

Pengaruh Kedatangan Wisatawan, Pengeluaran Wisatawan, dan Investasi Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di ASEAN-4

Teguh Hadi Priyono^{a,1,*}, Edy Santoso^{b,2}, Nurul Fitriyani^{c,3}, Yulia Indrawati^{d,4}

^a Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember, Jalan Kalimantan no. 37, Jember, Indonesia

^b Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember, Jalan Kalimantan no. 37, Jember, Indonesia

^c Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember, Jalan Kalimantan no. 37, Jember, Indonesia

^d Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember, Jalan Kalimantan no. 37, Jember, Indonesia

¹ teguh_hadipriyo@yahoo.com*; ² edysantoso@unej.ac.id; ³ 180810101032@mail.unej.ac.id;

⁴ yuliaindrawati2012@gmail.com

* corresponding author

ARTICLE INFO

Article history

Received *January 2023*

Revised *May 2023*

Accepted *May 2023*

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of tourist arrivals, tourist expenditure, and tourism investment on economic growth in four ASEAN countries with almost the same tourism characteristics, namely Indonesia, the Philippines, Malaysia and Vietnam in 2005-2019. This study uses secondary data. The analytical tool used in this study is multiple linear regression analysis with the Fixed Effect Model (FEM) approach. The results showed that the variables of tourist arrivals, tourist expenditure, and tourism investment have a positive effect on economic growth and have a significant effect partially or simultaneously. Every change in the variable unit of tourist arrivals can result in a change in economic growth of 0.28%. Every change in the variable unit of tourist expenditure can result in a change in economic growth of 0.09%. Every change in the tourism investment variable unit can result in a change in economic growth of 0.05%.

Keywords

Tourist Arrival, Tourist Expenditure, Tourism Investment

1. Pendahuluan

Pertumbuhan ekonomi adalah suatu perbaikan terhadap kesejahteraan material secara terus-menerus dan berjangka panjang yang dapat dilihat dari lancarnya distribusi barang dan jasa. Singkatnya pertumbuhan ekonomi adalah suatu proses kenaikan *output* per kapita dalam jangka panjang (Jhingan, 2016). Pariwisata adalah salah satu sektor ekonomi yang dapat membantu mengatasi masalah makroekonomi seperti ketidakstabilan moneter, ketidakstabilan fiskal, maupun masalah pertumbuhan ekonomi dengan menciptakan kesempatan kerja bagi angkatan kerja, serta meningkatkan nilai tambah ekonomi. Secara langsung, sektor pariwisata berkontribusi terhadap penerimaan cadangan devisa negara dengan banyaknya wisatawan mancanegara yang datang berkunjung, peningkatan penerimaan devisa menstimulasi pertumbuhan ekonomi berjalan lebih lancar (Öztürk et al., 2019).

Pariwisata internasional diakui memiliki efek positif pada peningkatan pertumbuhan ekonomi jangka panjang melalui saluran yang berbeda. Pertama, pariwisata adalah penghasil devisa yang signifikan, memungkinkan untuk membayar barang modal impor atau *input* dasar yang digunakan dalam proses produksi. Kedua, pariwisata memainkan peran penting dalam memacu investasi dalam infrastruktur baru dan persaingan antara perusahaan lokal dan perusahaan di negara wisata lainnya. Ketiga, pariwisata merangsang industri ekonomi lainnya dengan efek langsung, tidak langsung dan induksi. Keempat, pariwisata berkontribusi untuk menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan. Kelima, pariwisata menyebabkan eksploitasi positif skala ekonomi di perusahaan nasional. Terakhir, pariwisata merupakan faktor penting dalam penyebaran pengetahuan teknis, stimulasi penelitian dan pengembangan, dan akumulasi modal manusia. Hal ini merupakan bukti bahwa pariwisata dapat mempromosikan atau menyebabkan pertumbuhan ekonomi jangka panjang yang dikenal dalam literatur sebagai *Tourism Led Growth* (TLG) (Schubert, 2009).

Kim, 1988 dalam (Song et al., 2010), mengategorikan kriteria pengukuran untuk semua jenis perjalanan pariwisata ke dalam empat kelompok, yaitu: (i) kriteria pelaku: misalnya jumlah kedatangan wisatawan; (ii) kriteria keuangan: misalnya tingkat pengeluaran wisatawan (penerimaan); (iii) kriteria waktu: contohnya wisata malam; dan (iv) kriteria jarak tempuh: misalnya, jarak yang ditempuh dalam mil atau kilometer. Mempertimbangkan ketersediaan statistik dan konsistensi antara sumber data, kedatangan wisatawan (TA) dan pengeluaran wisatawan (TE) adalah ukuran permintaan pariwisata yang paling umum digunakan dalam studi *Tourism Led Growth* (TLG).

Menurut Nawaz & Hassan (2016), selain kedatangan wisatawan dan pengeluaran wisatawan instrumen lain yang dapat meningkatkan pertumbuhan pariwisata adalah investasi. Hal ini didukung oleh pemikiran Harrod-Domar yang beranggapan bahwa investasi merupakan suatu injeksi perekonomian yang tidak hanya berdampak pada sisi permintaan melainkan juga berdampak terhadap sisi penawaran. Investasi modal dalam pariwisata sangat dibutuhkan untuk mendorong perkembangan infrastruktur daerah pariwisata, perbaikan sarana dan prasarana fasilitas publik di daerah pariwisata serta menunjang pertumbuhan ekonomi negara tuan rumah melalui peningkatan pendapatan, peningkatan lapangan kerja lokal, peningkatan devisa dan perbaikan distribusi pendapatan.

2. Tinjauan Pustaka

Cunha (2012), menyebutkan dalam penelitiannya bahwa pada tahun 1937, *League of Nations* (LON), merumuskan istilah 'turis' diterapkan kepada setiap individu yang bepergian dalam jangka waktu 24 jam atau lebih di negara selain tempat tinggalnya. Kelemahannya, LON tidak menetapkan batas maksimum durasi perjalanan. Selanjutnya pada tahun 1953, *International Union of Official Travel Organizations* (IUOTO) memperkenalkan istilah 'pengunjung' bagi individu non-penduduk yang berniat untuk tinggal selama satu tahun atau kurang tanpa melakukan pekerjaan yang dibayar dan menetapkan 12 bulan sebagai batas maksimum durasi tinggal. Tahun 1954, *United Nations Convention on Customs Facilities for Touring* (UNCCFT) memperkenalkan istilah 'wisatawan' sebagai setiap individu yang memasuki wilayah suatu Negara selain dari wilayah tempat tinggalnya dan tinggal selama lebih dari 24 jam dan kurang dari 6 bulan, selama perjalanan tersebut disebabkan oleh motif non-imigran yang sah seperti pariwisata, rekreasi, olahraga, kesehatan, alasan keluarga, studi, ziarah keagamaan atau bisnis.

Balaguer & Cantavella-Jordá (2002), beranggapan bahwa pertumbuhan ekonomi suatu negara tidak hanya merupakan fungsi dari tenaga kerja, modal, ekspor, dan faktor-faktor lain di suatu negara, tetapi juga dapat dipengaruhi oleh jumlah wisatawan yang berkunjung ke negara tersebut. Menurut penelitian **Yang et al. (2010)** ada empat karakteristik yang dapat meningkatkan dan menurunkan angka kedatangan wisatawan pada suatu negara yaitu: jumlah hunian dan akomodasi, menurutnya banyak-sedikitnya akomodasi hotel diperlukan oleh negara tujuan wisata untuk meyakinkan maskapai penerbangan dalam penetapan rute perjalanan wisata. Selanjutnya, tingkat kejahatan, menunjukkan keamanan publik yang diukur dengan jumlah kasus kriminal per tahun, di mana daerah dengan tingkat kriminalitas yang lebih tinggi akan mengurangi keinginan wisatawan internasional untuk berkunjung. Kemudian, karakteristik yang ketiga adalah kestabilan politik, di mana semakin tidak stabil politik suatu negara maka tingkat kedatangan wisatawan relatif semakin menurun dan sebaliknya. Dan karakteristik terakhir yang dapat meningkatkan dan menurunkan angka kedatangan wisatawan menurut Yang dkk. adalah wabah penyakit di suatu negara.

Pengeluaran wisatawan adalah jumlah pengeluaran yang dilakukan oleh wisatawan untuk konsumsi selama perjalanan yang mencakup akomodasi, makanan dan minuman, transportasi, belanja, kedatangan, dan hiburan dari daerah asal ke daerah tujuan wisata. Besarnya pengeluaran wisatawan tergantung pada interaksi antara pengunjung dan destinasi lokal, seperti biaya transportasi, makanan/minuman, dan suvenir. (**Tanana et al., 2021; Zakaria et al., 2021**). Keynesian, berpendapat bahwa peningkatan kedatangan turis dikaitkan dengan ekspansi pengeluaran swasta melalui efek pengganda (*multiplier effect*). Menurutinya, pengeluaran wisatawan mewakili permintaan bersih untuk *output* domestik. Permintaan bersih seperti itu memberikan pendapatan dalam perekonomian, penerima pendapatan tambahan ini pada gilirannya meningkatkan konsumsi mereka, menciptakan produksi lebih lanjut dan keuntungan pendapatan dalam rantai yang tak berujung tetapi berkurang dengan cepat. Mengingat bahwa pendapatan sering kali menjadi penentu utama konsumsi, masuk akal untuk mengasumsikan bahwa kedatangan turis juga dapat memengaruhi konsumsi rumah tangga. Pengeluaran wisatawan merepresentasikan kontribusi terhadap pendapatan pariwisata dan setiap negara merancang sistem kebijakan pariwisata untuk mendorong peningkatan total pengeluaran wisatawan. Bersamaan dengan jumlah kedatangan wisatawan, rata-rata pengeluaran wisatawan menentukan tingkat pendapatan pariwisata. Sehingga semakin tinggi rata-rata pengeluaran per wisatawan, semakin tinggi pula pendapatan pariwisata (**Turguttopbaş, 2019**).

Investasi pariwisata merupakan stimulus pertumbuhan serta pembangunan ekonomi yang berpotensi signifikan untuk pengentasan kemiskinan. Investasi pariwisata memiliki efek multiplier yang memiliki dampak langsung seperti penciptaan lapangan kerja, penciptaan keterampilan, upah yang lebih tinggi, dan pembangunan infrastruktur serta perbaikan sarana dan prasarana di daerah destinasi wisata; sedangkan dampak tidak langsung dari investasi pariwisata seperti efek harga dan permintaannya pada tanah (**Banerjee et al., 2015**). Investasi di sektor pariwisata akan membantu negara-negara berkembang untuk mengurangi dampak kesenjangan pembangunan yang merugikan antara negara maju dan negara berkembang. Di sisi lain, pertumbuhan kedatangan wisatawan mendorong peningkatan permintaan barang dan jasa seperti makanan, akomodasi dan transportasi. Oleh karena itu, pemerintah sering kali lebih memilih untuk menarik investasi lebih lanjut untuk memperluas produk dan infrastruktur dalam negeri guna menutupi peningkatan permintaan wisatawan akan barang dan jasa (**Samimi et al., 2013**). Investasi di sektor pariwisata, seperti halnya investasi di sektor lain, sering dianggap sebagai peningkat pertumbuhan dan dianggap sebagai mesin yang efektif untuk pembangunan ekonomi. Hal ini terutama dilihat sebagai saluran penting melalui modal, teknologi dan pengetahuan ditransfer ke negara penerima. Dengan mentransfer pengetahuan, investasi biasanya meningkatkan stok pengetahuan yang ada di negara tuan rumah melalui pelatihan tenaga kerja, transfer keterampilan dan transfer praktik manajerial dan organisasi baru. Perusahaan pariwisata asing juga sering bertindak sebagai katalis untuk suntikan modal segar di negara tuan rumah dan juga membantu dalam menarik operator pariwisata dan wisatawan asing.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, yang menggunakan data sekunder yaitu data yang diperoleh dari sumber ketiga. Data yang digunakan berbentuk data panel, yaitu data gabungan antara *cross section* dan *time series*. Data *time series* yang digunakan adalah 15 tahun, dengan *cross section* yang terdiri dari 4 negara ASEAN yaitu Indonesia, Filipina, Malaysia, dan Vietnam. Variabel independen dalam penelitian ini adalah jumlah kedatangan wisatawan, jumlah pengeluaran wisatawan, dan tingkat investasi pariwisata. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah tingkat pertumbuhan ekonomi. Data sekunder yang telah diperoleh, kemudian diolah menggunakan *software* Microsoft Excel 2016, selanjutnya dianalisis menggunakan alat analisis regresi linear berganda menggunakan *software E-views 12* untuk dapat diketahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Jenis data yang digunakan adalah data panel, yaitu gabungan dari data *time series* dan *cross section*. Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari *World Bank, ASEAN Stats Data Portal, World Travel and Tourism Council*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah negara anggota ASEAN. Sedangkan sampel yang digunakan adalah negara Indonesia, Filipina, Malaysia, dan Vietnam. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Sehingga langkah pertama yang dilakukan adalah penentuan model estimasi yang akan digunakan dengan melakukan Uji Chow dan Uji Hausman. Berdasarkan hasil dari Uji Chow dan Uji Hausman, model estimasi yang paling cocok digunakan adalah *Fixed Effect Model*. Sehingga model persamaan yang berlaku adalah sebagai berikut:

$$GROWTH_{it} = \beta_0 + \beta_1 TA_{it} + \beta_2 TE_{it} + \beta_3 I_{it} + \varepsilon_{it}$$

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Langkah pertama dalam analisis regresi linear berganda adalah menentukan model regresi terbaik yang digunakan dalam penelitian menggunakan Uji Chow dan Uji Hausman. Berikut tabel hasil Uji Chow dan Uji Hausman:

Tabel 1. Hasil Uji Chow dan Uji Hausman

Uji	Probabilitas	Hipotesis	Model
Uji Chow	0.0029	H ₀ ditolak	FEM
Uji Hausman	0.0031	H ₀ ditolak	FEM

Source : Output E-views 12

Hasil dari pengujian model estimasi didapatkan bahwa model terbaik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Fixed Effect Model*. Berikut hasil estimasi menggunakan *Fixed Effect Model*:

Tabel 2. Hasil Estimasi *Fixed effect Model*

Variabel	Koefisien	Std. Error	t-Statistic	Prob
C	3.580535	0.160397	22.32298	0.0000
TA	0.281725	0.039773	7.083278	0.0000
TE	0.090028	0.030379	2.963538	0.0045
I	0.059001	0.012658	4.661195	0.0000
Weighted Statistic				
R-squared			0.909792	

F-statistic	89.08816
Prob(F-statistic)	0.000000
Durbin-Watson stat	2.202691

Source : Output E-views 12

Berdasarkan tabel 2 nilai koefisien masing-masing variabel yakni 0.281725, 0.090028, dan 0.059001 menunjukkan bahwa variabel kedatangan wisatawan, pengeluaran wisatawan, dan investasi pariwisata berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi di 4 negara ASEAN. Nilai prob (F-statistic) atau p-value adalah 0.000000 lebih kecil dari α atau taraf signifikansi, sehingga H_0 ditolak mengartikan bahwa variabel kedatangan wisatawan, pengeluaran wisatawan, dan investasi pariwisata secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel pertumbuhan GDP.

Hasil uji-t diperoleh dari nilai probabilitas masing-masing variabel independen. Nilai probabilitas variabel kedatangan wisatawan yaitu 0.0000 atau kurang dari α yaitu 0.05 sehingga H_0 ditolak, artinya variabel kedatangan wisatawan di empat negara ASEAN secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu pertumbuhan GDP di empat negara ASEAN. Nilai probabilitas variabel pengeluaran wisatawan yaitu 0.0045 atau kurang dari α yaitu 0.05 sehingga H_0 ditolak, artinya variabel pengeluaran wisatawan di empat negara ASEAN secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu pertumbuhan GDP di empat negara ASEAN. Nilai probabilitas variabel investasi pariwisata yaitu 0.0000 atau kurang dari α yaitu 0.05 sehingga H_0 ditolak, artinya variabel investasi pariwisata di empat negara ASEAN secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu pertumbuhan GDP di empat negara ASEAN.

Hasil uji F diperoleh dari nilai probabilitas F-statistik. Nilai probabilitas F statistik dalam tabel 2 adalah 0.000000 kurang dari α yaitu 0.05 sehingga H_0 ditolak, artinya variabel independen yaitu kedatangan wisatawan, pengeluaran wisatawan, dan investasi pariwisata di empat negara ASEAN secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu pertumbuhan GDP di empat negara ASEAN.

Hasil estimasi koefisien determinasi *Fixed Effect Model* (FEM) yang ditunjukkan dalam tabel 2 adalah sebesar 0.909792. Hasil ini merepresentasikan bahwa 90% sebaran variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen. Sedangkan 10% lainnya tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen atau dapat dijelaskan oleh variabel *error* di luar model.

5. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil pembahasan dalam penelitian ini adalah:

1. Kedatangan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di empat negara ASEAN.
2. Pengeluaran wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di empat negara ASEAN.
3. Investasi pariwisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di empat negara ASEAN.

Daftar Pustaka

- Balaguer, J., & Cantavella-Jordá, M. (2002). Tourism as a long-run economic growth factor: The Spanish case. *Applied Economics*, 34(7), 877–884.
- Banerjee, O., Cicowiez, M., & Gachot, S. (2015). A quantitative framework for assessing public investment in tourism – An application to Haiti. *Tourism Management*, 51, 157–173.

- Cunha, L. (2012). *The Definition and Scope of Tourism: A Necessary Inquiry*. 24.
- Jhingan, M. L. (2016). *Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan Terjemahan Cetakan Ke-17*. Rajawali Pers.
- Nawaz, M. A., & Hassan, S. (2016). Investment and tourism: Insights from the literature. *International Journal of Economic Perspectives*, 10(4), 11.
- Öztürk, M., Ihtiyar, A., & Aras, O. N. (2019). The Relationship Between Tourism Industry and Economic Growth: A Panel Data Analysis for ASEAN Member Countries. In S. Rezaei (Ed.), *Quantitative Tourism Research in Asia* (pp. 35–58). Springer Singapore.
- Samimi, A. J., Sadeghi, S., & Sadeghi, S. (2013). *The Relationship between Foreign Direct Investment and Tourism Development: Evidence from Developing Countries*. 10.
- Schubert, S. F. (2009). *A Dynamic Model of Economic Growth in a Small Tourism Driven Economy*. 26.
- Song, H., Li, G., Witt, S. F., & Fei, B. (2010). Tourism Demand Modelling and Forecasting: How Should Demand Be Measured? *Tourism Economics*, 16(1), 63–81.
- Tanana, A., Caruso, M., & RodriGuez, C. (2021). Determinants of The Expenditure of Tourist Demand in Coastal Destinations. *Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR)*.
- Turguttopbaş, N. (2019). The Funding Structure of Turkish Tourism Sector and a Model Proposal for Tourism Revenue. *International Journal of Health Management and Tourism*, 1–14.
- Yang, C.-H., Lin, H.-L., & Han, C.-C. (2010). Analysis of international tourist arrivals in China: The role of World Heritage Sites. *Tourism Management*, 31(6), 827–837.
- Zakaria, H., Numata, S., & Hihara, K. (2021). Expenditure Patterns of Foreign Resident Visitors and Foreign Tourist Visitors at a Day-Trip Nature-Based Destination. *Tourism and Hospitality*, 2(2), 277–287.