



**PENGARUH PENGGUNA INTERNET, INDEKS PEMBANGUNAN  
MANUSIA, *FOREIGN DIRECT INVESTMENT*, DAN KRISIS *SUBPRIME  
MORTGAGE* TERHADAP KEDATANGAN WISATAWAN DI ASEAN**

**SKRIPSI**

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**Pada Universitas Negeri Semarang**

**Oleh :**

**Soviyana Retnaningsih**

**7111416056**

**JURUSAN EKONOMI PEMBANGUNAN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG**

**2020**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia ujian skripsi pada:

Hari :

Tanggal :

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan



Fafurida, S.E., M.Sc.

NIP. 198502162008122004

Dosen Pembimbing



Fafurida, S.E., M.Sc.

NIP. 198502162008122004

## PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas  
Ekonomi Universitas Negeri Semarang pada :

Hari : Selasa  
Tanggal : 21 Juli 2020

Penguji I



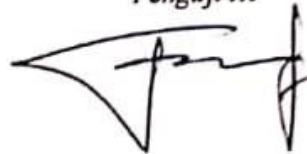
Dyah Maya Nihayah, S.E., M.Si.  
NIP. 197705022008122001

Penguji II



Andryan Setyadharma, S.E., M.Si., Ph.D.  
NIP. 197901022008121003

Penguji III



Fafurida, S.E., M.Sc.  
NIP. 198502162008122004

Mengetahui,



Dekan Fakultas Ekonomi  
UNNES  
Drs. Heri Yanto, M.BA, Ph.D.  
NIP. 196307181987021001

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Soviyana Retnaningsih

NIM : 7111416056

Tempat Tanggal Lahir : Klaten, 7 Maret 1998

Alamat : Serutan, Baran, Cawas, Klaten, Jawa Tengah

Menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 21 Juli 2020



Soviyana Retnaningsih

NIM. 7111416056

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### Motto

- ❖ *“All is well.”*
- ❖ “Adil itu milik Tuhan.”
- ❖ “Selalu berbuat baiklah hingga kamu sadar kebaikanmu tak selalu terbalas oleh seseorang namun Tuhan membalasmu lewat jalan yang lebih indah”
- ❖ “Bersyukurlah karena kamu akan punya segalanya.”

### Persembahan

Dengan rasa syukur kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya skripsi ini saya persembahkan untuk:

- ❖ Orang tua, keluarga, dan teman tercinta.
- ❖ Almamater Universitas Negeri Semarang.

## PRAKATA

Puji dan syukur kehadiran Tuhan YME yang telah melimpahkan karunia dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Pengguna internet, Indeks Pembangunan Manusia, *Foreign Direct Investment*, dan Krisis *Subprime Mortgage* terhadap Kedatangan Wisatawan di ASEAN”. Sebagai syarat untuk menyelesaikan program studi S1 Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Berbagai pihak senantiasa membantu dan mendukung demi terselesaikannya skripsi ini. Maka dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M.Hum., Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di Universitas Negara Semarang.
2. Drs. Heri Yanto MBA, PhD., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, dengan kebijaksanaannya memberikan kesempatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan studi dan skripsi dengan baik.
3. Dyah Maya Nihayah, S.E., M.Si. Dosen penguji 1 yang telah memberikan ilmu serta arahan kepada penulis.
4. Andryan Setyadharma, S.E., M.Si., Ph.D. Dosen penguji 2 yang telah memberikan ilmu serta arahan kepada penulis.
5. Fafurida, S.E., M.Sc., Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Semarang sekaligus dosen pembimbing dan penguji 3 yang selalu memberikan bimbingan, dan saran kepada penulis selama penyusunan skripsi.

6. Prof. Dr. Etty Soesilowati, M.Si. Dosen wali yang telah memberikan bimbingan kepada penulis selama masa studi.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang atas semua bekal ilmu dan pengetahuan yang telah diberikan kepada penulis selama masa studi.
8. Ibu saya Randiyem, bapak saya Supardi, Adik saya Fandy Irfan Nurkolis, dan keluarga yang telah memberikan doa, dukungan dan semangat yang tiada henti selama masa studi dan penyusunan skripsi.
9. Sahabat saya Amanah, Warti, Novi, Akhsan, Arini, Nungky, Lestari, Yayuk yang selalu menyemangati.
10. Teman-teman mulai dari PKL, KKN Desa Pelemkerep Jepara, KIME, Kos Vitra yang menjadi penyemangat.
11. Teman-teman rombel Ekonomi Pembangunan A 2016 yang menjadi teman seperjuangan selama masa studi dan penyusunan skripsi.
12. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limpahan dan balasan dari Tuhan YME, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi pembaca.

Semarang, 21 Juli 2020



Penulis

## SARI

**Retnaningsih, Soviyana.** 2020. “Pengaruh Pengguna Internet, Indeks Pembangunan Manusia, *Foreign Direct Investment*, dan Krisis *Subprime Mortgage* terhadap Kedatangan Wisatawan di ASEAN”. Skripsi. Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing: Fafurida, S.E., M.Sc.

**Kata Kunci :** pengguna internet, IPM, *subprime mortgage*, FDI, Wisata.

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang mendorong perkembangan perekonomian. Kedatangan wisatawan di setiap negara di ASEAN memiliki jumlah yang tinggi namun disisi lain juga terdapat negara dengan jumlah yang sangat rendah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara pengguna internet, Indeks Pembangunan Manusia (IPM), *Foreign Direct Investment* (FDI), dan krisis *subprime mortgage* terhadap kedatangan wisatawan pada destinasi di ASEAN periode 2004-2018.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi data panel yaitu kombinasi *time series* dan *cross section*, melalui pendekatan *Fixed Effect Model* (FEM) menggunakan program Eviews 9.0. Pengguna internet, IPM, krisis *subprime mortgage*, dan FDI secara bersamaan berpengaruh terhadap kedatangan wisatawan pada destinasi di ASEAN periode 2004-2018. Secara individu variabel pengguna internet, FDI berpengaruh positif dan variabel krisis *subprime mortgage* berpengaruh negatif. Variabel IPM tidak berpengaruh signifikan terhadap kedatangan pariwisata. Hasil tersebut menunjukkan bahwa negara di ASEAN perlu pengembangan di bidang teknologi komunikasi terkhusus internet, pengembangan kondisi pendidikan, kesehatan maupun peningkatan pendapatan, menjaga kestabilan perekonomian, dan mendorong adanya modal asing untuk masuk untuk membantu pengembangan sektor pariwisata.



## ABSTRACT

**Retnaningsih, Soviyana.** 2020. “The Effect of Internet Users, Human Development Index, Foreign Direct Investment, and Subprime Mortgage Crisis on Tourist Arrivals in ASEAN”. Final Project. Department of Economic Development Faculty of Economic. Semarang State University. Adviser : Fafurida, S.E., M.Sc

**Keyword : Internet users, HDI, FDI, Subprime Mortgage, Tourist.**

The tourism sector is one sector that encourages economic development. The arrival of tourists in every country in ASEAN has a high number but on the other hand also includes countries with a very low number. This study aims to analyze the relationship between internet users, the Human Development Index (HDI), Foreign Direct Investment (FDI), and subprime mortgage crisis of tourists arrivals to ASEAN in the 2004-2018 period.

This study uses panel data regression analysis which is a combination of time series and cross sections, through the contribution of the Fixed Effect Model (FEM) using the Eviews 9.0 program. Internet access, HDI, FDI, and subprime mortgage crisis have significant effect to tourist arrivals to destinations in ASEAN in the 2004-2018 period. Individually the variables internet users, FDI have a positive effect and subprime mortgage crisis have negative effect. HDI variabel not effected on tourist arrivals. These results indicate that ASEAN countries need to develop in the field of communication technology especially the internet, development of education, health, financial increase, financial investment, and encourage foreign capital to enter to help the development tourism sector.

## DAFTAR ISI

<b>PENGESAHAN KELULUSAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>vi</b>
<b>SARI .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian .....	15
1.5 Orisinalitas Penelitian.....	15
<b>BAB II .....</b>	<b>16</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>16</b>
2.1 Pariwisata .....	16
2.1.1 Teori Penawaran Pariwisata .....	18
2.1.2 Bentuk – Bentuk Wisata .....	23
2.2 Pengguna Internet.....	25
2.3 Indeks Pembangunan Manusia .....	27
2.4 <i>Foreign Direct Investment</i> .....	28
2.5 <i>Subprime Mortgage</i> .....	31
2.6 Hubungan Antar Variabel .....	33
2.7 Penelitian Terdahulu.....	34
2.8 Kerangka Berpikir .....	45
2.9 Hipotesis Penelitian .....	46
<b>BAB III.....</b>	<b>47</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>47</b>
3.1 Jenis dan Desain Penelitian .....	47
3.2 Operasional Variabel Penelitian .....	47
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	50
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	51

3.5 Metode Analisis Data .....	51
3.6 Pengujian Model.....	54
3.7 Pengujian Statistik Analisis Regresi.....	56
3.8 Uji Asumsi Klasik .....	57
<b>BAB IV .....</b>	<b>61</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>61</b>
4.1 Gambaran Umum .....	61
4.1.1 Gambaran Umum Pariwisata ASEAN .....	64
4.1.2 Gambaran Umum Pengguna Internet ASEAN.....	66
4.1.3 Gambaran Umum Indeks Pembangunan Manusia di ASEAN.....	68
4.1.4 Gambaran Umum <i>Foreign Direct Investment</i> di ASEAN .....	70
4.1.4 Gambaran Umum <i>Subprime Mortgage</i> di ASEAN.....	72
4.2 Hasil Analisis .....	74
4.2.1 Uji Spesifikasi Model .....	74
4.2.2 Uji Signifikasi.....	78
4.2.3 Model Analisis Data Panel .....	83
4.2.4 Uji Asumsi Klasik .....	87
4.3 Pembahasan .....	90
4.3.1 Pengaruh Pengguna internet terhadap Kedatangan Wisatawan pada Destinasi di ASEAN tahun 2004-2018.....	90
4.3.2 Pengaruh Indeks Pembangunan Manusia terhadap Kedatangan Wisatawan pada Destinasi di ASEAN tahun 2004-2018 .....	93
4.3.3 Pengaruh <i>Foreign Direct Investment</i> terhadap Kedatangan Wisatawan pada Destinasi di ASEAN tahun 2004-2018 .....	96
4.3.4 Pengaruh <i>Subprime Mortgage</i> terhadap Kedatangan Wisatawan pada Destinasi di ASEAN tahun 2004-2018.....	98
<b>BAB V.....</b>	<b>101</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>101</b>
5.1 KESIMPULAN .....	101
5.2. SARAN.....	102
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>104</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>109</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Hal.
2.1 Penelitian Terdahulu .....	30
4.1 Pertumbuhan <i>Gross Domestic Product</i> (GDP) di ASEAN.....	64
4.2 Hasil Pengguna internet, Pengaruh Indeks Pembangunan Manusia, Krisis <i>Foreign Direct Investment</i> , dan Krisis <i>Subprime Mortgage</i> terhadap Kedatangan Wisatawan di ASEAN .....	66
4.3 Uji Chow .....	67
4.4 <i>Housman Test</i> .....	68
4.5 Nilai Koefisien Determinasi (FEM) .....	69
4.6 Uji t-statistik.....	70
4.7 Uji F-statistik.....	72
4.8 <i>Cross-section Effect</i> Hasil Regresi <i>Fixed Effect Model</i> .....	82
4.9 Uji Multikolinieritas.....	85
4.10 Perbandingan Kedatangan Wisatawan dengan Nilai IPM .....	92

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal.
1.1 Rata-rata Pertumbuhan Pendapatan Sektor Pariwisata .....	3
1.2 Jumlah Kedatangan Wisatawan Asing di Asia Pasifik .....	4
1.3 Jumlah Kedatangan Wisatawan pada Destinasi di ASEAN .....	5
1.4 Pengguna terhadap Jasa Internet di ASEAN.....	6
1.5 Indeks Pembangunan Manusia di ASEAN .....	7
1.6 <i>Foreign Direct Investment</i> di ASEAN.....	9
2.1 Ruang Lingkup Geografi Pariwisata menurut Teori Cooper .....	15
2.2 Kerangka Berpikir.....	37
4.1 Peta 10 Negara di ASEAN.....	54
4.2 Jumlah Kedatangan Wisatawan di ASEAN.....	57
4.3 Rata-rata Pengguna Internet di ASEAN .....	58
4.4 Rata-rata Nilai Indeks Pembangunan Manusia di ASEAN.....	60
4.5 Rata-rata <i>Foreign Direct Investment</i> di ASEAN .....	62
4.6 Hasil Uji Normalitas dengan Histogram .....	81
4.7 Uji Autokorelasi.....	83

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Globalisasi menyebabkan terbentuknya daerah atau kawasan yang saling terintegrasi di bidang ekonomi regional. Kawasan integrasi regional merupakan kawasan yang dibentuk dan didirikan oleh beberapa negara yang memiliki tujuan untuk meningkatkan kerjasama sosial, ekonomi dan budaya dalam rangka mempersiapkan dan menghadapi persaingan global. ASEAN merupakan salah satu kawasan integrasi ekonomi regional yang ada di dunia. Level integrasi berbagai kawasan integrasi ekonomi regional tergantung pada kesepakatan-kesepakatan dan juga kerja sama oleh masing-masing negara anggotanya.

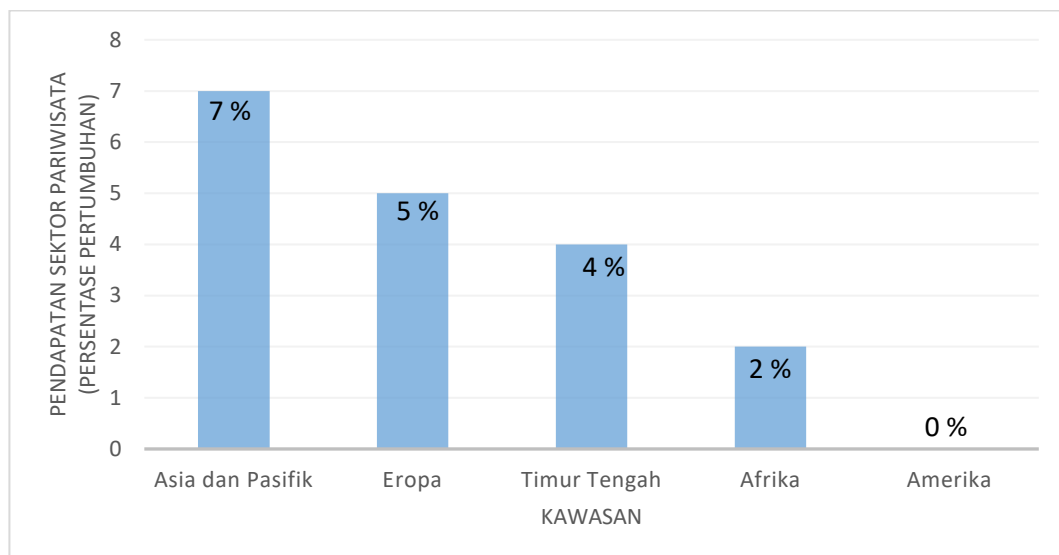
*Association of South East Asia Nations* (ASEAN) merupakan kawasan integrasi ekonomi regional yang terletak di kawasan Asia Tenggara. Perkembangan ekonomi ASEAN didominasi oleh enam negara utama yaitu Indonesia, Thailand, Filipina, Malaysia, Singapura, dan Vietnam secara keseluruhan. Keenam negara sering disebut dengan ASEAN 6. ASEAN mewadahi berbagai kerja sama yang dilaksanakan oleh negara anggota di kawasan Asia Tenggara. ASEAN didirikan pada tanggal 8 Agustus 1967 di Bangkok (Thailand) oleh Indonesia, Malaysia, Thailand, Singapura, dan Filipina. Deklarasi Bangkok menandai berdirinya ASEAN. ASEAN memiliki tujuan untuk menciptakan dan memperluas kerja sama antarnegara anggota ASEAN mengenai

perkembangan sosial budaya, pertumbuhan ekonomi, serta perdamaian dan stabilitas di kawasan ASEAN (Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia).

Dalam peningkatan perekonomian di ASEAN maka dibentuk ASEAN *Economic Community*. ASEAN *Economic Community* dibentuk pada tahun 2015, yang mengacu dalam cetak biru (*blueprint*) AEC yang memuat empat pilar utama antara lain: (1) ASEAN merupakan pasar tunggal dan basis produksi yang didorong dengan adanya elemen aliran bebas tentang jasa, investasi, barang, tenaga kerja terdidik dan aliran modal yang lebih bebas; (2) ASEAN sebagai kawasan yang berdaya saing ekonomi tinggi, elemen peraturan kompetisi, adanya perlindungan konsumen, hak atas kekayaan intelektual, pengembangan infrastruktur, perpajakan, dan *e-commerce*; (3) ASEAN merupakan kawasan dengan pengembangan ekonomi yang merata; dan (4) ASEAN merupakan kawasan yang terintegrasi secara total dengan perekonomian global (*Blueprint ASEAN*).

Kegiatan sektor menyebabkan permintaan baik dari segi konsumsi ataupun investasi yang nantinya akan mendorong adanya kegiatan produksi barang maupun produksi jasa. Saat melakukan kegiatan berwisata, wisatawan akan melakukan berbagai aktifitas atau transaksi berjalan, sehingga secara tidak langsung akan meningkatkan permintaan terhadap barang ataupun jasa. Kegiatan tersebut akan mendorong pergerakan permintaan modal dan bahan baku produksi dalam rangka memenuhi permintaan wisatawan. Pemenuhan kebutuhan wisatawan atau permintaan wisatawan diperlukan adanya investasi di beberapa bidang misalkan rumah makan, perhotelan, dan industri (Spillane, 2001).

Perkembangan sektor pariwisata tidak jauh dari adanya permintaan dan penawaran. Sebagian dari *trend* pariwisata mendatang mencakup meningkatnya minat terhadap pariwisata. Wisatawan juga memiliki keinginan untuk mendapatkan pengalaman berwisata dan juga dalam hal gaya hidup. Perkembangan sektor pariwisata yang sangat dinamis atau mudah berubah dan terus didorong dengan adanya kesejahteraan perekonomian global mengakibatkan sektor pariwisata mempunyai peran yang penting dalam perekonomian (Subanti, 2011).



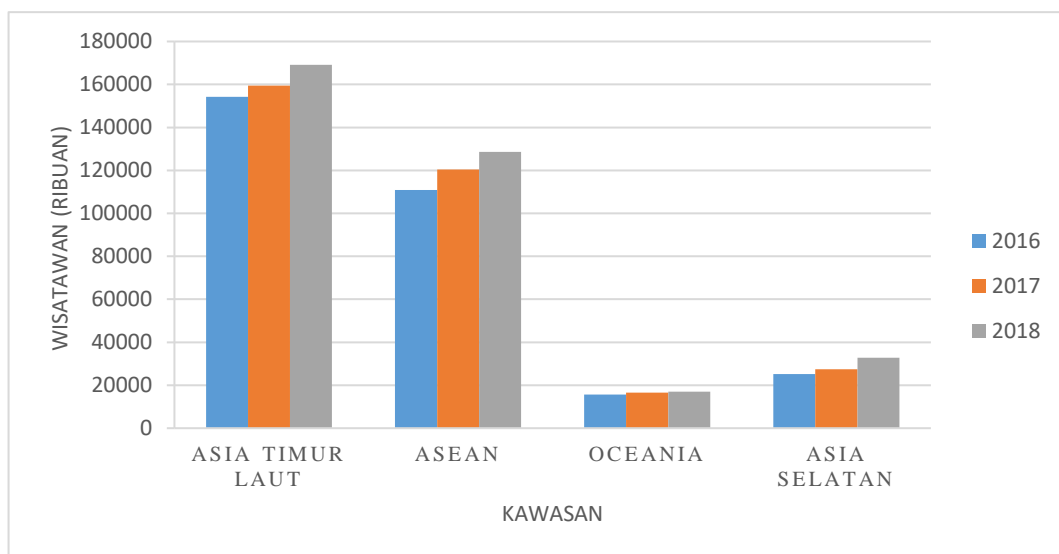
**Gambar 1.1 Rata-rata Pertumbuhan Pendapatan Sektor Pariwisata dari Kedatangan Wisatawan tahun 2018 (persentase pertumbuhan)**

Sumber: *World Tourism Organization (UNWTO)*

Dari tabel 1.2 dapat dilihat bahwa Asia Pasifik mempunyai pertumbuhan pendapatan dari kedatangan wisatawan paling tinggi di dunia dengan nilai 7 persen. Hal ini menjadi peluang besar bagi negara-negara di Asia Pasifik untuk terus mendorong perkembangan negara dari sektor pariwisata. Eropa memiliki nilai pertumbuhan yang cukup tinggi dengan 5 persen dan disusul oleh kawasan timur tengah dengan 4 persen. Afrika mempunyai nilai pertumbuhan 2 persen dan



Amerika dengan nilai pertumbuhan sebesar 0 persen. Asia Pasifik menjadi daerah yang memiliki pertumbuhan yang cukup besar sejalan dengan munculnya destinasi-destinasi baru yang cukup menarik di kawasan tersebut.



**Gambar. 1.2 Jumlah Kedatangan Wisatawan Asing di Asia Pasifik tahun 2016, 2017 dan 2018 (dalam ribuan)**

Sumber: *World Tourism Organization (UNWTO)*

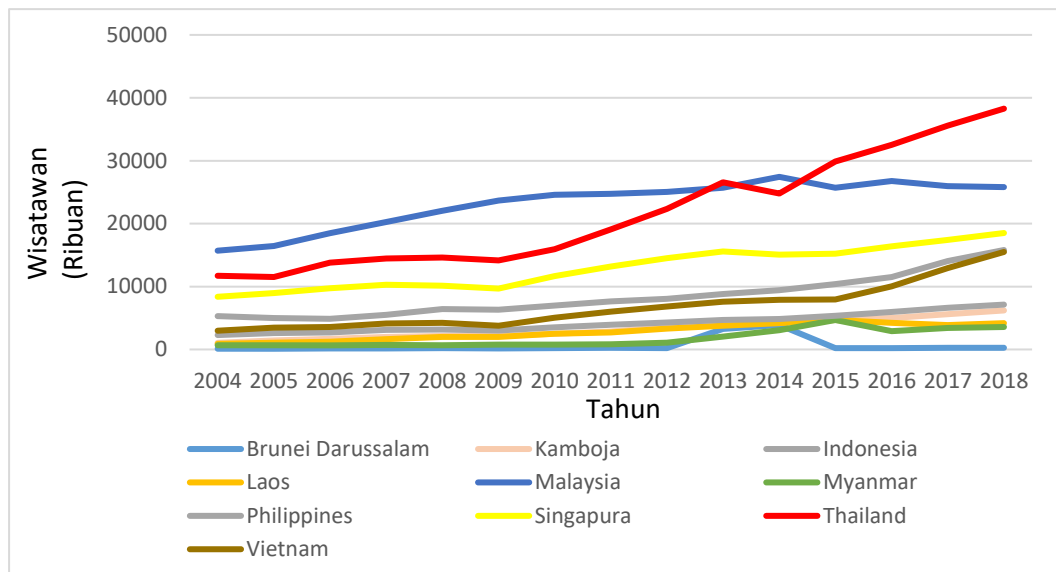
Dari tabel 1.3 dapat dilihat bahwa jumlah kedatangan wisatawan asing paling tinggi terdapat di kawasan Asia Timur Laut dengan kunjungan wisatawan asing di tahun 2018 sebesar 169.190.000 jiwa. Di kawasan ASEAN yang didominasi dengan negara berkembang, kunjungan wisatawan asing di tahun 2018 mencapai 135.268.800 jiwa. Dan disusul dengan kawasan Oceania dan Asia Selatan. ASEAN sendiri mempunyai *trend* naik dalam jumlah kunjungan wisatawan asing.

ASEAN memiliki jumlah kunjungan wisatawan asing terbesar kedua setelah Asia Timur Laut. *Tourism and the Sustainable Development Goals Journey* mengungkapkan bahwa pariwisata merupakan salah satu sektor yang diutamakan

dalam meningkatkan perekonomian negara berkembang. Rata-rata anggota ASEAN merupakan negara berkembang dengan satu negara maju yaitu Singapura. Asia Timur Laut merupakan kawasan yang didominasi oleh negara-negara maju seperti Jepang, Korea, Hongkong, Macau dan juga Taiwan. Hal tersebut menjadi salah satu alasan mengapa peneliti memilih ASEAN sebagai kawasan yang akan diteliti. Salah satu sektor utama pendorong perekonomian suatu negara berkembang adalah sektor pariwisata (Cerovic et al., 2015).

Tahun 2004 negara-negara kawasan ASEAN mengadakan pertemuan ke tujuh oleh menteri-menteri pariwisata perwakilan setiap negara. Pertemuan tersebut dilakukan pada tanggal 3 Februari 2004 dengan Laos sebagai tuan rumah. Pertemuan tersebut membahas mengenai perkembangan, tantangan, dan strategi pariwisata di ASEAN. Tema yang dipakai dalam pertemuan tersebut yaitu “ASEAN, *the New Tourism Landscape*” yang telah membeli lebih dari 260 perusahaan pariwisata asing yang membuka peluang bagi ASEAN di kancah internasional terutama dalam menarik perjalanan wisatawan asing.

Pada ASEAN *tourist forum* 2004 memutuskan adanya rencana implementasi pada ASEAN *Tourist Agreement*. Isi dari rencana tersebut adalah adanya kerja sama dalam memperluas pariwisata ASEAN, membuat adanya promosi terkait perjalanan pariwisata (*visit ASEAN Campaign*), dan memperkuat kerjasama ke negara-negara lain. Hal tersebut menjadi alasan peneliti untuk memulai tahun penelitian pada tahun 2004.



**Gambar. 1.3 Jumlah Kedatangan Wisatawan pada Destinasi di ASEAN tahun 2004-2018 (dalam ribuan)**

Sumber: ASEAN *statistical yearbook* (data diolah)

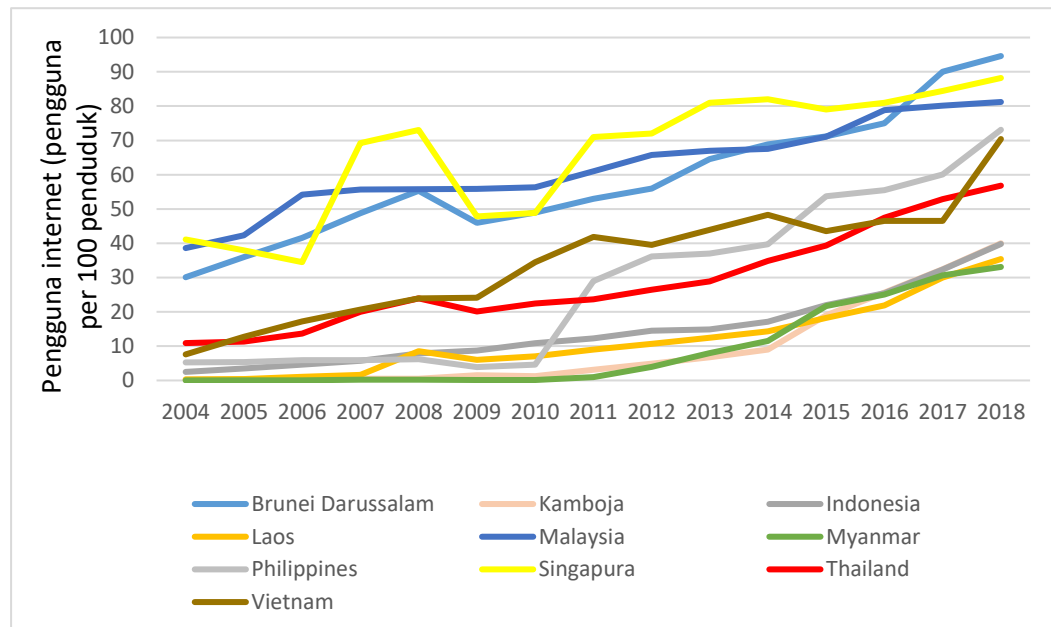
Kedatangan wisatawan di kawasan ASEAN semakin meningkat dari tahun ke tahun. Kunjungan wisatawan dengan peningkatan yang signifikan terjadi di Thailand. Thailand memiliki jumlah kunjungan ke destinasi di negaranya mencapai 38.277.300 pada tahun 2018. Thailand juga memperoleh predikat sebagai sepuluh besar destinasi terbaik di dunia dari segi kunjungan menurut *World Tourism Organization* (UNWTO, 2017). Jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 2018 di Indonesia sebesar 15.810.300 jiwa, Malaysia sebesar 25.832.400 jiwa, Singapura sebesar 18.508.300 jiwa, Thailand sebesar 38.277.300 jiwa, dan Vietnam 15.497.800 jiwa. Jumlah kunjungan wisatawan di negara-negara tersebut jika dilihat dari gambar 1.3 cenderung memiliki trend yang meningkat dari tahun ke tahun. Jumlah kunjungan wisata pada tahun 2018 di Brunei Darussalam sebesar 278.100 jiwa, Kamboja sebesar 6.201.100 jiwa, Laos sebesar 4.186.400 jiwa, Myanmar sebesar 3.549.400 jiwa, dan Philippines sebesar 7.127.700 jiwa. Jumlah

kunjungan wisatawan di negara-negara tersebut jika dilihat dari gambar 1.3 cenderung mengalami trend yang meningkat.

Negara-negara di ASEAN memiliki jumlah kunjungan wisatawan yang cukup beragam dari tahun ke tahun dan terdapat perbedaan yang cukup signifikan di beberapa negara. Salah satu negara dengan perbedaan jumlah kunjungan wisatawan yang cukup besar adalah negara Brunei Darussalam dan juga Thailand, pada awal tahun penelitian yaitu tahun 2004 jumlah kunjungan wisatawan di Brunei Darussalam sebesar 119.000 jiwa sedangkan untuk Thailand sebesar 11.737.000 jiwa. Perbedaan jumlah kunjungan wisatawan yang cukup besar pada negara tersebut juga terlihat dari tahun ke tahun dan hingga di tahun 2018 Brunei Darussalam memiliki jumlah kunjungan wisatawan sebesar 278.100 jiwa sedangkan Thailand sebesar 38.277.300 jiwa. Perbedaan jumlah kunjungan wisatawan dari berbagai negara di ASEAN menjadi salah satu alasan peneliti untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kedatangan wisatawan pada destinasi di ASEAN. Kedatangan wisatawan pada suatu negara secara tidak langsung akan meningkatkan perekonomian di daerah tersebut.

Suatu negara akan terus mengembangkan berbagai hal yang dapat mendorong kedatangan wisatawan. Salah satu hal penting dalam sektor pariwisata adalah ketersediaan internet di suatu negara. Internet membuat promosi di suatu negara wisata menjadi semakin lancar, selain itu adanya internet menjadi sarana bagi suatu negara untuk mempermudah dalam hal penawaran destinasi wisata seperti adanya web pariwisata, penjualan dalam hal penawaran destinasi wisata

seperti adanya web pariwisata, penjualan paket wisata, ataupun penyediaan tiket *online* kepada wisatawan.



**Gambar. 1.4 Pengguna terhadap Jasa Internet di ASEAN tahun 2004-2018 (pengguna per 100 penduduk)**

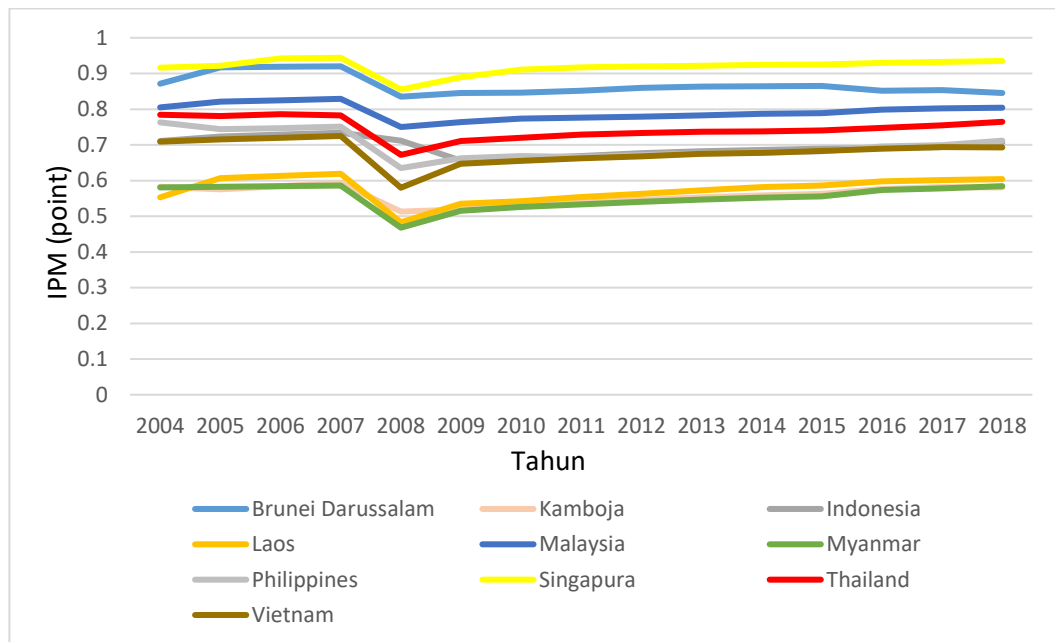
Sumber: ASEAN *statistical yearbook* (data diolah)

Internet menjadi salah satu sarana dalam hal penyebaran objek-objek destinasi wisata. Semakin majunya zaman, banyak bermunculan *social media* yang secara tidak langsung menjadi hal yang menjadikan suatu destinasi semakin dikenal dan menyebabkan jumlah kunjungan meningkat. Pengguna internet berpengaruh signifikan terhadap kedatangan wisatawan internasional (Khandaker & Islam, 2017). Gambar 1.4 menunjukkan bahwa pengguna jasa internet di kawasan ASEAN semakin meningkat dari tahun ke tahun. Brunei Darussalam memiliki jumlah pengguna internet terbanyak di tahun 2018 dengan 94,6 pengguna per 100 penduduk dan disusul oleh Singapura dengan jumlah pengguna sebanyak 88,2

pengguna per 100 penduduk. Pengguna jasa internet terendah yaitu negara Myanmar dengan jumlah pengguna sebesar 33,1 pengguna per 100 penduduk.

Faktor lain yang menjadi pendukung dan memiliki keterkaitan terhadap kedatangan wisatawan adalah indeks pembangunan manusia (IPM). IPM menjadi gambaran kondisi suatu negara. Semakin tinggi nilai IPM maka daerah tersebut juga semakin bagus dan tentunya hal ini juga mendorong adanya kedatangan wisatawan ke daerah tersebut. Peningkatan pada investasi dalam IPM terutama dalam kondisi lingkungan untuk menciptakan kondisi yang memuaskan dan menguntungkan dapat membuat wisatawan datang ke daerah tersebut (Croes, R., & Rivera, 2015).

Indeks Pembangunan Manusia Indeks Pembangunan Manusia (IPM) merupakan komposisi statistik yang digunakan untuk mengetahui peringkat suatu negara atau daerah dengan dimensi pembangunan seperti harapan hidup, pendidikan, dan pendapatan (B. Biagi., 2017). Indeks Pembangunan Manusia di suatu tempat dapat menunjukkan kondisi tempat tersebut dari segi pelayanan. Selain itu, jika dilihat dari segi kesejahteraan masyarakat maka semakin sejahtera kondisi suatu negara akan membuat kondisi negara tersebut akan semakin baik.



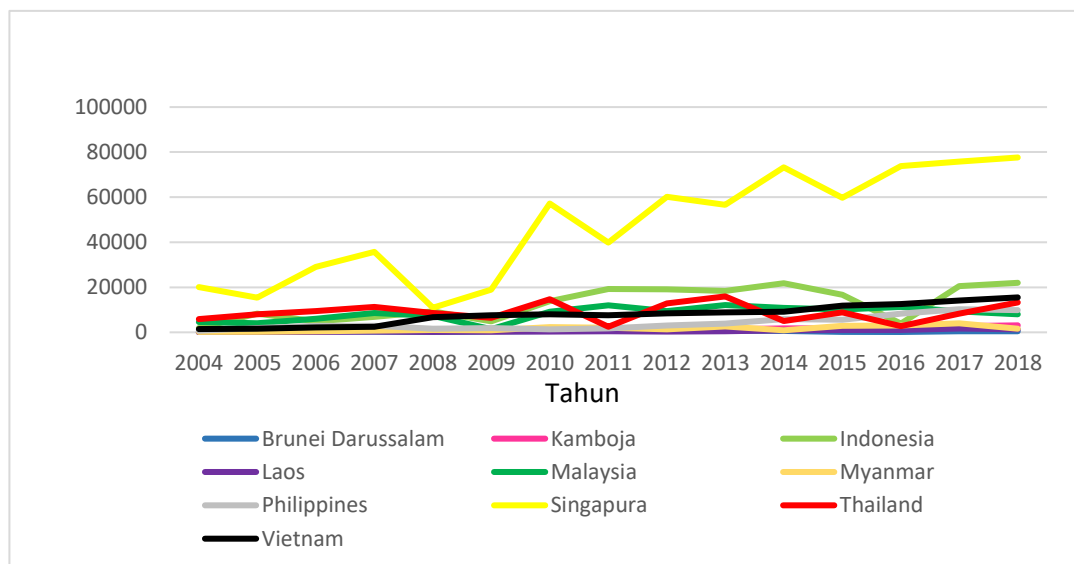
**Gambar. 1.5 Indeks Pembangunan Manusia di ASEAN tahun 2004-2018**

Sumber: ASEAN *statistical yearbook* (data diolah)

Gambar 1.5 menunjukkan nilai IPM di kawasan ASEAN. Nilai IPM tertinggi dari tahun ke tahun terdapat pada negara Singapura dengan nilai IPM sebesar 0,935 di tahun 2018. Selain itu, nilai IPM Brunei Darussalam dan Malaysia termasuk tinggi apabila dibandingkan dengan negara-negara di ASEAN lainnya. Nilai IPM terendah dari tahun ke tahun adalah negara Myanmar dengan nilai IPM sebesar 0,58 di tahun 2018. Nilai IPM negara Kamboja dan Laos juga termasuk rendah jika dibandingkan dengan negara-negara lainnya di ASEAN. Pada tahun 2008 nilai IPM mengalami penurunan, hal tersebut karena pada tahun tersebut terjadi adanya krisis keuangan. Penurunan hanya terjadi pada tahun 2008, setelah tahun tersebut nilai IPM kembali stabil dan cenderung mengalami peningkatan.

Faktor pendukung lain yang berkaitan dengan kedatangan wisatawan adalah adanya investasi. Investasi yang masuk akan menudung adanya pembangunan dalam pengembangan destinasi wisata. Pembangunan pada destinasi wisata akan

membuat destinasi semakin indah, sarana atau prasarana semakin lengkap, dan juga banyak inovasi baru bermunculan kerana tersedianya modal. Salah satu bentuk investasi pada suatu negara adalah *Foreign Direct Investment* (FDI). FDI merupakan investasi yang berasal dari masuknya modal asing. FDI dapat mendorong perkembangan suatu negara terutama untuk negara yang memiliki sedikit modal dalam mengembangkan sumber dayanya.



**Gambar. 1.6 Foreign Direct Investment di ASEAN tahun 2004-2018 (Juta, Dolar)**

Sumber: ASEAN *statistical yearbook* (data diolah)

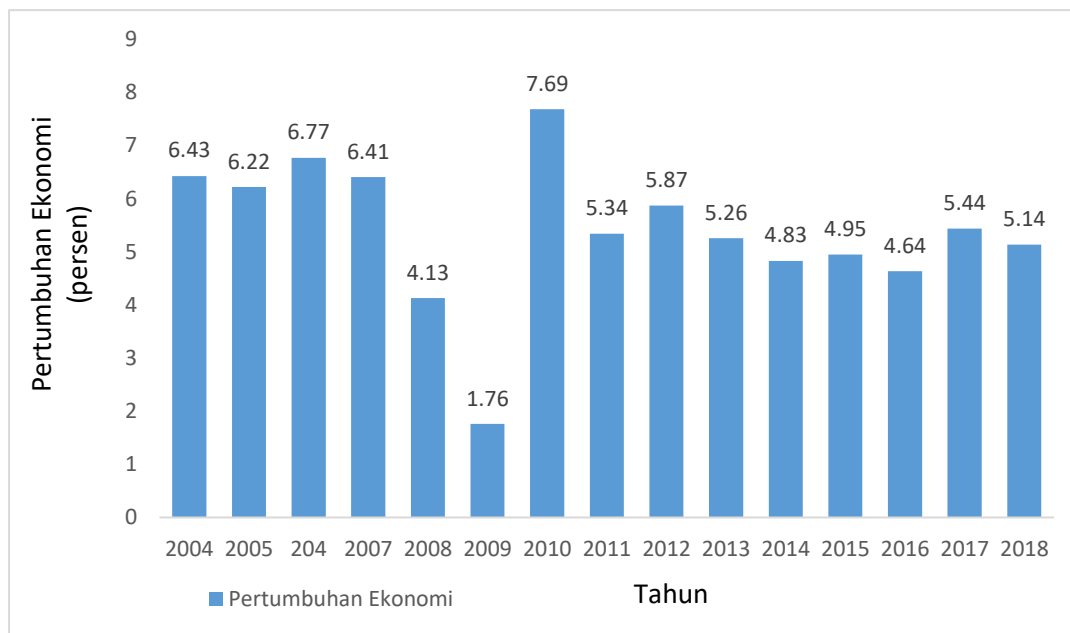
Pada gambar 1.6 dapat dilihat bahwa dari tahun ke tahun FDI mengalami peningkatan meskipun juga terdapat beberapa penurunan yang cukup signifikan di beberapa tahun seperti pada tahun 2008. Negara Singapura memiliki nilai FDI yang tertinggi setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa Singapura mampu menarik investor yang cukup besar ke negaranya. *Foreign Direct Investment* atau Penanaman Modal Asing merupakan salah satu pendorong dalam perekonomian. Dalam pariwisata adanya FDI terus mendorong berbagai infrastruktur untuk terus



berkembang dan disisi lain akan berpengaruh positif terhadap destinasi. FDI mempunyai pengaruh terhadap perkembangan pariwisata (Robin Nunkoo, Robin & Seetanah, Boopen & Seetanah, 2018).

Kedatangan wisatawan dipengaruhi oleh beberapa hal, terdapat faktor yang menarik kedatangan wisatawan namun juga menyebabkan wisatawan untuk berpikir ulang ketika akan melakukan kegiatan berwisata. Menurut teori *Tourist Receiving Destination* (C. Cooper & Brian, 2001) mengungkapkan bahwa salah satu faktor pendorong kedatangan wisatawan adalah stabilitas ekonomi. Stabilitas ekonomi dapat dilihat dari kejadian ekonomi yang berpengaruh besar pada kawasan tersebut. Salah satu kejadian yang menyebabkan ketidakstabilan perekonomian adalah adanya krisis. Krisis yang terjadi dan berdampak pada negara-negara di ASEAN adalah Krisis *suprime mortgage*. Krisis *suprime mortgage* merupakan salah satu peristiwa yang mempengaruhi perekonomian global dan berdampak terhadap negara-negara di Amerika, Eropa, Australia, dan Asia. Puncak dari krisis *suprime mortgage* terjadi di tahun 2008.

Krisis *suprime mortgage* menjadi salah satu hal yang menyebabkan terjadinya penurunan pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi dapat menjadi salah satu hal untuk melihat kestabilan perekonomian suatu negara. Pertumbuhan ekonomi dunia melambat setelah adanya krisis tersebut. Negara ASEAN juga mengalami penurunan pertumbuhan setelah adanya krisis tersebut. Penurunan pertumbuhan ekonomi di ASEAN dapat dilihat pada gambar 1.7.



**Gambar 1.7 Pertumbuhan Ekonomi ASEAN tahun 2004-2018 (persentase)**

Sumber: Sumber: ASEAN *statistical yearbook* (data diolah)

Pada Gambar 1.7 kawasan ASEAN mengalami penurunan pertumbuhan ekonomi dari 6,41 di tahun 2007 menjadi 4,1 di tahun 2008. Penurunan juga masih terjadi dari tahun 2008 ke tahun 2009, pertumbuhan ekonomi tahun 2008 sebesar 4,13 kembali turun menjadi 1,76 pada tahun 2009. Krisis *subprime mortgage* merupakan salah satu dari keadaan yang mencerminkan stabilitas ekonomi di tahun 2008. Berdasarkan teori *Tourist Receiving Destination* maka peneliti ingin meneliti bagaimana pengaruh krisis tersebut pada jumlah kedatangan wisatawan di destinasi di ASEAN. Pada negara-negara ASEAN, dampak dari krisis *subprime mortgage* terjadi pada tahun 2008 dan 2009. Pada tahun 2010 pertumbuhan ekonomi di kawasan ASEAN sudah mulai meningkat kembali. Dampak krisis *subprime mortgage* pada tahun 2008 dan 2009 menjadi salah satu hal yang dilihat oleh peneliti mengenai kedatangan wisatawan ketika terjadi krisis dan tidak terjadi (tidak ada) krisis tersebut.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah pengguna internet di setiap negara ASEAN memiliki pengaruh terhadap jumlah kedatangan wisatawan pada destinasi di ASEAN?
2. Apakah indeks pembangunan manusia memiliki pengaruh terhadap jumlah kedatangan wisatawan pada destinasi di ASEAN?
3. Apakah *foreign direct investment* memiliki pengaruh terhadap jumlah kedatangan wisatawan pada destinasi di ASEAN?
4. Apakah krisis *subprime mortgage* memiliki pengaruh terhadap jumlah kedatangan wisatawan pada destinasi di ASEAN?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ada pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh pengguna internet di setiap negara ASEAN terhadap jumlah kedatangan wisatawan pada destinasi di ASEAN.
2. Untuk mengetahui pengaruh indeks pembangunan manusia terhadap terhadap jumlah kedatangan wisatawan pada destinasi di ASEAN.
3. Untuk mengetahui pengaruh *foreign direct investment* terhadap terhadap jumlah kedatangan wisatawan pada destinasi di ASEAN.
4. Untuk mengetahui pengaruh krisis *subprime mortgage* terhadap jumlah kedatangan wisatawan pada destinasi di ASEAN.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi berbagai macam manfaat, yaitu :

1. Teoritis

Menambah referensi bagi peneliti ataupun mahasiswa sehingga penelitian ini menjadi *study literature* untuk penelitian lebih lanjut.

2. Praktis

Penelitian ini dapat menjadi bahan bagi pemerintah atau dinas yang terkait pada pariwisata untuk menjadikan referensi dalam membuat kebijakan terkait pariwisata agar dapat mendorong tumbuhnya jumlah kedatangan wisatawan asing ke suatu negara.

#### **1.5 Orisinalitas Penelitian**

Orisinalitas pada penelitian ini dengan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya adalah perbedaan pada variabel, lokasi, dan waktu yang digunakan. Variabel dalam penelitian ini adalah pengguna internet, indeks pembangunan manusia, FDI, krisis *subprime mortgage*, dan jumlah kedatangan wisatawan pada destinasi. Variabel baru yang digunakan dalam pengaruhnya terhadap kunjungan destinasi adalah krisis *subprime mortgage*. Penelitian dalam hal kunjungan destinasi di wilayah ASEAN dalam jangka waktu 2004-2018 belum pernah dilakukan sebelumnya.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Pariwisata**

Menurut Suwanto (2004) pada hakikatnya pariwisata adalah suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain seperti karena sekedar ingin tahu, menambah pengalaman ataupun untuk belajar. Istilah pariwisata berhubungan erat dengan pengertian perjalanan wisata, yaitu sebagai suatu perubahan tempat tinggal sementara seseorang di luar tempat tinggalnya karena suatu alasan dan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan upah, dengan demikian dapat dikatakan bahwa perjalanan wisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan oleh seorang atau lebih dengan tujuan antara lain untuk mendapatkan kenikmatan dan memenuhi hasrat ingin mengetahui sesuatu.

Menurut Ismayanti (2010) kegiatan wisata terdiri atas beberapa komponen utama:

1. Wisatawan

Wisatawan adalah *actor* dalam kegiatan wisata, berwisata menjadi sebuah pengalaman manusia untuk menikmati, mengantisipasi dan mengingatkan masa-masa dalam kehidupan.

## 2. Elemen Geografi

Pergerakan wisatawan berlangsung pada tiga area geografi, seperti berikut ini.

### a. Daerah Asal Wisatawan (DAW)

Daerah tempat asal wisatawan berada tempat ia melakukan aktivitas keseharian, rutinitas itu sebagai pendorong untuk memotivasi seorang berwisata. Dari DAW, seseorang dapat mencari informasi tentang obyek dan daya tarik wisata yang diminati, membuat pemesanan dan berangkat menuju daerah tujuan.

### b. Daerah Transit (DT)

Tidak seluruh wisatawan harus berhenti di daerah itu, namun seluruh wisatawan pasti akan melalui daerah tersebut sehingga peranan DT pun penting. Seringkali terjadi, perjalanan wisata berakhir di daerah transit, bukan di daerah tujuan. Hal inilah yang membuat negara-negara seperti Singapura dan Hong Kong berupaya menjadikan daerahnya multifungsi, yakni sebagai Daerah Transit dan Daerah Tujuan Wisata.

### c. Daerah Tujuan Wisata (DTW)

Daerah ini sering dikatakan sebagai ujung tombak pariwisata, di DTW ini dampak pariwisata sangat dirasakan sehingga dibutuhkan perencanaan dan strategi manajemen yang tepat. Untuk menarik wisatawan, DTW juga merupakan alasan utama perkembangan pariwisata yang menawarkan hal-hal yang berbeda dengan rutinitas wisatawan.

### 3. Industri Pariwisata

Elemen ketiga dalam sistem pariwisata adalah industri pariwisata. Industri yang menyediakan jasa, daya tarik, dan sarana wisata. Industri yang merupakan unit-unit usaha atau bisnis di dalam kepariwisataan dan tersebar diketiga area geografi tersebut. Sebagai contoh, biro perjalanan wisata biasa ditemukan di daerah asal wisatawan.

#### 2.1.1 Teori Penawaran Pariwisata

Penawaran adalah jumlah barang yang produsen ingin tawarkan (jual) pada berbagai tingkat harga selama satu periode tertentu. Perubahan harga akan menyebabkan perubahan jumlah yang ditawarkan. Jika yang berubah adalah faktor non harga (faktor-faktor yang dianggap *ceteris paribus* ketika harga barang itu berubah), maka kurva penawaran bergeser ke kiri atau ke kanan. Bergeser ke kanan berarti jumlah yang lebih banyak akan ditawarkan pada sembarang harga yang tetap, dan bergeser ke kiri berarti jumlah yang lebih sedikit akan ditawarkan pada harga yang tetap mana pun (Manurung, 2001).

Penawaran adalah banyaknya barang yang ditawarkan oleh penjual pada suatu pasar tertentu, pada periode tertentu dan pada tingkat harga tertentu. Penawaran dapat dikenal juga sebagai gabungan seluruh barang yang ditawarkan oleh penjual pada pasar tertentu, dan pada berbagai macam tingkat harga tertentu (Putong, 2003).

Penawaran Pariwisata merupakan suatu keinginan dari pengelola pariwisata untuk menawarkan hal-hal yang menarik dari obyek wisata yang dikelola baik dari segi keunikan obyek wisata tersebut maupun pernak-pernik/cendera mata yang ada

di daerah obyek wisata tersebut dengan kesesuaian tingkat harga yang telah ditentukan. Di dalam penawaran pariwisata ini perlu ditekankannya hal-hal yang menjadi modal penting didalam mengembangkan usaha pariwisata serta hal –hal yang perlu diketahui untuk menunjang daerah pariwisata yang mempunyai penawaran yang tepat. Menurut Medlik (1980) ada empat aspek yang harus diperhatikan dalam penawaran pariwisata. Aspek-aspek tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Attractions* (daya tarik)

*Attractions* dapat digolongkan menjadi *site attractions* dan *event attractions*. *Site attractions* merupakan daya tarik fisik yang permanen dengan lokasi yang tetap yaitu tempat –tempat wisata yang ada di daerah tujuan wisata seperti kebun binatang, keraton, dan museum. Sedangkan *event attractions* adalah atraksi yang berlangsung sementara dan lokasinya dapat diubah atau dipindah dengan mudah seperti festival, pameran.

2. *Transportations* (transportasi)

Dalam pariwisata, kemajuan dunia transportasi atau pengangkutan sangat dibutuhkan karena sangat menentukan jarak dan waktu dalam suatu perjalanan pariwisata, transportasi baik transportasi darat, udara, maupun laut merupakan suatu unsur utama langsung yang merupakan tahap dinamis gejala-gejala pariwisata, yang menyebabkan pergerakan seluruh roda industri pariwisata mulai dari tempat sang wisatawan tinggal menuju tempat di mana objek wisata berada sampai kembali lagi ke tempat asli.



3. *Facilities* (fasilitas-fasilitas yang diperlukan)

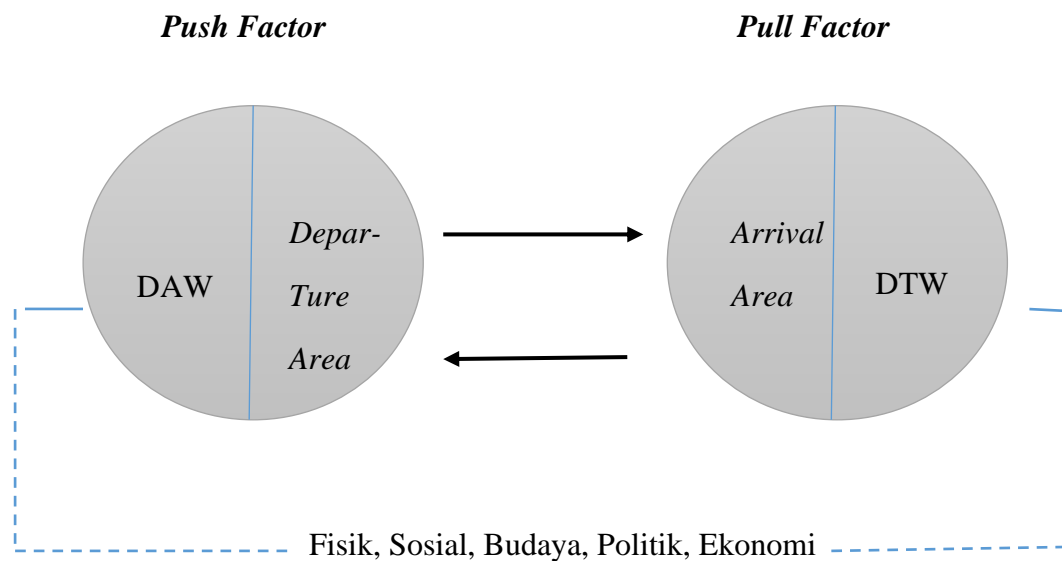
Fasilitas cenderung berorientasi pada daya tarik di suatu lokasi karena fasilitas harus terletak dekat dengan pasarnya. Selama tinggal di tempat tujuan wisata, wisatawan memerlukan tidur, makan dan minum. Oleh karena itu sangat dibutuhkan fasilitas yang tersedia di tempat persaingan di pasar yang sama.

4. *Ancillary* (kelembagaan)

Adanya lembaga pariwisata wisatawan akan semakin sering mengunjungi dan mencari DTW apabila di daerah tersebut wisatawan dapat merasakan keamanan, (*protection of tourism*) dan terlindungi.

Yoeti (1996)) membagi produk pariwisata atau yang lebih dikenal dengan penawaran wisata ke dalam 3 golongan yaitu atraksi wisata, fasilitas, dan perangkutan. Kemudian, Secara lebih spesifik dan operasional disampaikan oleh Gunn (1994), yang termasuk dalam komponen penawaran wisata adalah atraksi wisata, aksesibilitas wisata, fasilitas penunjang wisata, dan informasi serta promosi wisata.

Pariwisata mempunyai berbagai hal yang berkaitan dalam kegiatannya. Pariwisata sendiri terus didorong untuk semakin maju di setiap negara. Dalam buku yang berjudul *Worldwide Destinations: The Geography of Travel and Tourism* menurut C. Cooper & Brian (2001) mengungkapkan mengenai Daerah Asal Wisatawan (DAW) dan Daerah Tujuan Wisatawan (DTW) beserta dengan ruang lingkungannya.



**Gambar 2.1 Ruang Lingkup Geografi Pariwisata menurut Teori Cooper**

Dalam Teori Cooper terdapat hal-hal yang harus diperhatikan pada DAW dan juga DTW. Teori *Tourist Generating* oleh C. Cooper & Brian (2001) mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan untuk melakukan kegiatan berwisata yang dilihat dari Daerah Asal Wisatawan, faktor-faktor tersebut yaitu:

1. Luas Wilayah
2. Populasi
3. *Gross National Product*
4. Aksesibilitas
5. Faktor Pendorong (*Push Faktor*)

Teori *Tourist Receiving Destination* oleh C. Cooper & Brian (2001) mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan untuk melakukan

kegiatan berwisata. Teori ini dilihat dari Daerah Tujuan Wisatawan, faktor-faktor tersebut yaitu

1. Luas Wilayah
2. Sumber Daya
3. Stabilitas Ekonomi
4. Faktor Penarik (*Pull Factor*)
5. Aksesibilitas

Penawaran pariwisata merupakan suatu yang ada dalam daerah tujuan wisatawan. Jika dilihat dari teori-teori sebelumnya maka ada beberapa hal yang perlu diperhatikan jika ingin menarik wisatawan untuk datang ke dalam suatu destinasi wisata. Penelitian ini mengambil beberapa variabel dari teori-teori yang telah disampaikan sebelumnya. Variabel *Foreign Direct Investment* berkaitan dengan teori penawaran pariwisata oleh Medlik, Yoeti, dan Gunn mengenai fasilitas penunjang wisata, fasilitas dalam pariwisata erat kaitannya dengan adanya investasi-investasi yang telah dilakukan. Variabel-variabel tersebut juga didasari dengan beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti lain sebelumnya.

Variabel krisis *subprime mortgage* diambil dari teori *Tourist Receiving Destination* yang disampaikan oleh Cooper mengenai faktor stabilitas ekonomi krisis *subprime mortgage* merupakan krisis perekonomian global. Krisis tersebut juga berdampak pada negara-negara di ASEAN. Variabel Indeks Pembangunan Manusia diambil dari beberapa penelitian terdahulu yang sesuai dengan penelitian

ini. Variabel pengguna internet diambil dari beberapa penelitian yang telah dilakukan seperti pada penelitian Khandaker & Islam tahun 2017.

### **2.1.2 Bentuk – Bentuk Wisata**

Menurut Fuadillah (2018) bentuk-bentuk pariwisata yang dikenal masyarakat umum, antara lain :

#### **1. Menurut Jumlah Orang yang Bepergian**

- a. Pariwisata individu/perorangan (*individual tourism*), yaitu bila seseorang atau sekelompok orang dalam mengadakan perjalanan wisatanya melakukan sendiri dan memilih daerah tujuan wisata beserta programnya serta pelaksanaannya dilakukan sendiri.
- b. Pariwisata kolektif (*collective tourism*), yaitu suatu usaha perjalanan wisata yang menjual pakatnya kepada siapa saja yang berminat, dengan keharusan membayar sejumlah uang yang ditentukannya.

#### **2. Menurut Motivasi Perjalanan**

- a. Pariwisata rekreasi (*recreational tourism*) adalah bentuk pariwisata untuk beristirahat guna memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohani dan menghilangkan kelelahan.
- b. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*pleasure tourism*) adalah bentuk pariwisata yang dilakukan oleh orang-orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, untuk mencari udara segar, untuk menikmati hiburan dan lain-lain.
- c. Pariwisata budaya (*cultural tourism*) adalah bentuk pariwisata yang ditandai dengan rangkaian motivasi seperti keinginan untuk belajar

adat istiadat dan cara hidup rakyat negara lain, studi-studi/riset pada penemuan-penemuan, mengunjungi tempat-tempat peninggalan kuno/bersejarah dan lain lain.

- d. Pariwisata olahraga (*sports tourism*) Bentuk pariwisata ini dapat dibedakan menjadi 2 kategori :
- *Big Sports Event*, yaitu peristiwa-peristiwa olahraga besar yang menarik perhatian, baik olahragawannya sendiri maupun penggemarnya (*supporter*).
  - *Sporting Tourism of the Practitioners*, yaitu bentuk olahraga bagi mereka yang ingin berlatih atau mempraktikkan sendiri, seperti : mendaki gunung, olahraga berkuda, berburu, memancing, dan lain-lain.
- e. Pariwisata untuk usaha (*business tourism*) adalah bentuk pariwisata yang dilakukan oleh kaum pengusaha atau industrialis, dalam perjalanannya hanya untuk melihat pameran dan sering mengambil dan memanfaatkan waktu untuk menikmati atraksi di negara yang dikunjungi.
- f. Pariwisata untuk tujuan konvensi (*convention tourism*) adalah bentuk pariwisata yang dilakukan oleh orang-orang yang akan menghadiri pertemuan-pertemuan ilmiah seprofesi dan politik. Tempat konferensi dituntut tersedia fasilitas yang lengkap, modern dan canggih baik tempat terkait dengan penyelenggaraan *tour* (kunjungan wisata).

### 3. Menurut Waktu Berkunjung

- a. *Sensasional tourism* adalah jenis pariwisata yang kegiatannya berlangsung pada musim-musim tertentu. Termasuk dalam kelompok ini musim panas (*summer tourism*) dan musim dingin (*winter tourism*).
- b. *Occasional tourism* adalah kegiatan pariwisata yang diselenggarakan dengan meningkatkan kejadian atau *event* tertentu, seperti Galungan di Bali dan Sekaten di Jogja.

### 4. Menurut Objeknya

- a. *Cultural tourism* adalah jenis pariwisata yang disebabkan adanya daya tarik seni dan budaya di suatu daerah/tempat, seperti peninggalan nenek moyang, benda-benda kuno dan sebagainya.
- b. *Recuperational tourism* yaitu orang-orang yang melakukan perjalanan wisata bertujuan untuk menyembuhkan suatu penyakit.
- c. *Commercial tourism* adalah perjalanan yang dikaitkan dengan perdagangan seperti penyelenggaraan *expo*, *fair*, *exhibition* dan sebagainya.
- d. *Political tourism* adalah suatu perjalanan yang dilakukan dengan tujuan melihat dan menyaksikan peristiwa atau kejadian yang berhubungan dengan kegiatan suatu negara.

## 2.2 Pengguna Internet

Internet merupakan singkatan dari *interconnected network* karena fungsinya yang menghubungkan jaringan dari jaringan-jaringan komputer yang ada di dunia.

Dari satu fungsi itu, internet semakin berkembang dan memiliki banyak manfaat bagi perkembangan dunia. Secara definitif, internet adalah sebuah sistem jaringan yang menghubungkan berbagai komputer dari berbagai belahan dunia untuk saling terhubung dan bertukar data serta bertukar informasi. Dalam prakteknya, sebuah komputer untuk saling terhubung dengan komputer lainnya membutuhkan bantuan dari sebuah program kecil bernama *browser*. Di dunia ini, perkembangan aplikasi browser telah berkembang secara cepat mengikuti perkembangan teknologi pada internet, khususnya koneksi internet dengan segala kelebihan dan kekurangannya.

Dalam prakteknya, internet memunculkan istilah baru, yakni dunia maya. Sedangkan dunia di mana kita hidup disebut dunia nyata. Internet berada di antara keduanya. Karena salah satu fungsi internet adalah sebagai penghubung antara dunia nyata dengan dunia maya.

Dunia maya adalah tempat para pengguna internet berkomunikasi. Sehingga internet menjadi sebuah jaringan komunikasi global. Berjuta orang di seluruh dunia menggunakan internet untuk berbagai hal, mulai keperluan pribadi, organisasi, sampai keperluan perusahaan. Masyarakat di negara ASEAN juga sudah banyak yang menggunakan internet. Tidak hanya di perusahaan, penggunaan internet juga masuk ke sekolah-sekolah sebagai sarana penting dalam kegiatan pembelajaran. Pengguna internet bahkan sudah mudah digunakan di rumah-rumah.

Karena begitu banyak manfaat yang dapat diperoleh dengan menggunakan internet, maka keberadaan internet telah menjangkau seluruh dunia. Begitupun dalam hal pariwisata. Internet sangat bermanfaat dalam berbagai hal yang mencakup media promosi, pemesanan dan juga kegiatan wisata lainnya.

### 2.3 Indeks Pembangunan Manusia

Menurut Kuncoro (2006) pembangunan manusia terdiri dari 3 produk pembangunan, yaitu usia yang panjang dilihat dari tingkat harapan hidup, pengetahuan yang dilihat dari jumlah orang dewasa yang tidak melek huruf (dengan pemberian bobot  $2/3$  (dua per tiga) dan rata-rata lama sekolah (dengan pemberian bobot  $1/3$  (satu per tiga), dan pendapatan atau penghasilan dilihat dari pendapatan perkapita asli, yaitu berdasarkan daya beli.

Pengertian indeks pembangunan manusia menurut Badan Pusat Statistik (BPS, 2020) adalah suatu ringkasan ukuran rata rata keberhasilan pembangunan manusia meliputi umur panjang dan hidup sehat, pengetahuan dan standar hidup yang layak. Panjangnya umur dan kehidupan yang sehat dapat digambarkan melalui angka harapan hidup saat lahir, yaitu dengan jumlah angka kematian bayi. Pengetahuan atau pendidikan dapat digambarkan melalui rata-rata lama sekolah dan harapan lama sekolah, dan penduduk usia 25 tahun ke atas yang menempuh Pendidikan formal. Sedangkan standar hidup yang layak dapat diukur melalui pengeluaran per kapita dan daya beli.

Definisi lain menurut *United Nations Development Programme* (UNDP, 2020) indeks pembangunan manusia adalah pengembangan manusia melalui pembangunan kemampuan manusia, di mana manusia ikut berpartisipasi aktif dalam proses pembentukan kehidupan mereka dan perkembangan manusia harus mempengaruhi proses yang membentuk kehidupan mereka. Artinya perkembangan manusia bukan hanya di pandan dari sudut pertumbuhan ekonomi saja, tetapi dilihat dari proses perkembangan manusia itu sendiri. Tiga dasar dimensi dari indeks



pembangunan manusia yaitu, harapan hidup saat lahir dan kemampuan untuk hidup yang panjang, kemampuan dalam memperoleh pengetahuan serta lamanya waktu sekolah, dan pendapatan nasional bruto per kapita yang menggambarkan kemampuan untuk memiliki kehidupan yang layak.

Maka dapat disimpulkan bahwa indeks pembangunan manusia diukur berdasarkan 3 (tiga) indikator, yaitu usia yang panjang dilihat dari sisi angka harapan hidup, pengetahuan seseorang yang dilihat dari data melek huruf dan lamanya sekolah bagi orang dewasa pada usia 25 tahun ke atas atau yang menempuh Pendidikan formal, serta standar hidup masyarakat yang dilihat berdasarkan daya beli.

#### **2.4 *Foreign Direct Investment***

*Foreign Direct Investment* atau dalam bahasa Indonesia disebut sebagai Penanaman Modal Asing (PMA). Berdasarkan Undang-Undang No 1 Tahun 1967 dan Undang-Undang No 11 Tahun 1970 tentang PMA, yang dimaksud dengan Penanaman Modal Asing (PMA) adalah Penanaman Modal Asing secara langsung yang dilakukan menurut atau berdasarkan ketentuan-ketentuan Undang-Undang ini dan yang digunakan untuk menjalankan perusahaan di Indonesia, dalam arti bahwa pemilik modal secara langsung menanggung risiko dari penanaman modal.

*Foreign Direct Investment* (FDI) menurut Hady (2004) adalah investasi riil dalam bentuk pendirian perusahaan, pembangunan pabrik, pembelian barang modal, tanah, bahan baku, dan persediaan oleh investor asing di mana investor tersebut terlibat langsung dalam manajemen perusahaan dan mengontrol penanaman modal tersebut. FDI biasanya dimulai dengan pendirian *subsidiary* atau

pembelian saham mayoritas dari suatu perusahaan yang dalam konteks internasional, bentuk investasi ini biasanya dilakukan oleh perusahaan multinasional dengan beroperasi di bidang manufaktur, industri pengolahan, ekstraksi pengolahan, ekstraksi sumber alam, industri jasa, dan sebagainya.

Menurut Tocar (2018) “*Foreign direct investment is one of the economic concepts that are seen as the determinants of economic development of the countries in the context of the market economy*”. Mengutip Selian (2010) dalam Ostadi & Ashja (2014) menyatakan bahwa sebagai sarana dan prasarana ekonomi suatu negara menjadi lebih kuat, investor asing lebih memungkinkan untuk memiliki investasi langsung di negara itu.

FDI sebagai salah satu aliran modal internasional memiliki berbagai motif baik bagi negara asal investasi di antaranya yaitu mendapatkan *return* yang lebih tinggi melalui tingkat pertumbuhan ekonomi yang lebih tinggi, perpajakan yang lebih menguntungkan dan infrastruktur yang lebih baik, melakukan diversifikasi risiko (*risk diversification*), memiliki *competitive advantage* melalui *direct control*, menghindari tarif dan hambatan non tarif yang dibebankan kepada impor dan sekaligus memanfaatkan berbagai insentif dalam bentuk subsidi yang diberikan oleh pemerintah lokal untuk mendorong FDI (Hady, 2004).

Ada banyak faktor yang mempengaruhi investasi pada suatu negara. Salah satu faktor yang cukup mempengaruhi PMA adalah kondisi makroekonomi. Dengan tujuan untuk meminimalisasi risiko investasi para investor harus memperhatikan faktor makroekonomi suatu negara, cara mengambil keputusan

yang tepat, dan menentukan bentuk PMA apa yang sesuai untuk dilakukan di suatu negara (Sukirno, 2006).

Tentu saja sebagai arus modal internasional, FDI, dapat memberikan dampak positif dan negatif bagi perekonomian negara penerima FDI. Dampak positif yang bisa diterima negara penerima (*host country*) seperti yang diungkapkan oleh R. Assaf & Sodka, (1999), FDI memungkinkan terjadinya transfer teknologi, khususnya dalam jenis baru modal input yang tidak dapat dicapai melalui investasi keuangan atau perdagangan barang dan jasa. FDI juga memungkinkan terjadinya kompetisi dalam output pasar domestik. Negara penerima FDI dapat melatih karyawannya untuk operasi bisnis baru, yang memberikan kontribusi mengembangkan modal manusia di *host country*. Laba yang dihasilkan oleh FDI berkontribusi terhadap pendapatan pajak perusahaan di *host country*.

Dalam pelaksanaan kegiatan ekonomi, FDI juga dapat memberikan dampak negatif, seperti:

- (1) Munculnya dominasi *industrial*;
- (2) Ketergantungan teknologi;
- (3) Mengakibatkan perubahan budaya;
- (4) Mengakibatkan gangguan pada perencanaan ekonomi; dan
- (5) Dapat membuat *home government* memiliki intervensi dari perusahaan.

Sornarajah (2010) mengembangkan *The Middle Path Theory* atau teori jalan tengah. Teori ini mengupayakan kolaborasi dua teori yang saling bertentangan, yaitu teori klasik yang memiliki pemikiran bahwa semua penanaman modal asing

baik sifatnya, dan teori ketergantungan yang berpikiran bahwa penanaman modal asing bersifat membahayakan.

## 2.5 *Subprime Mortgage*

*Subprime Mortgage* berarti pinjaman kepada orang-orang yang tidak memenuhi syarat untuk meminjam dengan tingkat bunga yang lebih tinggi di atas bunga normal. Produk kredit kepemilikan rumah yang dapat memberikan pengguna kucuran dana kepada para individu dengan penghasilan rendah. Sejarah kredit yang buruk seakan menghiraukan masalah kepemilikan rumah bagi sebagian penduduk Amerika Serikat yang sebelum diterbitkannya produk ini seperti tidak punya pengguna untuk membeli properti (K. Mahendra & Yealta, 2017)

Ekonomi Amerika Serikat memiliki PDB (Pendapatan Domestik Bruto) sebesar US\$ 13,1 triliun, setara 20% dari PDB dunia pada tahun 2007. PDB Amerika Serikat naik pada kuartal ketiga sebesar 4,9% bahkan masih memiliki daya beli konsumen yang tinggi (IKK 90,6), ternyata tidak mampu menopang ekonominya akibat krisis kredit pada pasar mortgage senilai US\$ 1,8 triliun (Sihono, 2012)

Menjelang akhir triwulan III-2008, perekonomian dunia dihadapkan pada satu babak baru yaitu runtuhnya stabilitas ekonomi global, seiring dengan meluasnya krisis finansial ke berbagai negara. Krisis finansial global mulai muncul sejak bulan Agustus 2007, yaitu pada saat salah satu bank terbesar Perancis BNP Paribas mengumumkan pembekuan beberapa sekuritas yang terkait dengan kredit perumahan berisiko tinggi AS (*subprime mortgage*). Pembekuan ini lantas mulai memicu gejolak di pasar finansial dan akhirnya merambat ke seluruh dunia. Selama

September 2007 hingga Oktober 2008, 16 bank di AS terkena kebangkrutan dan lebih dari 100 bank lainnya dalam pengawasan The Fed (Hamidi, 2012).

Hal ini juga menghadirkan permasalahan ekonomi baru yang tidak hanya mengancam Amerika Serikat, namun dalam kondisi global yang segalanya serba mudah dan cepat di mana pertukaran informasi, perpindahan manusia, pergerakan kapital, ekspor impor serta jasa yang bebas dari suatu negara ke negara lain, dampak krisis *subprime mortgage* juga mengancam berbagai negara dunia (K. Mahendra & Yealta, 2017). Pasar modal dan perbankan internasional, mengeringnya likuiditas akan diiringi oleh penarikan dana khususnya dari pasar negara-negara berkembang (*emerging markets*) baik dana dalam bentuk saham, obligasi maupun pinjaman dalam valuta asing akibat ekspektasi para investor akan perlambatan pertumbuhan ekonomi global.

Perlambatan pertumbuhan ekonomi dunia juga menyebabkan menurunnya volume perdagangan dunia. Setelah mencapai pertumbuhan rata-rata 8,1% selama 5 tahun terakhir, pada tahun 2008 pertumbuhan volume perdagangan dunia menurun tajam menjadi sebesar 4,1% yang berarti terpangkas hampir 50% seiring dengan pelemahan permintaan global (Outlook Perekonomian Indonesia, 2009).

Krisis di Amerika Serikat menjalar ke Eropa merontokkan harga saham global dan melemahkan dollar Amerika Serikat ke rekor tertinggi US\$ 1, 4967 terhadap Euro, pada waktu ditetapkan tahun 1999 US\$ 1, 16675.6 Krisis ekonomi global telah memberikan dampak yang signifikan bagi ekspor produk agribisnis, yaitu pada periode 2008-2009 dan lalu meningkat kembali tahun 2009-2010 (Firdaus, 2010).

Krisis global yang melanda Asia membuat perekonomian terpuruk, peristiwa itu diawali dengan terdepresiasinya nilai tukar terhadap Dollar Amerika Serikat yang membuat para pelaku pasar mengalami kesulitan dan berdampak ke banyak sektor. Selain itu, pertumbuhan ekonomi di kawasan Asia juga ikut turun secara signifikan.

## **2.6 Hubungan Antar Variabel**

Kedatangan wisatawan menjadi hal cukup berpotensi di berbagai negara. Kedatangan wisatawan mendorong sektor-sektor lain untuk berkembang. Peningkatan kedatangan wisatawan tentunya berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

### **2.6.1 Hubungan Pengguna Internet dengan Kedatangan Wisatawan**

Jumlah pengguna internet yang cukup banyak akan mempermudah tersalurkannya informasi-informasi mengenai destinasi-destinasi di suatu negara. Pengguna internet dalam suatu negara secara tidak langsung menjadi media promosi destinasi lewat media sosial yang akan menyebarluaskan ke wisatawan-wisatawan mancanegara. Selain itu, perkembangan internet akan membuat wisatawan mudah dalam hal komunikasi ketika berada dalam destinasi wisata.

### **2.6.2 Hubungan Indeks Pembangunan Manusia dengan Kedatangan Wisatawan**

Indeks Pembangunan Manusia (IPM) mempunyai hubungan dengan kedatangan wisatawan. Semakin tinggi nilai IPM maka daerah tersebut juga semakin bagus dan tentunya hal ini juga mendorong adanya kedatangan wisatawan ke daerah tersebut. Peningkatan pada investasi dalam IPM terutama dalam kondisi

lingkungan untuk menciptakan kondisi yang memuaskan dan menguntungkan dapat membuat wisatawan datang ke daerah tersebut (Mehregan, 2012)

### **2.6.3 Hubungan *Foreign Direct Investment* dengan Kedatangan Wisatawan**

*Foreign direct investment* mendorong adanya infrastruktur untuk terus berkembang di suatu negara. Adanya modal asing yang semakin besar maka berbagai sektor lain juga turut berkembang. FDI berpengaruh positif terhadap pariwisata khususnya pada destinasi-destinasi wisata (Robin Nunkoo, Robin & Seetanah, Boopen & Seetanah, 2018).

### **2.6.4 Hubungan *Subprime Mortgage* dengan Kedatangan Wisatawan**

*Subprime Mortgage* merupakan salah satu bentuk krisis ekonomi yang berdampak di Asia. Teori *Tourist Receiving Destination* oleh C. Cooper & Brian (2001) mengungkapkan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi kedatangan wisatawan ke Daerah Tujuan Wisatawan (DTW) adalah stabilitas ekonomi. Secara tidak langsung, menurut teori tersebut krisis *subprime mortgage* ini akan mempengaruhi kedatangan wisatawan ke suatu negara.

## **2.7 Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu digunakan sebagai dasar dalam penelitian untuk menjelaskan hubungan antar variabel dan menganalisis perkembangan variabel yang digunakan. Penelitian terdahulu juga dapat digunakan untuk mengetahui persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan. Hal tersebut dapat menjadi dasar dalam mengembangkan penelitian.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul dan Nama Peneliti	Tujuan Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1.	Joko Mariyono (2017)(Jannah, 2014) <i>Determinants of Demand for Foreign Tourism in Indonesia</i>	Menganalisis determinan wisatawan asing yang datang ke Indonesia	<i>Travel Cost Model</i>	Jarak adalah salah satu faktor penting yang mengurangi jumlah wisatawan asing yang datang ke Indonesia. Negara-negara yang lebih kaya dan lebih besar meningkatkan jumlah wisatawan yang bepergian ke Indonesia. Serangan bom mengurangi jumlah turis asing. Turis dari negara-negara barat dan ASEAN lebih cenderung mengunjungi Indonesia daripada yang lain. Terakhir, tren turis asing meningkat signifikan setelah jatuh karena serangan bom.
2.	Antara & Prameswari (2018) <i>Push and Pull Factors of Tourists Visit the Tourism Destination of Bali, Indonesia</i>	Mengidentifikasi faktor-faktor penarik dan penarik utama yang mempengaruhi kunjungan wisatawan ke tujuan wisata Bali, Indonesia.	Analisis faktor dan deskriptif kualitatif	Ada tiga faktor pendorong utama yaitu status dan pengembangan pribadi (F2), budaya (F1) dan hubungan interpersonal (F4), dan ada empat faktor penarik utama yaitu orang (F10), atmosfer dan iklim (F6), keamanan dan



				kebersihan (F11), dan peluang untuk kegiatan di luar ruangan (F12) yang dikunjungi wisatawan ke tujuan wisata Bali, Indonesia.
3.	Laba et al., (2018)  Dampak Terpaan Informasi Media Digital terhadap Perkembangan Pariwisata dan Perilaku Masyarakat Bali	Menentukan dampak terpaan informasi media pariwisata melalui media digital terhadap perkembangan pariwisata dan perilaku masyarakat Bali	Deskriptif Kualitatif	Terpaan media mempunyai dampak positif dan negatif terhadap penggunaannya. Terpaan informasi media dapat mempengaruhi sosial budaya masyarakat. Oleh karenanya perlu upaya untuk menguasai dan mengendalikan teknologi informasi agar memberikan manfaat
4.	Ismalisa & Anis (2019)  Analisis Kausalitas Sektor Pariwisata, Indeks Pembangunan Manusia dan Pertumbuhan Ekonomi di Sumatra Barat	Mengkaji hubungan kausalitas antara Sector Pariwisata, Indeks Pembangunan Manusia Dan Pertumbuhan Ekonomi di Sumatra Barat	pendekatan Panel <i>Vector Autoregression</i> (PVAR)	Terdapat Kausalitas searah di mana Indeks Pembangunan Manusia mempengaruhi Pariwisata. Tidak terdapat hubungan Kausalitas antara sektor Pariwisata dan Pertumbuhan Ekonomi. Terdapat Kausalitas searah di mana Indeks Pembangunan Manusia mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi. Jadi,

				dalam penelitian ini tidak terdapat hubungan kausalitas antara ketiga variabel , akan tetapi hanya terdapat hubungan satu arah saja.
5.	I Gusti Ngurah Bagus Pradnyana1 (2015)  Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan di Taman Hutan Raya Ngurah Rai	mengetahui (1) kinerja Taman Hutan Raya Ngurah Rai; (2) faktor mana dari keempat faktor (harga tiket, layanan, infrastruktur, atau faktor daya tarik wisata alam) yang paling berpengaruh terhadap jumlah pengunjung wisata di Taman Hutan Raya Ngurah Rai	Metode regresi linier berganda	Penelitian menunjukkan bahwa (1) Kinerja Taman Hutan Raya Ngurah Rai: pengunjung mengatakan bahwa tiket masuk terlalu mahal, karena sebagian besar pengunjung stunden sehingga tidak mampu membayar. harga. Para pengunjung juga mengatakan bahwa layanannya sangat buruk, mereka hanya memberikan tiket kepada pengunjung tanpa layanan lain. Mengenai infrastruktur, para pengunjung mengatakan bahwa infrastrukturnya sangat buruk, banyak rel kayu rusak. Dan untuk objek wisata alam para pengunjung mengatakan bahwa mereka sudah jenuh dengan objek yang ada. (2) Faktor yang

				memberikan pengaruh signifikan terhadap jumlah kunjungan adalah harga tiket, dan daya tarik wisata alam.
6.	Khandaker & Islam (2017)  <i>International Tourism Demand and Macroeconomic Factors</i>	Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pariwisata	Analisis Data Panel	Nilai tukar berpengaruh negatif terhadap permintaan pariwisata. Pertumbuhan FDI dan GNP tidak berpengaruh signifikan terhadap pariwisata internasional. Pengguna internet berpengaruh terhadap jumlah wisatawan asing yang masuk. Negara-negara dengan kondisi politik yang buruk tidak menguntungkan didalam aspek pariwisata. Krisis keuangan global diawal abad 21 berpengaruh pada pariwisata internasional.
7.	Mehregan (2012)  <i>Foreign Tourism and Human Development in Iran</i>	Mempelajari dampak indeks pembangunan manusia terhadap kedatangan wisatawan asing di Iran	Model <i>Autoregressive Distributed Lag</i>	Hubungan positif dan signifikan antara pintu masuk turis asing dan indeks pembangunan manusia dalam jangka pendek dan panjang. Temuan ini juga

				menunjukkan bahwa komponen HDI termasuk indeks Penghasilan, indeks harapan hidup dan Indeks pendidikan memiliki dampak signifikan terhadap kedatangan wisatawan asing dalam jangka panjang.
8.	M. Musai, Mehrara, M., Nemati, S. F., & Tak (2011)  <i>Demand for Travel to Iran and Human Development Index</i>	Mengetahui hubungan antara permintaan untuk perjalanan ke Iran dan Indeks Pembangunan Manusia negara-negara tertentu.	Metode Koefisien regresi linear	Peningkatan indeks pembangunan manusia di negara-negara tertentu pada permintaan total perjalanan ke Iran telah meningkat dan perubahan dalam variabel independen (HDI), dapat dijelaskan lebih dari 80% variabel dependen (permintaan perjalanan). Di antara tiga dimensi dasar HDI, indeks PDB, pendidikan dan harapan hidup masing-masing negara memiliki efek terbesar. Peningkatan pendapatan nasional, kemakmuran ekonomi dan peningkatan pendidikan publik negara-negara

				tetangga dapat meningkatkan permintaan perjalanan ke Iran.
9.	Tan et al. (2019) <i>The Relationship Between Human Development, Tourism and Economic Growth: Evidence From Malaysia</i>	Meneliti hubungan antara pengembangan manusia, pariwisata dan pertumbuhan ekonomi di Malaysia	Pendekatan kointegrasi	Pariwisata berhubungan positif dengan pembangunan manusia dalam jangka panjang. Temuan ini menunjukkan bahwa hubungan yang diketahui dapat berfungsi sebagai panduan bagi pembuat kebijakan untuk mencapai perkembangan sosial dan budaya yang lebih baik untuk mendorong pertumbuhan.
10	Standing et al., (2014) <i>The Impact Of The Internet In Travel And Tourism: A Research Review 2001–2010</i>	Mengetahui pengaruh Internet pada pariwisata dan perjalanan wisata.	Pendekatan studi literatur	Dari beberapa tahun yang diteliti menunjukkan bahwa adanya internet yang meliputi kemudahan wisatawan untuk membeli tiket <i>online</i> , mengetahui destinasi dalam <i>web</i> dan keikutsertaan organisasi lain dalam pengembangan merupakan hal yang sangat penting dalam kedatangan

				wisatawan di suatu negara.
11	<p>Garín Muñoz &amp; Perez Amaral (2012)</p> <p><i>Internet Usage for Travel and Tourism. The Case of Spain</i></p>	<p>Mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan Internet untuk informasi perjalanan dan belanja</p>	<p>Regresi data panel</p>	<p>Penggunaan Internet berpengaruh signifikan terhadap perjalanan wisata. Penggunaan Internet untuk alasan informasi pada dasarnya tergantung pada tingkat penetrasi TIK di daerah dan karakteristik demografis populasi. Namun, ketika mempertimbangkan penggunaan Internet sebagai alat pembelian produk, variabel yang terkait dengan karakteristik perjalanan juga relevan.</p>
12	<p>Batinić (2013)</p> <p><i>The Role And Importance Of The Internet In Contemporary Tourism In Travel Agencies Business</i></p>	<p>Mengetahui peran dan pentingnya internet dalam pariwisata dan bisnis perjalanan</p>	<p><i>Descriptive Analysis</i></p>	<p>Teknologi internet adalah 'saluran komunikasi' yang penting antara penawaran dan permintaan dalam pariwisata modern. Dengan bantuan Internet, ada peluang bagi semua operator di industri pariwisata untuk berhasil mempromosikan dan menjual layanan dan produk dan</p>

				bertindak sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen modern. Dalam bisnis agen perjalanan modern, Internet telah terbukti menjadi media yang efektif untuk promosi dan penjualan pariwisata, sehingga distribusi produk dan layanan tidak lagi tergantung pada jumlah katalog cetak dan brosur, tetapi informasi mengenai produk dan layanan pariwisata dapat mencapai jutaan Pengguna internet, dan <i>overbooking</i> menjadi hampir mustahil karena semua masalah komunikasi telah dihapus.
13	Robin Nunkoo, Robin & Seetanah, Boopen & Seetanah (2018)  <i>Foreign Direct Investment and Tourism Development: A Theoretical and Empirical Review</i>	Mengetahui pengaruh FDI terhadap pengembangan pariwisata	Pendekatan studi literatur dan teori	FDI mempunyai pengaruh positif terhadap destinasi pariwisata yang berkaitan dengan perkembangan infrastruktur

14	<p>Bezić &amp; Radić (2017)</p> <p><i>Tourism foreign direct investment led tourism gross value added: a co-integration and causality analysis of Croatian tourism</i></p>	<p>Mengetahui hubungan kausalitas antara FDI terhadap pariwisata dan nilai tambah pariwisata di Croasia</p>	<p><i>Granger causality test</i></p>	<p><i>Foreign direct investment</i> mempunyai pengaruh terhadap pariwisata dalam jangka panjang maupun dalam jangka pendek. FDI juga mempunyai nilai tambah dalam bidang pariwisata.</p>
15	<p>Habibi (2015)</p> <p><i>Foreign Direct Investment, Tourism and Economic Growth in Malaysia</i></p>	<p>Menginvestigasi pengaruh jangka panjang dan kausalitas langsung antara pariwisata, FDI, dan pertumbuhan ekonomi</p>	<p><i>Granger causality test</i></p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa pariwisata, FDI, dan pertumbuhan ekonomi saling berko-integrasi, dalam jangka panjang dapat disimpulkan dalam tiga variabel tersebut. Dari hasil tes kausalitas Granger menunjukkan bahwa FDI menyebabkan pertumbuhan ekonomi naik dan juga meningkatnya kedatangan wisatawan internasional.</p>
16	<p>Işik (2015)</p> <p><i>Foreign Direct Investment in Tourism: Panel Data Analysis of D7 Countries</i></p>	<p>Mengetahui hubungan kausalitas antara FDI dengan perkembangan pariwisata di 7 negara berkembang</p>	<p><i>Panel Data analysis</i></p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan signifikan FDI dan perkembangan pariwisata (perkembangan pariwisata</p>

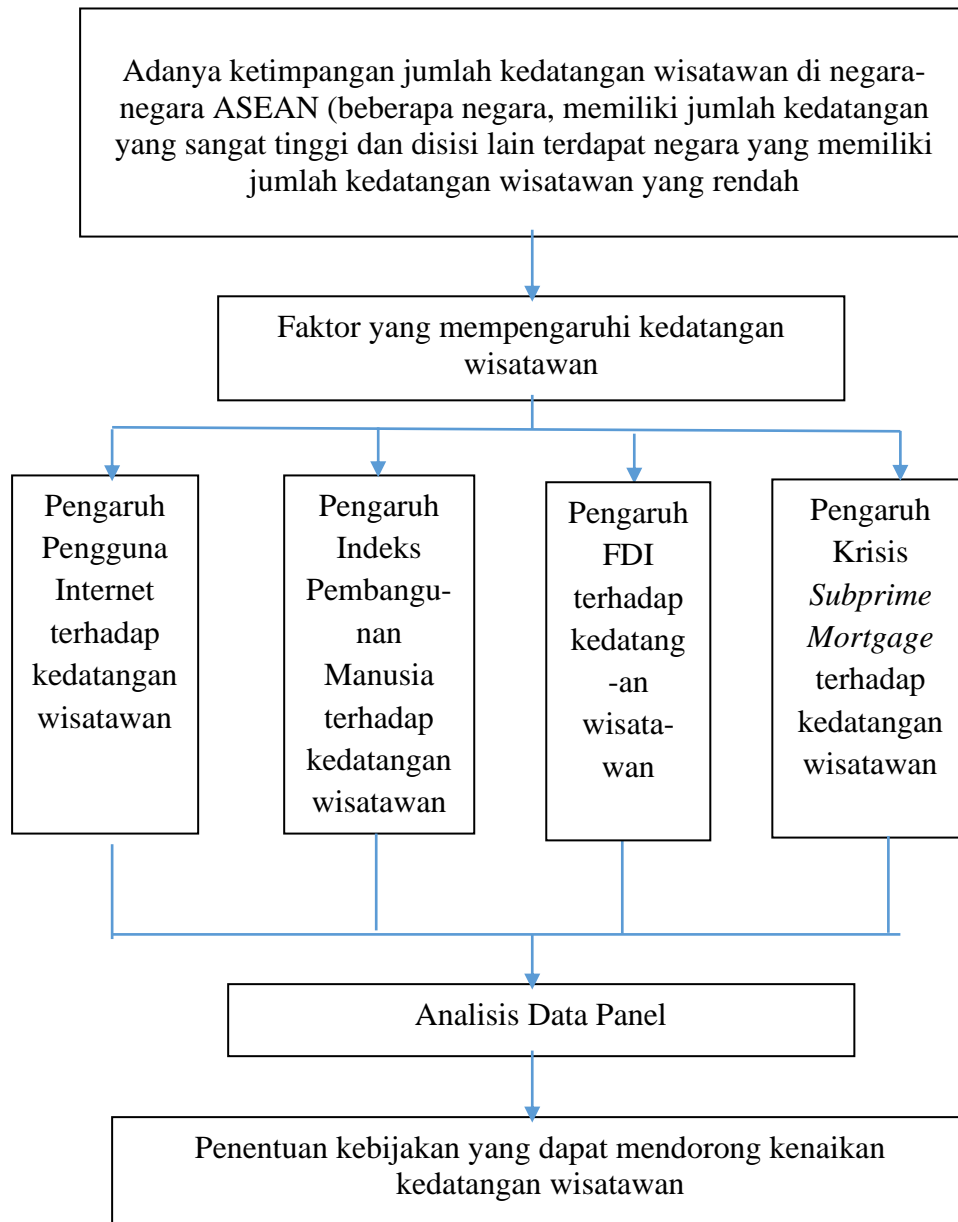


				dipengaruhi oleh FDI di 7 negara berkembang.
--	--	--	--	--

Berdasarkan tabel penelitian terdahulu maka muncul persamaan dan perbedaan dalam penelitian oleh masing-masing peneliti. Persamaan dalam suatu penelitian dengan penelitian lainnya yaitu dengan catatan persamaan tersebut tidak menjiplak dengan penelitian yang sudah ada. Sedangkan perbedaan dalam suatu penelitian pasti ada, karena dengan adanya perbedaan maka penelitian yang dilakukan dapat dikembangkan.

Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah dari segi variabel indeks pembangunan manusia, FDI dan pengguna internet. Ketiga variabel tersebut telah diteliti sebelumnya dan menghasilkan nilai yang signifikan terhadap variabel kedatangan wisatawan. Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah dari salah satu variabel yang diteliti yaitu variabel krisis *subprime mortgage*. Selain itu perbedaan penelitian ini adalah dari segi hubungan variabel-variabel dengan lokasi penelitian (ASEAN) dan dalam jangka waktu yang baru.

## 2.8 Kerangka Berpikir



**Gambar 2.2 Kerangka Berpikir**

Pariwisata merupakan sektor yang mendorong perekonomian di berbagai negara. Pendapatan sektor pariwisata salah satunya disumbang oleh adanya kedatangan wisatawan. Kedatangan wisatawan akan mendorong sektor-sektor lain untuk berkembang. Kedatangan wisatawan disetiap negara mempunyai

perbedaan, contohnya di ASEAN yang memiliki jumlah kedatangan wisatawan yang cukup timpang. Dalam penentuan kebijakan dalam hal peningkatan kedatangan wisatawan tentunya harus melihat apa saja faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kedatangan wisatawan.

## 2.9 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang bertujuan mengarahkan dan memberikan pedoman dalam pokok permasalahan serta tujuan penelitian (Sugiyono, 2016). Atas dasar kerangka penelitian diatas, dapat dikemukakan suatu hipotesis penelitian sebagai berikut :

H<sub>1</sub>: Pengguna internet berpengaruh terhadap kedatangan wisatawan pada destinasi di ASEAN.

H<sub>2</sub>: Indeks pembangunan manusia berpengaruh terhadap kedatangan wisatawan pada destinasi di ASEAN.

H<sub>3</sub>: *Foreign direct investment* berpengaruh terhadap kedatangan wisatawan pada destinasi di ASEAN.

H<sub>4</sub>: Krisis *subprime mortgage* berpengaruh terhadap kedatangan wisatawan pada destinasi di ASEAN.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 KESIMPULAN**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh pengguna internet, indeks pembangunan manusia, *foreign direct investment*, dan krisis *subprime mortgage* terhadap kedatangan wisatawan di ASEAN tahun 2004-2018, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengguna internet signifikan dan memiliki pengaruh positif terhadap kedatangan wisatawan di ASEAN tahun 2004-2018. Pengguna internet dalam suatu negara dapat menjadi media dalam penawaran pariwisata.
2. Indeks pembangunan manusia tidak berpengaruh signifikan terhadap kedatangan wisatawan di ASEAN tahun 2004-2018. Kondisi pendidikan, pendapatan, dan juga harapan hidup belum menunjukkan adanya peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung.
3. *Foreign direct Investment* signifikan dan berpengaruh positif terhadap kedatangan wisatawan di ASEAN tahun 2004-2018. Peningkatan FDI juga meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung karena dengan adanya pembangunan-pembangunan maka juga akan mendorong adanya fasilitas baru sebagai penunjang pariwisata.
4. Krisis *subprime mortgage* signifikan dan memiliki pengaruh negatif terhadap kedatangan wisatawan di ASEAN tahun 2004-2018. Krisis

ekonomi yang berdampak di negara-negara ASEAN akan berdampak negatif pada jumlah kunjungan wisatawan. Ketika krisis seorang wisatawan akan berpikir dua kali ketika ingin berwisata atau mengalokasikan uangnya untuk kepentingan lainnya.

## 5.2. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan mengenai pengaruh pengguna internet, indeks pembangunan manusia, *foreign direct investment*, dan krisis *subprime mortgage* terhadap kedatangan wisatawan di ASEAN tahun 2004-2018, maka diperoleh beberapa saran sebagai berikut:

1. Disarankan bagi negara-negara di ASEAN untuk terus memperluas ketersediaan internet sehingga terjadi peningkatan dalam jumlah pengguna internet. Daerah yang memiliki destinasi wisata yang menarik akan lebih dapat berkembang ketika wisatawan lebih mudah dalam memperoleh informasi tentang daerah wisata, penyediaan tiket wisata dari pihak destinasi, penjualan paket wisata yang diadakan oleh pengguna internet yang merupakan masyarakat sekitar destinasi wisata.
2. Terkait dengan indeks pembangunan manusia yang mencakup dalam kualitas dunia pendidikan, lapangan pekerjaan, dan kesejahteraan masyarakat menurut penelitian memang tidak signifikan namun juga perlu adanya pengembangan. IPM dapat menggambarkan bagaimana kondisi suatu negara, jika nilainya semakin tinggi maka juga akan semakin bagus pula kondisi suatu negara.
3. Disarankan bahwa adanya investasi harus diperkuat dari segi birokrasi maupun teknis. Dalam dunia investasi langsung maka investor juga akan melihat salah

satunya bagaimana kemudahan dalam berinvestasi. Selain itu, untuk menambah minat investor maka perlu adanya kestabilan ekonomi dan juga perlu diimbangi dengan pembangunan sumber daya manusia ataupun teknologi. Diharapkan apabila penambahan FDI juga akan mendorong sektor pariwisata untuk berkembang yang nantinya juga akan berdampak pada perekonomian suatu negara.

4. Krisis ekonomi menjadi tantangan tersendiri bagi setiap negara di ASEAN. Krisis ekonomi akan diperkecil dampaknya jika setiap negara mampu mengambil langkah dengan tepat. Langkah yang diambil setiap negara dapat berupa kebijakan ekonomi baik fiskal maupun moneter. Disarankan untuk setiap negara agar lebih berhati-hati dalam membuat keputusan. Selain itu untuk mengurangi dampak krisis dalam dunia pariwisata maka perlu adanya langkah tersendiri untuk mengatasinya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ait-Sahalia, Y., Andritzky, J., Jobst, A., Nowak, S., & Tamirisa, N. (2012). Market response to policy initiatives during the global financial crisis. *Journal of International Economics*, 87(1), 162–177. <https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2011.12.001>
- Antara, M., & Prameswari, Y. A. (2018). Push and Pull Factors of Tourists Visit the Tourism Destination of Bali, Indonesia. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 6(1), 2372–5133. <https://doi.org/10.15640/jthm.v6n1a11>
- Arafat, M. R. (2009). ). *Faktor Penyebab Krisis Finansial Global 2008 serta Ekses Krisis terhadap Tatanan Ekonomi Global*. Universitas Indonesia.
- Ariefianto, M. D. (2012). *Ekonometrika esensi dan aplikasi dengan menggunakan EViews* (ERLANGGA (ed.)).
- ASEAN Secretariat. (2019). *ASEAN Statistical Year Book*.
- B. Biagi., L. M. G. & R. V. (2017). Human development and tourism specialization. Evidence from a panel of developed and developing countries. *International Journal of Tourism Research*, 30, 1443–1460.
- Batinić, I. (2013). The role and importance of the internet in contemporary tourism in travel agencies business. *International Journal of Cognitive Research in Science, Engineering and Education*, 1(2), 119–122.
- Bezić, H., & Radić, M. N. (2017). Tourism foreign direct investment led tourism gross value added: A co-integration and causality analysis of croatian tourism. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja* , 30(1), 1443–1460. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2017.1340173>
- BPS. (2020). *Laporan Publikasi*. <https://www.bps.go.id>.
- C. Cooper & Brian, B. (2001). *Worldwide Destinations: The Geography of Travel and Tourism* (3 edition).
- Cerovic, S., Knezevic, M., Matovic, V., & Brdar, I. (2015). The contribution of tourism industry on the GDP growth of Western Balkan countries. *Industrija*, 43(3), 159–170. <https://doi.org/10.5937/industrija43-9002>
- Croes, R., & Rivera, M. (2015). Tourism and Human Development. *Revista Latino-Americana de Turismologia*, 1(2), 17–29.

- D. Kuncoro & Prasetiantono, T. (2009). *Memahami Krisis Keuangan Global, Bagaimana Harus Bersikap. Kerjasama.*
- Firdaus, M. (2010). *How Severely did the Global Economic Crisis Affect Indonesian Agribusiness Exports?*  
web.ipb.ac.id/~fem/index.php/download.html?
- Fuadillah, N. (2018). *Pengaruh Place Branding, Promosi, Dan Atribut Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui Citra Destinasi Sebagai Variabel Intervening Pada Destinasi Wisata Pantai Teluk Penyu Kabupaten Cilacap.*
- Garín Muñoz, T., & Perez Amaral, T. (2012). Internet usage for travel and tourism. The case of Spain. *SSRN Electronic Journal*, June.  
<https://doi.org/10.2139/ssrn.1571085>
- Gujarati, D. (2003). *Ekonometri Dasar*. Erlangga.
- Gujarati, D. (2010). *Dasar-dasar Ekonometrika*. Salemba Empat.
- Gujarati, D. & D. C. P. (2013). *Dasar-Dasar Ekonometrika* (5th ed.). Salemba Empat.
- Gunn, C. A. (1994). *Tourism Planning: Basic, Concepts, Cases*. Taylor & Francis.
- Habibi, F. (2015). Foreign Direct Investment, Tourism and Economic Growth in Malaysia. *European Journal of Social Sciences*, 48(3), 381–390.
- Hady, H. (2004). *Ekonomi Internasional: Teori dan Kebijakan Keuangan Internasional*. Ghalia Indonesia.
- Hamidi, M. L. (2012). *The Crisis, krisis manalagi yang engkau dustakan? : krisis ekonomi global 2008.*
- I Gusti Ngurah Bagus Pradnyana<sup>1\*</sup>, I. K. A. I. M. T. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Di Taman Hutan Raya Ngurah Rai. *Agrimeta: Jurnal Pertanian Berbasis Keseimbangan Ekos*, 5(10).
- Iqbal, M. (2015). *Regresi Data Panel (2) "Tahap Analisis."*  
<https://Dosen.Perbanas.Id/Regresi-Data-Panel-2-Tahap-Analisis>.
- Işik, C. (2015). Foreign Direct Investment in Tourism: Panel Data Analysis of D7 Countries. *Athens Journal of Tourism*, 2(2), 93–103.  
<https://doi.org/10.30958/ajt.2-2-2>
- Ismalisa, & Anis, A. (2019). Analisis Kausalitas Sektor Pariwisata, Indeks Pembangunan Manusia dan Pertumbuhan Ekonomi di Sumatera Barat. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Pembangunan*, 1(2), 563–570.
- Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata*. Grasindo.



- Jannah, B. (2014). *Pengaruh City Branding Dan City Image Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Banyuwangi*.
- K. Mahendra & Yealta, D. (2017). *Pengaruh Krisis Subprime Mortgage Amerika Serikat Terhadap Perbankan Syariah Muamalat Indonesia Tahun 2006-2009*. Riau University.
- K.V.B Mhurty & Deb, A. . (2008). *Sub Prime Crisis in US: Emergence, Impact and Lessons*. papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\_id=1303417
- Kementrian Keuangan. (2018). *Laporan Publikasi*. <https://www.kemenkeu.go.id>
- Kementrian Luar Negeri. (2018). *Laporan Publikasi*. <https://www.kemenlu.go.id>
- Khandaker, S., & Islam, S. Z. (2017). International Tourism Demand and Macroeconomic Factors. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 7(5), 389–393.
- Kuncoro, M. (2006). *Ekonomika Pembangunan: Teori, Masalah dan Kebijakan*. UUP STIM YKPN.
- Laba, I. N., Semara, I. M. T., & Tunjungsari, K. R. (2018). Dampak Terpaan Informasi Media Digital terhadap Perkembangan Pariwisata dan Perilaku Masyarakat Bali. *Jurnal Kajian Bali (Journal of Bali Studies)*, 8(2), 177. <https://doi.org/10.24843/jkb.2018.v08.i02.p11>
- M. Musai, Mehrara, M., Nemati, S. F., & Tak, M. N. (2011). Demand for travel to Iran and human development inde. *European Journal of Social Sciences*, 25 (1), 14–22.
- Manurung, P. R. dan M. (2001). *Teori Ekonomi Makro*. Fakultas Ekonomi.
- Mariyono, J. (2017). Determinants of Demand for Foreign Tourism in Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi Dan Pembangunan*, 18(1), 82. <https://doi.org/10.23917/jep.v18i1.2042>
- Medlik, A. . B. dan. (1980). *Tourism Past, Present and Future*. Heinman.
- Mehregan, N. (2012). Foreign Tourism and Human Development in Iran. *Department of Economics, Bu- Ali Sina University, V50*. <https://doi.org/DOI:10.7763/IPEDR>
- Ostadi, H., & Ashja, S. (2014). The relationship between external debt and foreign direct investment in D8 member countries (1995-2011). *WALIA Journal*, 30(S3), 18–22.
- Putong, I. (2003). *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro*. Ghalia Indonesia.
- R. Assaf & Sodka, E. (1999). *Labor, Capital and Finance: International Flow*.
- Robin Nunkoo, Robin & Seetanah, Boopen & Seetanah, B. (2018). *Foreign Direct*

*Investment and Tourism Development: A Theoretical and Empirical Review.*  
BK-SAGE-COOPER\_V1-180129-Chp33.indd

- S.J., J. F. R., & Roy, S. (2014). Impact of Financial Crisis in Asia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 133, 336–345.  
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.199>
- Shidiq, A. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Migrasi Commuter.*
- Sihono, T. (2012). Krisis Finansial Amerika Serikat dan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 5(2), 1–20.  
<https://doi.org/10.21831/jep.v5i2.597>
- Sornarajah, M. (2010). *More information THE INTERNATIONAL LAW ON FOREIGN.*
- Spillane, J. J. (2001). *Ekonomi Pariwisata.* Penerbit Kanisius.
- Standing, C., Tang-Taye, J. P., & Boyer, M. (2014). The Impact of the Internet in Travel and Tourism: A Research Review 2001-2010. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 31(1), 82–113.  
<https://doi.org/10.1080/10548408.2014.861724>
- Subanti, S. (2011). *Analisis Permintaan Pariwisata Di Kabupaten Semarang (Studi Empiris Di Obyek Wisata Alam Dan Sejarah).* UNDIP.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D.*
- Sukirno, S. (2006). *Ekonomi Pembangunan Proses, Masalah, dan Dasar Kebijakan.* Kencana Prenada media group.
- Suwantoro, G. (2004). *Dasar- Dasar Pariwisata.* Penerbit Andi Yogyakarta
- Tan, Y. T., Gan, P. T., Hussin, M. Y. M., & Ramli, N. (2019). The relationship between human development, tourism and economic growth: Evidence from Malaysia. *Research in World Economy*, 10(5), 96–103.  
<https://doi.org/10.5430/rwe.v10n5p96>
- Tocar, S. (2018). Determinants of Foreign Direct Investment: A Review. *Review of Economic and Business Studies*, 11(1), 165–196. <https://doi.org/10.1515/rebs-2018-0069>
- UNCTAD. (2007). *FDI and Tourism: The Development Dimension-Selected Developing Country Case-studies.*
- UNDP. (2020). *Laporan Publikasi.* <https://www.undp.org>
- UNWTO. (2017). *Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to*

2030. In *Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030*.  
<https://doi.org/10.18111/9789284419401>

Widarjono, A. (2013). *Ekonometrika Pengantar Dan Aplikasinya*. Ekonosia.

Winarno, W. W. (2009). *Analisis Ekonometrika dan Statistika dengan Eviews*. UPP  
STIM YKPN.

Yoeti. (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa.

Zhang, J., Madsen, B., & Jensen-Butler, C. (2007). Regional economic impacts of  
tourism: The case of Denmark. *Regional Studies*, 41(6), 839–854.  
<https://doi.org/10.1080/00343400701281733>