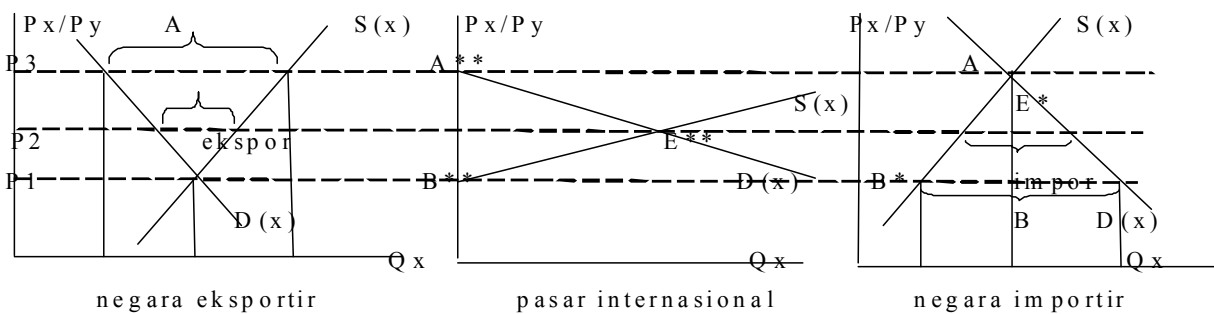
Aliran Barang/Jasa Pariwisata

Sektor pariwisata merupakan bentuk dari perekonomian terbuka yang mana terdapat terdapat dua tingkat harga umum yaitu harga umum yang berlaku didalam negeri dan tingkat harga yang berlaku diluar negeri. Pengaruh dari adanya harga luar negeri ini terhadap proses ekonomi makro khususnya terletak pada timbulnya kemungkinan bagi pelaku-pelaku ekonomi untuk memilih apakah mereka akan membeli atau menjual dipasar luar negeri atau pasar dalam negeri.

Sebagaimana bentuk perekonomian terbuka lainnya, komoditas barang/jasa pariwisata merupakan jenis kegiatan yang melihat adanya hubungan pertukaran komoditas antar negara. Bahkan teori Heckser-Ohlin menyatakan bahwa terjadinya transaksi pertukaran antar negara dikarenakan adanya perbedaan kepemilikan faktor-faktor produksi dalam tiap negara. Mengenai perdagangan internasional dirumuskan berdasar konsep keunggulan komparatif yang bersumber dari perbedaan dalam kepemilikan faktor produksi. Dalam teori ini bahwa negara dicirikan oleh bawaan faktor yang berbeda sedang fungsi produksi disemua negara sama.

Dengan menggunakan asumsi tersebut diperoleh kesimpulan bahwa dengan fungsi produksi yang sama dan bawaan faktor yang berbeda antar negara. Ini berarti suatu negara cenderung untuk mengekspor komoditas yang relatif intensif dalam menggunakan fungsi yang relatif banyak dimiliki, dan dalam waktu yang bersamaan.

Adanya unsur keterbatasan atau perbedaan ketersediaan sumber daya yang dimiliki setiap negara, merupakan faktor utama dari munculnya spesialisasi. prinsip ini merupakan dasar berkembangnya ekonomi perdagangan dan keuangan internasional. Kondisi tersebut menggiring setiap negara melakukan ekspor dan impor. Ekspor pariwisata adalah suatu kegiatan ekonomi menjual produk dalam negeri ke pasar luar negeri. Impor pariwisata adalah suatu kegiatan membeli produk luar negeri untuk keperluan atau dipasarkan dalam negeri. Ekspor dan impor sangat penting untuk membentuk dan mengendalikan neraca perdagangan disuatu negara. Impor harus dibiayai dengan nilai yang sama dari ekspor untuk mempertahankan ekuilibrium neraca perdagangan. Oleh karena itu negara harus melakukan ekspor untuk membiayai impor yang dibayarkan dengan mata uang asing (Hady, 2004).



Gambar 2: Kurva aliran barang/jasa pariwisata
Sumber: Salvatore, 1996 dan Oktaviani , 2009

Pariwisata dan Dampak Pariwisata terhadap Perekonomian

Dalam perkembangannya para ahli ekonomi regional telah membedakan dampak pariwisata terhadap ekonomi secara langsung (*direct effect*), tidak langsung (*indirect effect*), dan efek induksi/*induce effect/secondary effect* (Antariksa, 2010). Dampak langsung adalah dampak yang disebabkan oleh adanya perubahan produksi yang berhubungan dengan dampak langsung dari perubahan dalam pengeluaran pariwisata, misalnya, peningkatan jumlah wisatawan yang menginap semalam di hotel secara langsung akan menghasilkan peningkatan penjualan di sektor perhotelan, dimana penjualan akomodasi hotel dan perubahan terkait dalam pembayaran hotel untuk upah dan gaji, dan pajak, merupakan dampak langsung dari pengeluaran wisatawan. Sedangkan dampak tidak langsung adalah perubahan produksi yang dihasilkan dari berbagai putaran secara berulang dalam pengeluaran yang dihasilkan oleh industri hotel dan penerimaan lain dari sektor-sektor yang mendukung industri pariwisata misalnya industri yang memasok produk dan layanan untuk hotel. Efek induksi yang sering disebut sebagai efek sekunder adalah dampak dari belanja rumah tangga yang mendapatkan keuntungan secara langsung maupun tidak langsung dari pengeluaran wisatawan misalnya gaji yang diterima seorang karyawan hotel digunakan olehnya untuk membeli makanan, membayar angkutan, membeli pulsa dan lain-lain sehingga mempengaruhi peningkatan produksi pada industri makanan, angkutan, telekomunikasi, dan lain-lain.

Menurut Suyana (2006) dampak lain yang berpotensi muncul adalah kebocoran ekonomi (*economic leakage*) akibat adanya mobilisasi barang/jasa, modal, dan tenaga kerja sebagai konsekuensi dari proses liberalisasi. Saat ini perkembangan pariwisata adalah sektor yang paling memungkinkan untuk terjadinya proses liberalisasi, sehingga kemungkinan terjadinya *economic leakage* yang besar pada setiap aktivitas perekonomian pada sektor tersebut. Adapun *economic leakage* yang ditimbulkan dari kegiatan pariwisata adalah: (a) **External Leakages**, *Leakage* ini terjadi akibat pengeluaran pada sektor pariwisata yang terjadi di luar destinasi dimana pengeluaran tersebut berhubungan dengan industri local, (b) **Internal**

Leakages, *leakages* ini dominan disebabkan oleh penggunaan komponen import yang diukur secara domestic, (c) **Invisible Leakages**, adalah hilangnya kesempatan untuk mendapatkan pendapatan dari sektor pariwisata yang terjadi secara nyata namun sangat sulit untuk didokumentasi secara nyata tetapi akan berpengaruh secara kumulatif. Aktivitas yang dapat menyebabkan *invisible leakages* misalnya: pajak, informal transaksi yang biasanya tidak tercatat, serta tabungan dan investasi *off-shore*.

Transfer Pricing

Menurut Direktorat Jendral Pajak (2014), *transfer pricing* merupakan transaksi barang dan jasa antara beberapa divisi pada suatu kelompok usaha dengan harga yang tidak wajar, bisa dengan menaikkan (*mark up*) atau menurunkan harga (*mark down*), kebanyakan dilakukan oleh perusahaan global (Multi-National Enterprise). Tujuannya, pertama, untuk menyalahgunakan jumlah profit sehingga pembayaran pajak dan pembagian dividen menjadi rendah. Kedua, menggelembungkan profit untuk memoles (*window-dressing*) laporan keuangan. Negara dirugikan triliunan rupiah karena praktek *transfer pricing* perusahaan asing di Indonesia.

Modus *transfer pricing* dapat terjadi atas harga penjualan, harga pembelian, *overhead cost*, bunga *shareholder-loan*, pembayaran royalti, imbalan jasa, penjualan melalui pihak ketiga yang tidak ada usaha (*special purpose company*). Model penghindaran pajak (*tax avoidance*) sering mungkin terjadi pada ekspor komoditas. Para eksportir, masih banyak menggunakan kontrak penjualan lama, yang belum direnegosiasi, untuk pelaporan omset pada SPT Tahunan. Pengusaha juga melakukan *transfer pricing* (TP) dengan mendirikan perusahaan perantara di negara bertarif pajak rendah seperti Hongkong dan Singapura, sebelum menjual ke *enduser*.

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam Penelitian ini, model aliran, permintaan dan penawaran investasi, barang dan jasa pariwisata Indonesia dibuat dengan menggunakan metode panel gravity, dengan bantuan program Eviews 7.1 dalam melakukan pengolahan data. Adapun

model aliran investasi dan perdagangan pariwisata Indonesia yang digunakan adalah sebagai berikut:

1) Model Aliran Investasi Pariwisata Indonesia

$$\begin{aligned} \ln(FDI)_{ijt} &= \beta_0 + \beta_1 \ln GDP_{it} \\ &+ \beta_2 \ln GDP_{jt} + \beta_3 \ln POP_{jt} + \beta_4 \ln PRICE_{ijt} \\ &+ \beta_4 \ln DIST_{ijt} + \epsilon_{ij} \end{aligned}$$

2) Model Aliran Barang dan Jasa Pariwisata Indonesia yang keluar (*outflow*)

$$\begin{aligned} \ln OF_{ijt} &= \beta_0 + \beta_1 \ln DIST_{ijt} + \beta_2 \ln GDP_{jt} \\ &+ \beta_3 \ln POP_{jt} + \beta_4 \ln EXCH_{ijt} + \beta_5 \ln PRICE_{ijt} \\ &+ \beta_6 \ln OF_{ijt-1} + \epsilon_i \end{aligned}$$

3) Model Aliran Barang dan Jasa Pariwisata Indonesia yang masuk (*inflow*)

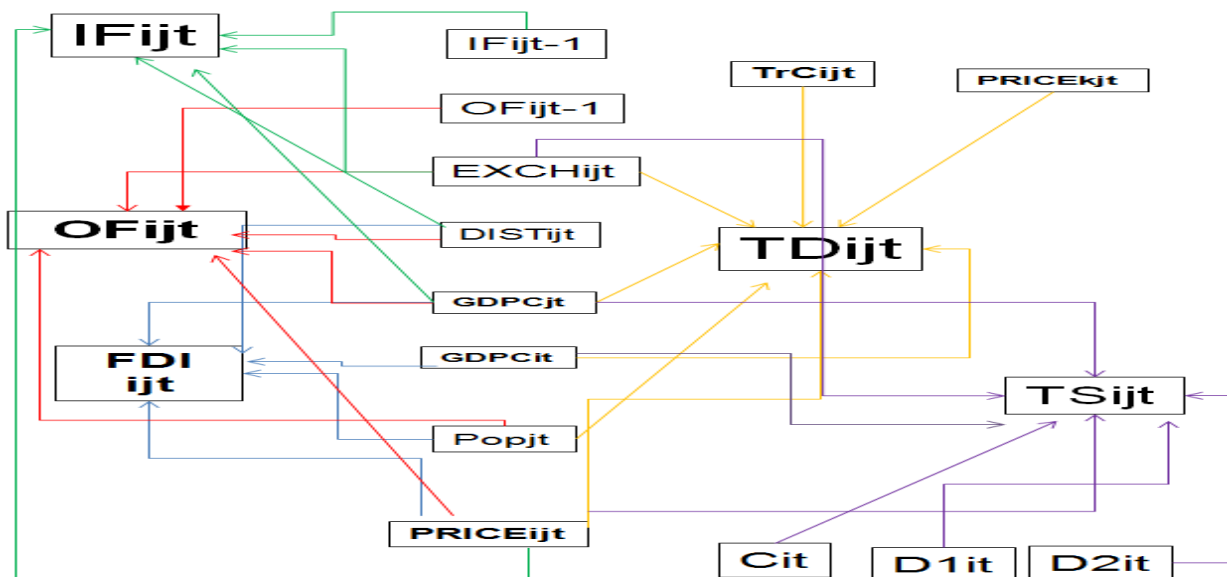
$$\begin{aligned} \ln IF_{ijt} &= \beta_0 + \beta_1 \ln DIST_{ijt} + \beta_2 \ln GDP_{it} \\ &+ \beta_3 \ln EXCH_{ijt} + \beta_5 \ln PRICE_{ijt} \\ &+ \beta_6 \ln IF_{ijt-1} + \epsilon_i \end{aligned}$$

4) Model Permintaan Pariwisata Indonesia

$$\begin{aligned} \ln(TR)_{ijt} &= \beta_0 + \beta_1 \ln GDP_{it} + \beta_2 \ln GDP_{jt} \\ &+ \beta_3 \ln PRICE_{ijt} + \beta_4 \ln PRICE_{kjt} + \beta_5 \ln EXCH_{ijt} \\ &+ \beta_6 \ln POP_{ij} + \beta_6 \ln TRC_{ijt} + \epsilon_{ij} \end{aligned}$$

5) Model Aliran Penawaran Pariwisata Indonesia

$$\begin{aligned} \ln TS_{ij} &= \beta_0 + \beta_1 \ln GDP_{it} + \beta_2 \ln GDP_{jt} \\ &+ \beta_3 \ln Distance_{ijt} + \beta_4 \ln PRICE_{ijt} \\ &+ \beta_5 \ln EXCH_{ijt} + \beta_6 \ln C_{it} + \beta_8 \ln Pop_{ij} \\ &+ \beta_9 \ln D1_i + \beta_{10} \ln D2_i + \epsilon_{ij} \end{aligned}$$



Gambar 3: Aliran Permintaan dan Penawaran Investasi, Barang dan Jasa Pariwisata:

Dimana:

- FDI_{ijt} = Aliran Investasi Pariwisata Indonesia tahun ke-t (Juta USD)
- GDPC_{it} = GDP per kapita Indonesia pada tahun ke-t (Juta USD/populasi)
- GDPC_{jt} = GDP per kapita negara asal wisman pada tahun ke-t (juta USD/populasi)
- POP_{jt} = Jumlah penduduk (populasi) negara asal wisman (Juta)
- DIST_{ijt} = Jarak ekonomi antara negara Indonesia dan negara wisman (Km/GDP_{jt})

- TRC_{ijt} = Biaya transportasi di Indonesia (USD)
- EXCH_{ijt} = Nilai tukar (rupiah/mata uang negara wisman)
- ε_i = *Error term*
- β₀ = Konstanta (*intercept*)
- β_n = Parameter yang diduga (n = 1, 2, ..., 6)
- OF_{ijt} = *Outflow* barang/jasa pariwisata dari Indonesia ke negara j (USD)
- IF_{ijt} = *Inflow* barang dan jasa pariwisata dari negara asal wisman (USD)
- PRICE_{ijt} = Harga pariwisata Indonesia di negara asal wisman (USD/unit)

- PRICE_{kjt} = Harga pariwisata negara pesaing di negara asal wisman (USD/unit)
 OF_{ij(t-1)} = Lag *outflow* (juta USD)
 IF_{ij(t-1)} = Lag *inflow* (juta USD)
 T_{dijt} = Jumlah permintaan pariwisata dari negara asal wisman ke Indonesia
 D1_{it} = Faktor *dummy* yaitu faktor krisis ekonomi Indonesia
 D2_{it} = Faktor *dummy* yaitu travel warning Indonesia
 TS_{ijt} = Jumlah penawaran pariwisata Indonesia
 GT_{it} = Belanja pemerintah Indonesia di sector pariwisata tahun ke-t (Juta USD)
 CT_{it} = Total Konsumsi Barang/Jasa pariwisata Indonesia tahun ke-t (Juta/USD)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Aliran Investasi Pariwisata Indonesia

Tabel 2. Hasil estimasi aliran investasi, barang/jasa pariwisata Indonesia

Model	Variabel	Koefisien	Prob.	Adj. R-Squared
Aliran Investasi Pariwisata Indonesia	GDP percapita Indonesia*	0.324102	0.0979	0.344
	GDP percapita negara wisman*	-1.282556	0.0059	
	Populasi Indonesia	0.02703	0.8705	
	Harga pariwisata Indonesia**	-0.023507	0.0246	
	Biaya transport Indonesia	-0.064975	0.1736	
	Jarak ekonomi**	0.479774	0.0001	
	Nilai tukar**	-0.217902	0.0425	
Aliran Keluar (<i>Outflow</i>) Barang/Jasa Pariwisata Indonesia	Jarak ekonomi**	0.517714	0.0002	0.832
	GDP perkapita negara wisman**	-4.94085	0.0032	
	Populasi negara wisman**	1.088042	0.3711	
	Nilai tukar**	-1.861213	0.0001	
	Harga pariwisata Indonesia**	0.456932	0.0017	
	Harga pariwisata negara pesaing**	-1.35468	0.0063	
	<i>Outflow</i> periode sebelumnya**	0.078847	0.003	
<i>Travel warning</i> Indonesia	0.036554	0.6881		
Aliran Masuk (<i>inflow</i>) Barang/Jasa Pariwisata Indonesia	Jarak ekonomi**	0.136168	0.0000	0.7
	GDP per kapita negara wisman**	0.425335	0.0000	
	Harga pariwisata Indonesia**	0.698331	0.0000	
	Nilai tukar**	-0.083321	0.0000	
	<i>Inflow</i> periode sebelumnya**	0.298913	0.0000	
	Investasi (fisik) pariwisata Indonesia**	0.0083	0.0852	
	<i>Travel warning</i>	0.127017	0.1147	

Keterangan:

*signifikansi ≤ 0.001 **signifikansi 0.001-0.005 ***signifikansi 0.005 -0.15

Berdasarkan metode *common Panel Least Square* (tabel 9) pada taraf keyakinan 95 persen

secara umum dalam kurun waktu 23 tahun (periode tahun 1990-2012) menunjukkan bahwa

besarnya aliran FDI pariwisata Indonesia dipengaruhi oleh faktor GDP per kapita Indonesia, GDP perkapita negara asal wisman, populasi negara asal wisman, harga pariwisata Indonesia di negara asal wisman, jarak ekonomi Indonesia terhadap negara asal wisman, *dummy* krisis ekonomi di Indonesia, dan *dummy travel warning* di Indonesia, dan *travel warning* negara pesaing dengan besarnya pengaruh 42 persen.

Berdasarkan hasil estimasi tabel 2 yang didapat pengaruh pendapatan per kapita Indonesia adalah positif terhadap aliran investasi pariwisata. Adanya kenaikan pendapatan masyarakat akan berdampak pada daya beli masyarakat termasuk daya beli investasi. Kondisi meningkatnya daya beli masyarakat akan mendorong produksi barang/ jasa yang lebih besar, sehingga berkaitan dengan peningkatan produksi tersebut investasi baik asing maupun dalam negeri tentu saja diperlukan.

Sebaliknya pendapatan per kapita negara asal wisman terhadap aliran investasi pariwisata adalah negatif. Hubungan ini menunjukkan bahwa adanya kebocoran ekonomi pada transaksi investasi pariwisata Indonesia. Sebagai salah satu negara berkembang yang pada umumnya sering terjadi kebocoran ekspor (*export leakage*) dalam pembangunan destinasi wisata yang mana cenderung memerlukan modal dan investasi yang besar untuk membangun infrastruktur (Aryoprato, 2011), dan dengan masuknya investor asing yang memiliki modal yang kuat untuk membangun *resort* atau hotel serta fasilitas dan infrastruktur pariwisata di negara-negara berkembang termasuk di Indonesia, sebagai imbalannya, keuntungan usaha dan investasi mereka akan mendorong uang mereka kembali ke negara mereka tanpa bisa dihalangi, kondisi dimana terjadi kebocoran ekspor dalam pariwisata yang merupakan bagian dari kebocoran ekonomi (*economy leakage*) sehingga tidak mempengaruhi perekonomian suatu negara. Selain itu juga kebocoran ekonomi yang berdampak pada sisi penerimaan negara pada sektor pariwisata, kebocoran yang terjadi juga diindikasikan sebagai akibat adanya praktek *transfer pricing* yang hampir sebagian besar terjadi dalam kegiatan investasi pariwisata di Indonesia.

Hubungan antara aliran investasi (*inward-outward*) pariwisata Indonesia dengan variabel jarak ekonomi Indonesia dengan negara asal wisman bersifat positif yang berarti jika jarak

ekonomi antara Indonesia dengan negara asal wisman (yang biasanya ditunjukkan dengan kemudahan mobilitas/aksesibilitas arus modal, barang/jasa, dan tenaga kerja) bertambah sebesar maka aliran investasi akan semakin meningkat. Sedangkan hubungan negatif antara biaya transportasi Indonesia terhadap aliran investasi/ FDI pariwisata Indonesia menunjukkan bahwa jika biaya transportasi ke Indonesia (termasuk biaya distribusi barang/jasa) mahal akan menjadi suatu kendala bagi masuknya investasi ke Indonesia.

Analisis Inflow-Outflow Barang/Jasa Pariwisata Indonesia

Pada model aliran keluar (*outflow*) barang dan jasa pariwisata Indonesia variabel jarak ekonomi, GDP perkapita negara wisman, harga pariwisata Indonesia di negara asal wisman, nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing asal wisman, populasi negara asal wisman, *outflow* pariwisata tahun sebelumnya, dan *travel warning* di Indonesia merupakan variabel yang berpengaruh dominan dengan besarnya pengaruh 83,2 persen.

Hubungan negatif antara GDP per kapita negara asal wisman terhadap *outflow* barang/ jasa pariwisata Indonesia menunjukkan dengan adanya kenaikan GDP per kapita negara asal wisman justru menurunkan *outflow* barang/jasa pariwisata Indonesia. Secara empiris dapat dijelaskan bahwa seharusnya dengan kenaikan GDP per kapita negara asal wisman justru akan menaikkan *outflow* barang/jasa. Salah satu faktor penyebab dari kondisi ini adalah adanya kecenderungan terjadinya *leakage*/kebocoran ekspor yang umumnya banyak terjadi di transaksi perdagangan internasional (khususnya di sektor pariwisata) di negara-negara berkembang. Adapun penyebabnya adalah penggunaan barang/jasa yang terstandarisasi secara internasional yang memicu besarnya impor/pengadaan barang/jasa pariwisata. Pada kebanyakan fasilitas fisik dan prasarana pariwisata di negara-negara berkembang adalah berupa jenis investasi dengan system *waralaba/franchise* yang merupakan jaringan investasi/penanaman modal dari luar negeri, yang mana konsekwensi pada model waralaba ini adalah penggunaan barang/jasa yang terstandarisasi secara internasional.

Hasil estimasi tabel 2 menunjukkan hubungan antara *outflow* barang dan jasa pariwisata Indonesia dengan harga pariwisata Indonesia di negara-negara asal wisman berhubungan positif, yang berarti bahwa jika harga pariwisata Indonesia di negara-negara asal wisman naik sebesar 1 persen maka besarnya nilai *outflow* pariwisata akan naik sebesar koefisien peubahnya. Sebaliknya dengan harga pariwisata negara pesaing, yang mana dari hasil estimasi diperoleh adanya hubungan negatif antara harga pariwisata negara pesaing terhadap *outflow* barang/jasa pariwisata. Hal ini menunjukkan bahwa pariwisata Indonesia masih merupakan substitusi dari pariwisata negara lain, sehingga harga yang terbentuk pun berupa harga substitusi. Dengan kata lain apabila harga negara pesaing terdekat meningkat, maka wisatawan cenderung akan memilih produk pariwisata Indonesia. Sebaliknya pada saat harga pariwisata Indonesia meningkat maka wisatawan akan cenderung memilih barang/jasa dari negara lain (pesaing).

Sedangkan hubungan antara nilai tukar rupiah terhadap besarnya *outflow* pariwisata adalah bersifat negatif artinya jika nilai tukar rupiah mengalami depresiasi sebesar 1 persen akan meningkatkan besarnya nilai *outflow* pariwisata sebesar koefisien perubahannya. Jatuhnya mata uang domestik terhadap mata uang asing menyebabkan barang-barang yang berasal dari luar negeri (impor) akan lebih mahal dibandingkan dengan barang-barang di dalam negeri, dan ini juga yang mendorong terjadinya peningkatan pada *outflow* barang dan jasa.

Adapun besarnya populasi terhadap *outflow* barang/jasa menunjukkan bahwa semakin besarnya populasi suatu negara merupakan potensi market/pasar bagi suatu barang dan jasa, bahkan menurut Alguacil (2002) populasi yang besar merupakan suatu potensi bagi suatu negara dalam melakukan penetrasi pasar ke luar negeri. Ini berarti besarnya potensi pasar/market yang dimiliki oleh suatu negara menjadi latar belakang bagi suatu perusahaan negara lain untuk masuk ke tersebut. Sedangkan hubungan antara *outflow* dengan *travel warning* pariwisata Indonesia dari hasil estimasi, dinyatakan sebagai hubungan yang positif menunjukkan bahwa adanya *travel warning* tidak mempengaruhi besarnya *inflow/outflow* pariwisata.

Hasil estimasi menunjukkan bahwa variabel jarak ekonomi antara Indonesia dengan negara asal wisman menunjukkan pengaruh yang negatif terhadap nilai *outflow* barang dan jasa pariwisata ini berarti dengan semakin bertambahnya jarak ekonomi (aksesabilitas dan mobilitas barang/jasa yang keluar) antara Indonesia ke negara asal wisman menaikkan besarnya nilai *outflow* barang/jasa pariwisata Indonesia. Sedangkan model *inflow* pariwisata Indonesia, hasil estimasi juga menunjukkan bahwa variabel jarak, GDP per kapita negara wisman, investasi fisik yang tersedia, dan *inflow* barang dan jasa pariwisata Indonesia pada tahun sebelumnya merupakan variabel yang berpengaruh secara dominan terhadap aliran masuk barang/jasa pariwisata Indonesia dengan besarnya pengaruh 70 persen.

Penelitian ini menunjukkan bahwa nilai tukar merupakan suatu faktor yang patut diperhitungkan karena nilai tukar akan berdampak terhadap besarnya nilai barang dan jasa pariwisata yang masuk ke Indonesia dimana saat mata uang domestic mengalami depresiasi terhadap mata uang asing, maka harga-harga barang dari luar negeri (impor) menjadi lebih mahal dibanding dengan barang dalam negeri. Adapun kondisi tersebut dinyatakan dengan hasil estimasi yang menunjukkan adanya hubungan negatif antara nilai tukar dan *inflow* barang/jasa pariwisata Indonesia.

Analisis Aliran Permintaan dan Penawaran Pariwisata Indonesia

Model permintaan dan penawaran pariwisata ini menggambarkan keterkaitan antara besarnya permintaan pariwisata yang diwakilkan oleh besarnya *revenue* (penghasilan) dari pariwisata Indonesia yang berasal dari wisman terhadap variabel GDP Indonesia, harga pariwisata antara negara asal wisman terhadap Indonesia, harga pariwisata negara pesaing terhadap harga pariwisata asal wisman, nilai tukar antara mata uang negara asal wisman terhadap mata uang domestik, perbandingan/rasio populasi negara asal wisman terhadap populasi Indonesia, dan konsumsi yang dikeluarkan oleh negara asal wisman di Indonesia.

Model aliran permintaan pariwisata variabel GDP per kapita Indonesia, GDP per kapita negara

asal wisman, harga pariwisata negara lain, populasi negara asal wisman, jarak ekonomi, aliran investasi pariwisata Indonesia, dan biaya transportasi ke Indonesia merupakan variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan pariwisata Indonesia. Hasil estimasi menunjukkan variabel pendapatan per kapita Indonesia, GDP per kapita negara asal wisman, harga pariwisata negara pesaing, jarak ekonomi, dan populasi negara asal adalah variabel-variabel yang berhubungan secara positif terhadap aliran permintaan pariwisata Indonesia. Sedangkan GDP per kapita negara asal wisman, harga pariwisata Indonesia, nilai tukar, biaya transportasi ke Indonesia, aliran investasi pariwisata Indonesia, dan *travel warning* Indonesia adalah variabel-variabel yang berpengaruh secara negatif terhadap aliran permintaan pariwisata Indonesia.

Secara empiris hubungan positif antara GDP per kapita Indonesia dan negara asal wisman terhadap aliran permintaan menunjukkan bahwa dengan kenaikan GDP per kapita negara asal wisman akan berdampak pada daya beli masyarakat (termasuk daya beli wisata) akibat adanya kenaikan tingkat produksi dan pendapatan dalam suatu negara tersebut secara menyeluruh, peningkatan produksi secara langsung akan memicu terjadi kenaikan pendapatan sehingga konsumsi pun akan meningkat sejalan dengan kenaikan pendapatan masyarakat (Darmoyo, 2003). Disini berarti jika GDP per kapita asal wisman mengalami penurunan maka daya beli wisata masyarakatnya pun menurun, begitu juga dengan GDP per kapita Indonesia yang mengalami penurunan maka daya beli masyarakat Indonesia terhadap kebutuhan wisata juga akan berkurang.

Hubungan positif antara harga pariwisata negara lain dengan permintaan pariwisata Indonesia yang menunjukkan bahwa dengan kenaikan harga-harga pariwisata di negara lain merupakan suatu kesempatan bagi Indonesia untuk mengambil peluang dalam meningkatkan jumlah wisatawan termasuk dalam hal ini permintaan terhadap barang-barang dan jasa yang dibutuhkan dalam kegiatan pariwisata (Adi Laksono, 2011). Sebaliknya hubungan antara harga pariwisata Indonesia terhadap aliran permintaan Indonesia adalah negatif, ini berarti

apabila harga pariwisata di Indonesia meningkat akan mempengaruhi besarnya jumlah kedatangan wisman yang berkunjung ke Indonesia dan konsumsi wisman di Indonesia. Meningkatnya harga menunjukkan harga pariwisata Indonesia akan terasa mahal terutama bila dibandingkan dengan adanya penurunan harga di negara-negara pesaing.

Hubungan negatif antara nilai tukar dan aliran permintaan pariwisata menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut terjadi melalui transmisi harga. Adanya fluktuasi nilai tukar akan mempengaruhi besar kecilnya permintaan akan pariwisata. Pada saat nilai tukar mata uang negara asal wisatawan meningkat maka permintaan terhadap komoditas barang/jasa pariwisata dan kunjungan wisatawan akan cenderung meningkat, ini terjadi karena harga di negara tujuan wisata akan terasa lebih murah dibandingkan pada saat nilai tukar negara asal wisatawan tersebut melemah terhadap mata uang negara tujuan wisata.

Begitu juga dengan biaya transportasi, apabila biaya transportasi ke Indonesia meningkat maka jumlah permintaan pariwisata dari dan ke negara lain akan menurun. Sebaliknya pada saat investasi meningkat (yang umumnya ditandai dengan bertambahnya fasilitas dan infrastruktur) yang memadai di suatu kawasan wisata, maka permintaan akan kunjungan wisatawan dan konsumsi wisatawan meningkat. GDP per kapita Indonesia, GDP per kapita negara asal wisman, harga pariwisata negara-negara pesaing yaitu negara-negara ASEAN, jarak ekonomi, biaya transportasi, ke Indonesia, populasi negara asal wisman, dan investasi masuk pariwisata ke Indonesia merupakan faktor-faktor yang dominan mempengaruhi aliran permintaan pariwisata Indonesia, dengan besarnya pengaruh 64 persen.

Sedangkan model aliran penawaran pariwisata Indonesia menggambarkan hubungan antara besarnya penawaran pariwisata terhadap GDP per kapita Indonesia dan GDP per kapita negara asal wisman, jarak ekonomi antara negara asal wisman dan Indonesia (sebagai *proxy*), harga pariwisata Indonesia di negara asal wisman, total belanja pemerintah sektor pariwisata, total konsumsi wisman per kunjungan, dan *dummy* krisis ekonomi domestik serta *travel warning* yang

ditujukan oleh negara asal wisman terhadap Indonesia dengan besarnya pengaruh 92 persen.

Hasil estimasi tabel 3 menunjukkan adanya hubungan antara besarnya penawaran pariwisata Indonesia dengan besarnya pendapatan per kapita nasional yang bersifat positif. Hubungan tersebut menunjukkan bahwa dengan kenaikan GDP per kapita akan menaikkan besarnya penawaran pariwisata. Besarnya penawaran pariwisata yang dinyatakan dengan kemampuan kapasitas produksi pariwisata disatu pihak merupakan pengeluaran bagi pemerintah dalam membiayai usaha peningkatan kapasitas produksi tersebut, ini berarti dengan semakin meningkatnya pendapatan masyarakat akan mendorong peningkatan kebutuhan barang/jasa (termasuk pariwisata). Sehingga untuk merespon besarnya kebutuhan tersebut maka harus diikuti

dengan peningkatan pada kegiatan-kegiatan produksi yang diikuti dengan semakin bertambahnya penawaran di berbagai sektor termasuk pariwisata.

Hubungan antara harga pariwisata terhadap total penawaran pariwisata adalah searah, ini menunjukkan bahwa dengan meningkatnya harga pariwisata antara Indonesia disebabkan oleh naiknya harga-harga kebutuhan pariwisata akibat meningkatnya biaya *input* produksi. Sedangkan hubungan antara penawaran pariwisata terhadap *dummy* krisis ekonomi Indonesia menunjukkan hubungan yang berlawanan dimana apabila terjadinya krisis ekonomi maka akan berdampak pada pengurangan kapasitas produksi dan dalam rangka mengurangi kerugian akibat krisis tersebut dan tentu saja berpengaruh pada besarnya penawaran agregat di Indonesia.

Tabel 3: Aliran Permintaan dan Penawaran Pariwisata Indonesia

Model	Variabel	Koefisien	Prob.	Adj. R-Squared
Aliran Permintaan Pariwisata Indonesia	GDP per kapita Indonesia**	0.274555	0.0000	0.64
	GDP perkapita negara wisman **	1.320372	0.0000	
	Harga pariwisata Indonesia	-0.146546	0.2151	
	Harga pariwisata negara pesaing*	0.527917	0.018	
	Nilai tukar	-0.025328	0.2302	
	Jarak ekonomi**	0.256923	0	
	Biaya transportasi Indonesia**	-0.204697	0.0001	
	Aliran Investasi Indonesia (<i>inward/outward</i>)*	-0.030095	0.0832	
	Populasi negara asal wisman**	0.917303	0.0000	
	<i>Travel warning</i> Indonesia	-0.166843	0.1102	
	<i>Travel warning</i> negara pesaing	0.045971	0.6282	
Aliran Penawaran Pariwisata Indonesia	GDP Per capita Indonesia**	0.755839	0.0201	0.92
	GDP Per capita negara asal wisman	-3.036687	0.1646	
	Jarak ekonomi **	0.283008	0.0431	
	Harga Pariwisata Indonesia**	0.242013	0.0000	
	Total Belanja Pemerintah Sektor pariwisata Indonesia*	0.14609	0.0616	
	Total barang/jasa yang tersedia di pariwisata **	0.26931	0.0492	
	Krisis ekonomi Indonesia**	-0.15737	0.0026	
	Travel Warning Indonesia**	0.176934	0.0085	

Sumber: data diolah

Keterangan:

*signifikansi ≤ 0.001

**signifikansi 0.001-0.005

***signifikansi 0.005 -0.15

Selain itu juga hubungan positif antara belanja pemerintah di sektor pariwisata dan konsumsi wisman per kunjungan menunjukkan bahwa jika ke dua variabel tersebut meningkat maka akan meningkatkan aliran penawaran pariwisata. Seperti diketahui bahwa belanja pemerintah di sektor pariwisata dilakukan oleh pemerintah dalam rangka pengembangan pariwisata dan memenuhi kebutuhan permintaan pariwisata. Saat pemerintah menaikkan anggaran belanja (fiskal ekspansif) dalam upaya meningkatkan pendapatan dan daya beli masyarakat maka bersamaan dengan itu akan terjadi peningkatan produksi barang/jasa yang sebagian di biayai oleh belanja pemerintah tersebut. Begitu juga dengan konsumsi atau belanja wisatawan menjadi faktor pendorong bagi pengembangan sarana dan prasarana pariwisata yang pada akhirnya menuju pada perkembangan pariwisata khususnya dan perekonomian pada umumnya.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN

Berdasarkan pembahasan sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan-kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil estimasi menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi aliran investasi (*inward-outward*) pariwisata Indonesia adalah jumlah penduduk negara asal wisman, jarak ekonomi antara Indonesia dengan negara asal wisman, dan pendapatan masyarakat (GDP per kapita) negara asal wisman dengan besarnya pengaruh rata-rata dari variabel-variabel tersebut terhadap besarnya aliran investasi adalah sebesar 42 persen. Indikasi adanya kebocoran ekonomi (*economy leakage*) dalam investasi terutama munculnya *export leakage* dan *invisible leakage* telah memberikan potensi kerugian penerimaan negara dan menyebabkan pertumbuhan investasi pariwisata tidak sejalan bila dibandingkan dengan perkembangan pariwisata Indonesia.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi aliran keluar barang dan jasa pariwisata (*outflow*) secara dominan adalah variabel jarak ekonomi antara Indonesia dengan negara asal wisman, populasi negara asal wisman, nilai tukar, harga pariwisata Indonesia di negara-negara asal wisman, dan nilai aliran (*outflow*) barang dan jasa pada tahun sebelumnya, dengan besarnya pengaruh faktor-faktor tersebut secara keseluruhan adalah sebesar 96 persen, yang menunjukkan adanya pengaruh yang kuat terhadap perkembangan aliran barang dan jasa (*outflow*) pariwisata Indonesia.
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi aliran masuknya barang dan jasa pariwisata (*inflow*) secara dominan adalah variabel jarak ekonomi, GDP Indonesia, dan aliran barang dan jasa (*inflow*) pariwisata yang masuk ke Indonesia tahun sebelumnya, harga pariwisata Indonesia, dan *travel warning* negara pesaing dengan besarnya pengaruh adalah 93 persen dan menunjukkan pengaruh yang cukup kuat terhadap perkembangan aliran barang dan jasa (*inflow*) pariwisata Indonesia. Adapun dampak negatif kenaikan GDP per kapita negara asal wisman terhadap kegiatan arus barang dan jasa pariwisata tersebut menunjukkan adanya kebocoran ekonomi (*economy leakage*) yang pada dasarnya kebocoran yang timbul terutama terjadi kebocoran impor (*import leakage*) dan kebocoran yang sifatnya tidak terlihat (*invisible leakage*) yang salah satunya disebabkan adanya praktek *transfer pricing* dalam transaksi barang/jasa pariwisata sehingga dalam hal ini kecenderungan harga-harga yang berlaku dalam kegiatan pariwisata cenderung mahal. Adapun *invisible leakage* pada kegiatan pariwisata Indonesia khususnya pada kegiatan investasi dan fiskal pada sektor pariwisata dimana potensi penerimaan negara dari pajak pendapatan baik itu yang berasal dari kegiatan investasi maupun kegiatan perdagangan di sektor ini mengalami kerugian akibat tidak masuknya potensi tersebut ke dalam penerimaan negara/kas negara seperti banyaknya kasus-kasus penggelapan pajak (*tax avoidance*) ataupun pembayaran pajak oleh investor asing yang dibebankan oleh konsumen melalui transaksi atau pembelian barang-barang dan jasa pariwisata oleh produsen pariwisata. Selain itu juga indikasi terjadinya *transfer pricing* dalam transaksi pariwisata juga salah satu penyebab dari timbulnya kebocoran tersebut sehingga dalam hal ini kecenderungan harga-harga yang berlaku dalam kegiatan pariwisata cenderung mahal.
4. Berdasarkan hasil estimasi adapun faktor-faktor yang menentukan besarnya aliran permintaan pariwisata Indonesia adalah GDP per kapita Indonesia dan GDP per kapita negara asal

wisman, harga pariwisata negara pesaing, jarak ekonomi, biaya transportasi, FDI pariwisata, dan populasi negara asal wisman dan besarnya dampak faktor-faktor tersebut terhadap aliran permintaan pariwisata Indonesia adalah sebesar 64 persen.

5. Hasil estimasi menunjukkan beberapa faktor seperti GDP per kapita Indonesia, jarak ekonomi, harga pariwisata Indonesia, total belanja pemerintah di sektor pariwisata, total barang dan jasa yang tersedia pada pariwisata, *travel warning*, dan krisis ekonomi dengan besarnya dampak secara keseluruhan terhadap aliran penawaran pariwisata adalah sebesar 92 persen.
6. Pendapatan masyarakat suatu negara juga berdampak positif pada besarnya pengeluaran wisman ke Indonesia per kunjungan. Semakin tinggi pendapatan masyarakat maka semakin berdampak positif terhadap tingkat konsumsi, nilai ekspor dan impor suatu negara, hal ini dikarenakan karena dengan pendapatan yang semakin meningkat akan berdampak pada peningkatan daya beli masyarakat termasuk daya beli pariwisata.
7. Faktor kualitatif seperti terjadinya krisis ekonomi dan *travel warning* tidak selalu mempengaruhi niat wisatawan untuk berkunjung ke Indonesia. Begitu juga dengan niat calon investor untuk masuk ke Indonesia menanamkan modalnya di sektor pariwisata. Hasil estimasi menunjukkan kebijakan *travel warning* terhadap besarnya pengeluaran investasi pariwisata justru bersifat *paradox* karena meski diberlakukan kebijakan *travel warning* oleh beberapa negara tidak memberikan pengaruh terhadap masuknya investasi di sektor ini.
8. Besarnya pengeluaran pemerintah pada sektor pariwisata mempengaruhi aktivitas/kegiatan pariwisata khususnya pada kegiatan investasi dan perdagangan pariwisata.

Adapun saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Investasi pariwisata di Indonesia perlu ditingkatkan kembali melalui upaya-upaya seperti: promosi investasi, menjaga kondisi ekonomi makro yang stabil, stabilitas keamanan, penyediaan dan perbaikan investasi fisik/ infrastruktur yang memadai.
2. Peningkatan perdagangan barang/jasa pariwisata perlu dilakukan melalui peningkatan daya saing

baik kualitas, harga yang kompetitif, teknologi yang digunakan, dan inovasi yang dihasilkan, maupun dukungan kebijakan-kebijakan pemerintah yang memudahkan transaksi arus barang/jasa, dan kebijakan fiskal baik pajak maupun belanja pemerintah yang mendukung pengembangan sektor pariwisata

3. Perbaiki kebijakan investasi dan administrasi pendataan jenis dan kepemilikan investasi di tingkat pusat dan daerah (BKPM dan BKPMMD) untuk mengurangi potensi kebocoran penerimaan negara khususnya di sektor pariwisata.
4. Meningkatkan daya saing produk dan layanan pariwisata Indonesia baik di dalam negeri maupun luar negeri untuk meningkatkan investasi dan perdagangan barang/jasa pariwisata
5. Peranan peningkatan belanja pemerintah sangat diperlukan dalam mendukung terjadinya pertumbuhan pariwisata melalui peningkatan belanja pembangunan baik fisik maupun non fisik yang berkaitan dengan pengembangan pariwisata maupun sektor-sektor lain yang memberikan efek langsung / tidak langsung terhadap pariwisata.
6. Menjaga stabilitas harga di dalam negeri dan stabilitas nilai tukar mata uang agar harga pariwisata Indonesia tetap kompetitif.
7. Kerja sama lintas sektor baik di sektor pertanian, perhubungan, komunikasi, dan sektor lainnya dalam upaya meningkatkan jaminan ketersediaan sarana/prasarana/barang dan jasa, kenyamanan dan keamanan pariwisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Alguacil, Ma. Teresa & Cuadros, Ana & Orts, Vicente, 2002. *Foreign Direct Investment, Exports and Domestic Performance in Mexico: a Causality Analysis*, Economics Letters, Elsevier, vol. 77(3), pages 371-376, November.
- Antariksa B. 2010. *Pengaruh Liberalisasi Perdagangan Jasa terhadap Daya Saing Kepariwisata Indonesia. Prosiding Pertemuan Diklat Pariwisata tingkat Lanjutan Tahun 2010*; Jakarta, 29 Juli 2010. Jakarta: Pusdiklat Kemenbudpar.
- Antara, Made. 1999. *Dampak Pengeluaran Pemerintah dan Wisatawan terhadap Kinerja Perekonomian Bali: Pendekatan Sosial Accounting Matrix*. (Disertasi). Bogor: IPB

- Aryoprato, Gandung. 2010. *Analisis Kebijakan Pengembangan Pariwisata Indonesia*. Universitas Indonesia
- Bull. A. 1995. *The Economics of Travel and Tourism*. Second Edition. Longman
- Darmoyo J. 2003. *Analisis Potensi Kecenderungan (Trend) Wisatawan Jepang terhadap Minat Obyek Wisata.. JIKP*, Volume 4 April 2003.
- Deliamov, 1995. *Pengantar Ekonomi Makro*. Jakarta: UI- Press
- Durbarry, Ramesh. 2006. *Tourism Expenditure in UK: Analysis of Competitiveness Using Gravity Based Model*. Nottingham University Business School. England
- Goeldner, C. R., J. R. B. Ritchie and R. W. McIntosh. 2000. *Tourism Components and Supply. In Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. New York, John Wiley and Sons Ltd.: 362-393
- Hady H. 2004. *Ekonomi Internasional, Teori dan Kebijakan Perdagangan Internasional*. Buku kesatu. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Hanafiah, M.H. & Harun, M.F. 2011. *Trade and Tourism Demand: A case of Malaysia*. International Conference on Business and Economic Research. Malaysia
- Heriawan R. 2004. *Peranan dan Dampak Pariwisata pada Perekonomi Indonesia: Suatu Pendekatan Model I-O dan SAM* [Disertasi]. Bogor: IPB.
- Krugman & Maurice S. 1997. *International Economics, Theory and Practice*, London Scott, Foresman & Company, 1997
- Kweka J. 2004. *Tourism and The Economy of Tanzania: a CGE Analysis*. Research Fellow Economic and Sosial Research Foundation. Oxford, UK: P.O. BOX 31226. 2004.
- Lumaksono, Adi. 2011. *Dampak Ekonomi Pariwisata Internasional Pada Perekonomian Indonesia: Suatu Pendekatan Ekonometrika dan Analisis Input-Output* (Disertasi). IPB. Bogor
- Mankiw, N.G. 2004. *Macroeconomics*. Harvard University. Worth Publisher Inc.
- Mathieson, Alister dan Wall, Geoffrey, 1982, *Tourism: Economic, Physical, and Sosial Impacts*, Longman, London and New York
- Pitana, I Gde, & Gayatri, Putu G. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta.: Andi
- Pramadhani, M., Bissoondeal R., & Driffield, N. (2007). *FDI, Trade and Growth, a Causality Link*. Research Paper, Aston Business School. Aston University, Birmingham RP 0710.
- Salvatore D. 1996. *Ekonomi Internasional*. Munandar H, penerjemah; Sumiharti Y, editor. Jakarta: Erlangga. Terjemahan dari: *International Economics*.
- Smith, S. L. J. 1988. *Defining Tourism: A Supply-Side View. Annuals of Tourism Research* 15(2) :179-190.
- Spillane & James, J. 1994. *Ekonomi Pariwisata: Sejarah dan Prospeknya*. Kanisius. Yogyakarta
- Sugiyarto G, Blake A, Sinclair MT. 2003. *Economic Impact of Tourism and Globalisation in Indonesia. Annuals of Tourism Research*, 30 (3). Hlm 683-701.
- Suyana, Made. 2006. *Pengaruh Perkembangan Pariwisata Terhadap Kinerja Perekonomian dan Perubahan Struktur Ekonomi Serta Kesejahteraan Masyarakat di Provinsi Bali* (Disertasi). Universitas Airlangga. Surabaya
- Tantowi A. 2009. *Determinants of Tourism Demand in Indonesia: A Panel Data Analsys* [Tesis]. Yokohoma, Jepang: Yokohama National University.
- Thapa, K. (2005). *Challenges and Opprtunities of Village Tourism in Sirubari*. B.Sc Thesis, School of Environmental Management and Sustainable Development, Pokhara University, Kathmandu
- Tribe, John. *The Economics of Recreation, Leisure, and Tourism*. Third Edition. Elsevier. Oxford. 2005
- UNEP DTIE. 2009. *Tourism in Third World Development*
- UNWTO 2009. *Tourism Highlights 2009 Edition* . <http://www.unwto.org> [21 April 2010].
- UNWTO. 2011. *Tourism Highlights 2011 Edition*. <http://www.unwto.org> [2 November 2011].
- World Economic Forum. 2011. *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011*. Geneva, Switzerland.
- Yoety, Oka. 1996. *Pemasaran Pariwisata*. Bandung : Angkasa.
- www.bi.go.id
www.bkpm.go.id
www.bps.go.id
www.imf.org
www.parekraf.go.id
www.unep.org
www.unwto.org
www.pajak.go.id