

BAB I

PENDAHULUAN

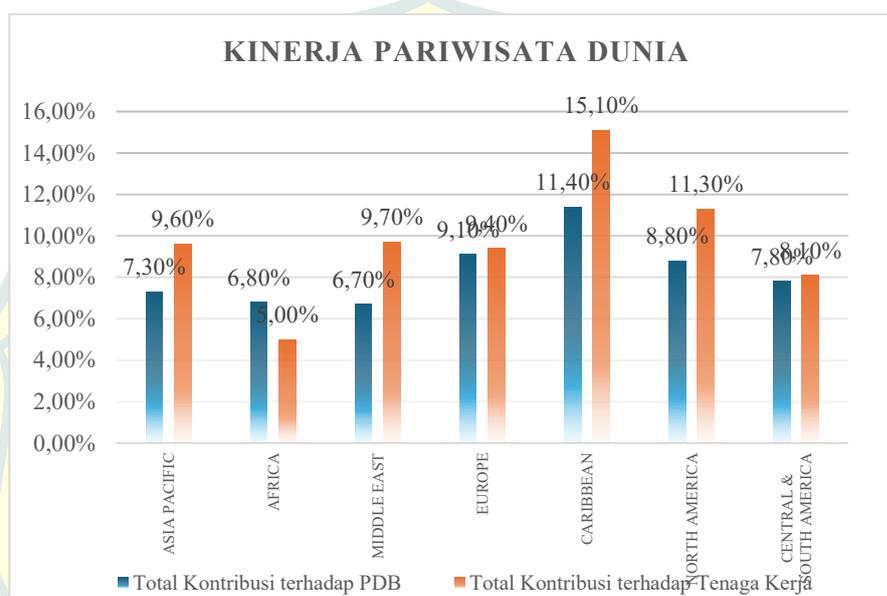
1.1 Latar Belakang Penelitian

Pariwisata merupakan sektor penggerak ekonomi global yang signifikan. Popularitas pariwisata meningkat pesat pada era modern, menjadikannya sebagai bagian integral dari gaya hidup masyarakat global. Pertumbuhan jumlah kedatangan wisatawan, baik mancanegara maupun domestik, mengukuhkan pariwisata sebagai salah satu industri utama di dunia. Sektor ini berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), menciptakan lapangan kerja, dan perolehan devisa negara. Selain itu, pariwisata dapat mendorong pertumbuhan ekonomi nasional melalui investasi asing dalam pengembangan infrastruktur serta keterkaitannya dengan sektor ekonomi lainnya, seperti transportasi, ritel, grosir, manufaktur, dan jasa-jasa terkait (Proença & Soukiazis, 2008).

Menurut *World Travel & Tourism Council* (WTTC), sektor pariwisata global berkontribusi sebesar US\$ 10,3 triliun atau setara dengan 10,3% PDB global di tahun 2019. Sektor ini mendukung lebih dari 334 juta lapangan kerja di seluruh dunia dan menghasilkan pengeluaran pengunjung internasional mencapai US\$ 1,91 triliun. Hal ini menunjukkan signifikansi sektor pariwisata sebagai sumber pendapatan dan pencipta lapangan kerja.

Namun, dalam beberapa tahun terakhir, sektor pariwisata menghadapi berbagai tantangan, seperti pandemi COVID-19 yang mampu menurunkan pendapatan global sekitar US\$ 2 triliun dan penurunan lalu lintas wisatawan mancanegara sekitar 80% (UNWTO, 2021). Berbagai tantangan turut mempengaruhi sektor pariwisata dunia, seperti ketidakpastian geopolitik (konflik perdagangan) dan ekonomi, inflasi yang meningkatkan biaya perjalanan, dan cuaca ekstrem seperti kebakaran di Australia dan Amerika. Tantangan-tantangan ini mencerminkan risiko dan tren global yang berdampak pada kinerja sektor pariwisata.

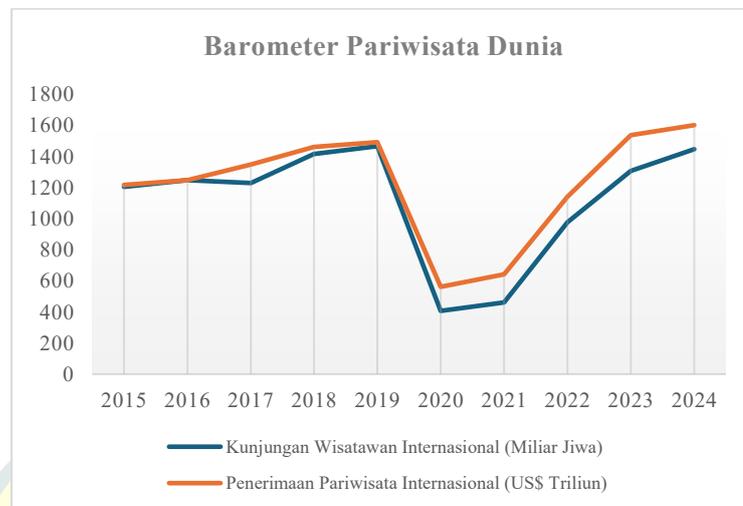
Sektor pariwisata yang menunjukkan pemulihan signifikan di tahun 2023 dengan kontribusi sebesar 9,1% terhadap PDB global, meningkat 23,2% dibandingkan tahun 2022, dan mendekati tingkat sebelum pandemi. Sektor ini juga menciptakan 27 juta lapangan kerja baru. Meskipun pengeluaran wisatawan mancanegara belum sepenuhnya pulih, pengeluaran wisatawan domestik telah melampaui level sebelum pandemi menunjukkan tren positif.



Gambar 1.1 Kinerja Pariwisata Dunia 2023

Sumber: World Travel & Tourism Council dan Diolah Peneliti (2025)

Pariwisata global diproyeksikan pulih sepenuhnya pada akhir tahun 2024. Data dari *United Nations World Tourism* (UNWTO), menunjukkan bahwa kedatangan wisatawan mancanegara pada tahun 2024 mencapai 1,4 miliar kedatangan dengan total penerimaan sebesar US\$ 1,6 miliar di tahun 2024. Jumlah kedatangan ini mencapai 99% dari jumlah kedatangan tahun 2019 atau lima tahun setelah pandemi COVID-19, sekaligus menandai pemulihan dari krisis terburuk dalam sejarah sektor ini. Pemulihan ini didorong oleh berbagai langkah-langkah strategis pemerintah, termasuk promosi destinasi wisata unggulan, pembukaan jalur penerbangan internasional, serta peningkatan kualitas layanan pariwisata yang semakin membaik (UNWTO, 2025).



Gambar 1.2 Barometer Pariwisata Dunia 2010-2024

Sumber: United Nation World Tourism Organization, dan Diolah Peneliti (2025)

Sejak didirikan pada tahun 1967, ASEAN bertujuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dunia, perdamaian negara dan kestabilan regional, serta membentuk kerjasama antarnegara. Untuk mencapai visi bersama, pemimpin-pemimpin ASEAN membentuk *ASEAN Community*, terdiri atas tiga pilar diantaranya ASC, ASCC, dan AEC (Fitra Deni & Sopian, 2017).

Sektor pariwisata ASEAN merupakan bagian pilar *ASEAN Economic Community* (AEC). Sektor ini telah mengalami perkembangan yang sangat pesat dari waktu ke waktu, bermula dari perjalanan dengan tujuan perdagangan, peperangan, ekspansi wilayah, hingga kebutuhan spiritual. Saat ini, pariwisata telah menjadi model perekonomian stabil dalam jangka panjang dan terus berkembang signifikan (Kleinen, 2013).

Negara anggota ASEAN memiliki kekayaan budaya serta keindahan alam melimpah, yang menjadikan ASEAN sebagai tujuan wisata utama. Pada tahun 2018, ASEAN menempati peringkat ketujuh secara global dalam pangsa pariwisata dan kedua tertinggi di kawasan Asia Pasifik (Hor, 2021). Para Menteri Pariwisata ASEAN terus berupaya meningkatkan industri pariwisata berdasarkan prinsip kerja sama regional yang kuat. Mereka meyakini bahwa pengembangan pariwisata di setiap negara akan lebih efektif jika terkoordinasi dalam suatu kerangka organisasi.

Pariwisata memiliki peran strategis sebagai katalis pembangunan ekonomi dan integrasi regional di kawasan ASEAN. ASEAN Tourism Forum (ATF) dibentuk sebagai wadah untuk promosi serta pengembangan sektor pariwisata bagi negara anggotanya. ATF mengadakan konvensi tahunan secara khusus yang berkaitan dengan industri pariwisata ASEAN, berfungsi sebagai forum untuk bertukar pikiran dalam rangka mengevaluasi perkembangan industri pariwisata serta secara kolektif merumuskan rekomendasi konkret untuk mempercepat pertumbuhan pariwisata di kawasan ini.

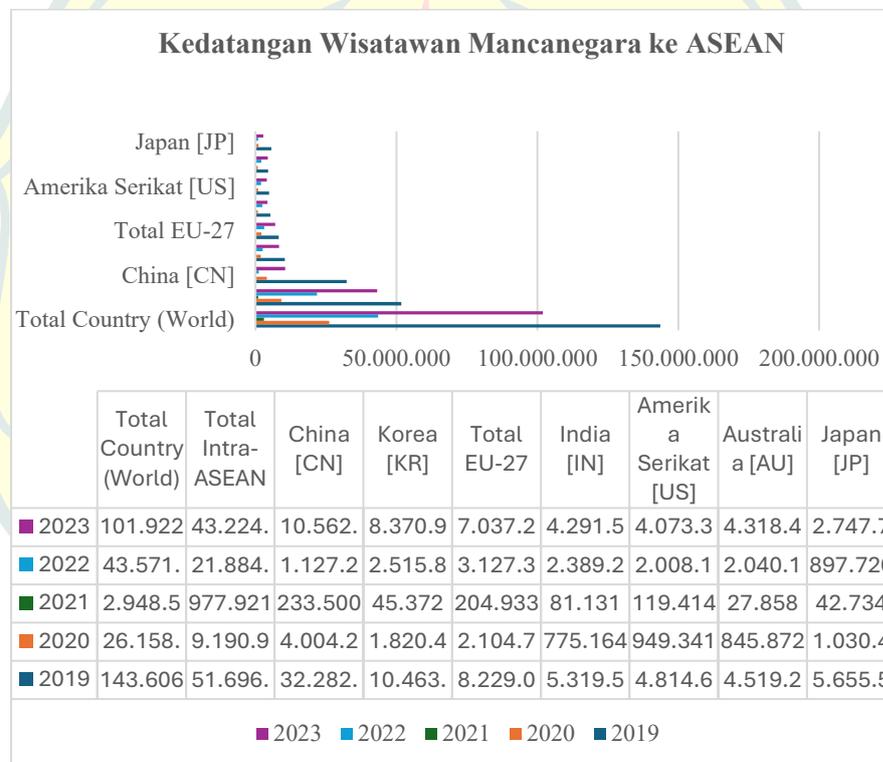
ASEAN *Tourism Strategic Plan* (ATSP) termasuk hasil dari bagian ASEAN *Tourism Forum* (ATF) dan merupakan salah satu program kerja jangka panjang ASEAN di sektor pariwisata. Strategi ini dirancang untuk mendukung pengembangan pengakuan global terhadap Asia Tenggara sebagai destinasi pariwisata yang berdaya saing internasional dan berkualitas.

Pada tahun 2021 *World Economic Forum* (WEF) mengubah *Travel & Tourism Competitive Index* (TTCI) menjadi *Travel & Tourism Development Index* (TTDI). Perubahan ini mencerminkan meluasnya konsep *Travel & Tourism* yang berperan dalam pertumbuhan berkelanjutan dan ketahanan sektor pariwisata serta pembangunan terpadu guna mengurangi dampak pandemi serta mendukung pemulihan dan mengatasi tantangan yang akan datang di masa depan.

Berdasarkan data dari *World Economic Forum* (WEF), hanya empat negara ASEAN yang termasuk ke dalam bagian dari 50 besar negara *Travel & Trade Competitiveness Index* (TTDI). Singapura dan Indonesia termasuk dalam 30 besar, sementara Malaysia dan Thailand berada dalam 50 besar. Hal ini menunjukkan bahwa negara-negara ASEAN mengalami peningkatan dalam memanfaatkan dan memaksimalkan potensi pariwisata meskipun menghadapi berbagai kendala selama pandemi COVID-19 (WEF & University of Surrey, 2024).

Sebelum pandemi COVID-19, ASEAN mencatat 143,6 juta kedatangan wisatawan mancanegara pada tahun 2019. Pandemi menyebabkan penurunan drastis menjadi hanya 2,9 juta pengunjung pada tahun 2021. Seiring pemulihan

ekonomi global, kedatangan wisatawan mancanegara pada negara di kawasan ASEAN kembali meningkat pada tahun 2023, dengan Tiongkok sebagai negara sumber penyumbang wisatawan terbesar di ASEAN dengan jumlah kedatangan 10,6 juta orang atau mencakup 10,4% total wisatawan mancanegara yang mengunjungi kawasan ASEAN. Selain itu, terdapat kontributor signifikan lainnya dari beberapa negara asal pengunjung terbanyak yang mengunjungi negara-negara di ASEAN termasuk Republik Korea, Jepang, Uni Eropa, Australia, Amerika Serikat, dan India (ASEAN Key Figures, 2024).



Gambar 1.3 Kedatangan Wisatawan Mancanegara ASEAN 2019-2023

Sumber: ASEAN Stats dan Diolah Peneliti (2025)

Thailand merupakan negara dengan jumlah kedatangan wisatawan mancanegara tertinggi di kawasan ASEAN. Thailand secara konsisten mencatat jumlah kedatangan wisatawan mancanegara tertinggi, diikuti oleh Malaysia yang menempati posisi kedua di ASEAN. Perkembangan yang sangat pesat dari sektor pariwisata, didorong oleh kesadaran akan kontribusi besar terhadap peningkatan pada tumbuhnya perekonomian negara ASEAN.

Negara ASEAN-5 seperti Indonesia, Malaysia, Thailand, Singapura, dan Filipina masih menjadi tujuan utama wisatawan asing, namun negara-negara CLMV seperti Kamboja, Laos, Myanmar, dan Vietnam memiliki potensi besar untuk meningkatkan jumlah kedatangan wisatawan dan menambah pendapatan di sektor pariwisata (Elisabeth, 2018).

Pariwisata dianggap sebagai sumber pendapatan ekonomi utama negara-negara di kawasan ASEAN. Perkembangan pariwisata mendorong berbagai kegiatan produksi yang meningkatkan aktivitas ekonomi secara berkesinambungan, menyerap tenaga kerja, mengurangi kemiskinan, dan meningkatkan pembangunan nasional. Pengembangan sektor pariwisata dapat menjadi pendorong pengembangan wilayah dengan memanfaatkan sumber daya serta budaya yang menjadi ketertarikan bagi wisatawan untuk berkunjung dan menjadi transaksi investasi kerjasama asing dalam pengembangan pariwisata (Al Qudusi & Agung Gunanto, 2022).

Kawasan ASEAN dikenal sebagai destinasi wisata utama di dunia, didukung oleh kekayaan sumber daya alam, keragaman budaya, warisan sejarah yang kaya, dan posisi geografis yang strategis membuat kawasan ini semakin menarik minat wisatawan untuk datang ke negara-negara di kawasan ASEAN (ASEAN Secretariat, 2024).

Setiap negara di negara ASEAN menawarkan daya tarik wisata yang unik dan beragam menjadikan faktor utama pendorong kedatangan wisatawan global ke kawasan ASEAN. Negara Thailand dikenal dengan Negara Gajah Putih ini menawarkan banyak lokasi yang memesona dengan pantai-pantai eksotisnya seperti (pantai Ko Samui, pulau Phuket, pantai Krabi, dan pantai Hua Hin). Tidak hanya itu, kemegahan budaya Ayutthaya dan Kuil Putih serta makanan khas Thailand membuat negara ini menjadi destinasi utama sekaligus menjadi negara dengan jumlah kedatangan wisatawan terbanyak di kawasan ASEAN (TAT, 2023).

Negara Malaysia menjadi negara kedua dengan jumlah kunjungan wisatawan terbanyak di ASEAN karena menawarkan kombinasi unik antara budaya Melayu, Cina, dan India yang tampak di kota-kota Melaka dan Penang,

kuliner Melayu yang luar biasa seperti nasi lemak dan rendang menjadi daya tarik negara Malaysia, serta keindahan alam yang beragam seperti Taman Negara, pulau Langkawi, Cameron Highlands, Pulau Sipadan, George Town dan Petronas Twin Tower yang menjadikan symbol kemegahan dan modernitas Kuala Lumpur (Tourism Malaysia, 2023).

Selain negara Thailand dan Malaysia, Indonesia menawarkan berbagai keindahan wisata alam yang sangat luar biasa, seperti banyaknya gunung berapi aktif hingga terumbu karang yang mempesona di berbagai pantai dan pulau yang tersebar dari timur hingga barat Indonesia juga kekayaan budaya yang tak tertandingi bahkan bangunan tempat ibadah yang megah (Kemenparekraf, 2023).

Singapura merupakan negara terkecil di ASEAN, namun banyak wisatawan mancanegara yang mengunjungi Singapura dengan tujuan perbelanjaan dan hiburan modern dengan infrastruktur yang canggih dan layanan yang berkualitas (STB, 2023).

Pengembangan pariwisata yang berkelanjutan (*sustainable tourism*) perlu menjadi perhatian utama untuk mencegah kerusakan alam maupun lingkungan di setiap negara, serta memberikan dampak positif bagi sosial masyarakat, kelestarian budaya, dan kesejahteraan perekonomian negara di masa depan (Damanik et al., 2022).

Berdasarkan hasil dari penelitian terdahulu, berbagai faktor yang dapat memengaruhi jumlah kedatangan wisatawan mancanegara pada suatu negara. Pendapatan merupakan faktor determinan dalam keputusan melakukan perjalanan wisata. Studi oleh Medyawati & Yunanto (2022) terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan mancanegara. Peningkatan pendapatan per kapita nasional berpengaruh signifikan terhadap jumlah kedatangan wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke Indonesia.

Menurut Mankiw (2018) PDB berfungsi sebagai pemantau kondisi statistik ekonomi dikarenakan merupakan perhitungan terbaik untuk mengukur kesejahteraan ekonomi masyarakat. Dimana memiliki korelasi positif terhadap kecenderungan melakukan perjalanan. PDB perkapita dihitung dengan

menggunakan harga konstan, yang berarti nilai pendapatan disesuaikan untuk menghilangkan efek inflasi, dan dibagi dengan jumlah penduduk. Dengan demikian, PDB per kapita memberi gambaran akurat tentang kemakmuran dan daya beli masyarakat pada suatu negara.

Setiap negara di dunia umumnya memanfaatkan indikator pertumbuhan ekonomi untuk menilai kekuatan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi dianggap indikator krusial dalam proses pembangunan. Kenaikan pertumbuhan ekonomi yang tinggi diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, menurut (Afifi, 2019) pertumbuhan ekonomi juga memiliki arti bahwa peningkatan pendapatan per kapita dan produk nasional pada suatu negara. Dalam konteks ekonomi, pariwisata *outbound* memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi dari segi pendapatan per kapita yang mempengaruhi psikologi wisatawan.

Data PDB per kapita dari negara asal wisatawan mancanegara yang sering berkunjung ke ASEAN pada tahun 2020-2023 disajikan pada tabel 1.1 berikut.

Tabel 1. 1 PDB Per Kapita Negara Asal Wisatawan Mancanegara

Negara Asal Wisatawan	PDB Per Kapita (US\$)			
	2020	2021	2022	2023
China	17891,48	20406,73	22509,64	24569,29
India	6966,28	8050,02	9153,88	10166,24
Korea	45142,76	48017,49	50792,01	51713,24
Australia	53984,12	58145,55	65834,78	70340,22
Jepang	42438,45	44347,66	47366,34	49885,20
Inggris Raya	47987,58	50978,95	58392,86	58273,47
Jerman	58685,87	62474,36	67533,05	69027,09
Perancis	49481,80	52469,86	56133,80	58167,14
Kanada	48590,68	56547,80	62707,94	63419,08
Italia	44435,64	49780,34	56171,55	57651,99
Spanyol	39322,67	44237,82	50454,17	53092,31
Sweden	57489,27	62675,06	66319,84	67024,36
New Zealand	45283,47	47950,85	53070,99	53480,77
Belgia	56120,10	60611,53	68080,35	68894,39
Saudi Arabia	45434,47	55768,24	61440,77	61102,92

Sumber: World Bank dan Diolah Peneliti (2025)

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa PDB per kapita negara asal wisatawan mancanegara yang mengunjungi kawasan ASEAN mengalami berbagai

peningkatan pada tahun 2020-2023, seperti PDB per kapita wisatawan dari negara China, India, Korea, Australia, Jerman, Perancis, Hongkong, Kanada, Italia, Spanyol, Sweden, New Zealand, dan Belgia. Sedangkan PDB per kapita negara Inggris Raya dan Saudi Arabia mengalami penurunan pada tahun 2023. Permintaan jumlah kedatangan wisatawan mancanegara yang sebanding lurus dengan jumlah kenaikan pendapatan dari wisatawan mancanegara yang datang ke negara ASEAN.

Dalam penelitian Brida et. al., (2020) negara-negara dibagi menjadi dua kategori, yaitu negara dengan ekonomi berkembang dan negara dengan ekonomi maju, guna menganalisis faktor yang memengaruhi ketimpangan pendapatan terhadap pertumbuhan ekonomi. Temuan menunjukkan bahwa negara dengan ekonomi maju mengalami dampak jangka panjang dari tumbuhnya perekonomian negara terhadap ketimpangan pendapatan yang terjadi. Dengan kata lain, peningkatan ketimpangan pendapatan cenderung mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih tinggi.

Prabowo (2020) menemukan bahwa pengaruh positif dari pendapatan per kapita terhadap jumlah kedatangan wisata di negara Indonesia. Meskipun berfokus pada satu negara, penelitian ini memberikan gambaran bahwa pendapatan per kapita dapat mempengaruhi sektor pariwisata di wilayah ASEAN secara lebih luas. Pendapatan per kapita seringkali digunakan sebagai proyeksi untuk mengukur tingkat pendapatan dan kesejahteraan ekonomi suatu negara, serta potensi dalam menghasilkan permintaan pariwisata.

Pengeluaran wisatawan merupakan elemen penting dalam perekonomian kegiatan pariwisata mancanegara, di mana para wisatawan membelanjakan dananya untuk berbagai konsumsi selama berlibur di negara asing. Aspek ini juga sangat diperlukan oleh negara yang dituju oleh wisatawan, karena dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan devisa negara.

Selain pendapatan, faktor harga yang tercermin dalam Indeks Harga Konsumen (IHK) juga menjadi pertimbangan penting bagi wisatawan. IHK mencerminkan perubahan harga barang dan jasa yang dikonsumsi oleh rumah tangga, serta tingkat inflasi dan daya beli masyarakat di suatu negara. Menurut

Mankiw (2018), fungsi utama IHK adalah menghitung setiap perubahan yang terjadi dalam segi biaya hidup, dengan cara mengukur seberapa besar peningkatan pendapatan yang diperlukan agar standar hidup tetap terjaga.

Data IHK yang terjadi pada negara asal wisatawan mancanegara yang sering melakukan kunjungan ataupun berwisata ke ASEAN selama tahun 2019-2023.

Tabel 1. 2 Perkembangan IHK di Negara Asal Wisatawan Mancanegara

Negara Asal Wisatawan	Indeks Harga Konsumen Negara Asal Wisatawan			
	2020	2021	2022	2023
China	128,11	129,37	131,92	132,23
India	182,99	192,38	205,27	216,86
Korea	115,78	118,67	124,71	129,20
Australia	120,81	124,27	132,47	139,88
Jepang	105,46	105,21	107,84	111,36
Inggris Raya	120,81	123,85	133,66	142,74
Jerman	113,02	116,48	124,49	131,89
Perancis	110,57	112,39	118,26	124,03
Kanada	117,59	121,59	129,86	134,90
Italia	110,47	112,54	121,77	128,62
Spanyol	110,60	114,02	123,59	127,96
Sweden	111,06	113,46	122,96	133,47
New Zealand	116,20	120,78	129,44	136,86
Belgia	117,96	120,86	132,46	137,82
Saudi Arabia	122,48	126,23	129,35	132,36

Sumber: World Bank dan Diolah Peneliti (2025)

Menurut tabel diatas, tingkat inflasi tertinggi berdasarkan indeks harga konsumen terdapat pada negara India di tahun 2023 dengan jumlah ihk sebesar 216,86, sedangkan nilai inflasi terendah pada negara Jepang di tahun 2020 dengan jumlah sebesar 105,46%. Sebagian besar tingkat inflasi dari negara asal wisatawan pada periode 2020-2023 dikategorikan sebagai inflasi moderat, dengan tingkat kenaikan tahunan kurang dari 10% per tahun.

IHK dapat mempengaruhi biaya perjalanan, akomodasi, makanan, dan aktivitas wisata lainnya sehingga mempengaruhi keputusan wisatawan mancanegara dalam memilih destinasi (Yakup & Haryanto, 2021). Pengaruh IHK terhadap kedatangan wisatawan mancanegara beragam. Beberapa studi menunjukkan bahwa peningkatan IHK berpotensi mengurangi pengeluaran

wisatawan mancanegara dari kegiatan wisatanya pada negara lain, karena prioritas alokasi dana dialihkan untuk pemenuhan kebutuhan dasar.

Pendapat ini sesuai dengan hasil dari penelitian Ksamawan *et al.* (2019) yang menunjukkan harga konsumsi berperan dalam mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung. Wisatawan dengan anggaran yang lebih besar cenderung kurang sensitif terhadap perubahan harga, dan lebih mengutamakan kualitas destinasi wisata (Al Qudusi & Agung Gunanto, 2022).

Berdasarkan jumlah kedatangan wisatawan mancanegara, menunjukkan banyaknya kedatangan wisatawan dari berbagai negara yang mengunjungi kawasan ASEAN dengan berbagai tujuan. Berbagai faktor ekonomi turut mempengaruhi jumlah kedatangan wisatawan seperti pendapatan dan indeks harga konsumen yang berasal dari negara asal wisatawan, faktor lain turut ikut mempengaruhi kedatangan wisatawan yaitu jarak ekonomi negara asal wisatawan dengan negara-negara di kawasan ASEAN.

Gravity model atau model gravitasi dalam ekonomi merupakan daya tarik antara negara yang bergantung pada ukuran ekonomi dan jarak antar negara. Model ini banyak digunakan untuk mengukur efek perbatasan, proses integrasi perdagangan barang dan jasa, investasi, arus modal, ataupun migrasi. antara kedua negara (Gil-Pareja *et al.*, 2007).

Penelitian menunjukkan bahwa jarak geografis negara asal wisatawan menjadi komponen yang berpengaruh terhadap kedatangan wisatawan mancanegara ke negara-negara tujuan wisata di Kawasan ASEAN. Semakin besar dan jauh jarak antara negara asal dengan destinasi wisata, semakin kecil kemungkinan wisatawan untuk berkunjung karena meningkatnya biaya dan waktu perjalanan. Berdasarkan hasil penelitian Hermawan (2016), peningkatan jarak satu persen dari negara asal ke destinasi di Indonesia dapat menurunkan jumlah kunjungan wisatawan sebesar 1,5 persen.

Letak geografis kawasan ASEAN yang strategis dengan kekayaan alam dan budaya yang melimpah membuat wisatawan mancanegara tertarik berkunjung ke kawasan ASEAN (ASEAN Key Figures, 2024). Jarak yang memisahkan antar negara seringkali menjadi kendala bagi individu yang ingin bepergian ke

negara di luar negaranya. Oleh karenanya, pemerintah harus menyediakan fasilitas umum seperti bandar udara dan pelabuhan senyaman mungkin agar jarak bukan lagi menjadi hambatan perjalanan bagi perjalanan wisatawan.

Berikut merupakan data jarak sebenarnya negara asal wisatawan terhadap negara-negara di kawasan ASEAN yang diukur antara Ibu Kota negara asal wisatawan dengan Ibu Kota negara tujuan wisatawan.

Tabel 1. 3 Jarak Geografis dan Perkembangan Ekonomi Negara Asal Wisatawan

Negara Asal Wisatawan	Jarak Geografis (km)				PDB
	Thailand	Malaysia	Singapura	Indonesia	
China	2,204.71	3,696.03	3,750.32	4,592.47	12614,06
India	3,526.36	4,169.94	4,676.51	5,300.32	2480,79
Korea	2,423.60	4,217.55	3,540.09	4,370.47	33121,37
Australia	5,818.97	3,903.63	4,448.99	3,645.88	64820,91
Jepang	4,445.55	4,635.04	5,322.35	5,791.66	33766,51
Inggris Raya	9,475.43	11,370.90	10,968.50	11,854.66	49463,85
Jerman	8,699.28	10,614.79	10,127.05	10,993.65	54343,22
Perancis	9,449.26	11,366.36	10,815.16	11,655.71	44690,93
Kanada	11,053.30	11,996.56	12,462.04	13,133.00	53431,18
Italia	8,696.77	10,603.26	9,992.95	10,810.11	39003,31
Spanyol	10,130.39	12,038.75	11,422.61	12,228.26	33509,01
Sweden	8,282.20	9,526.77	9,820.91	10,720.36	55516,84
New Zealand	9,834.36	8,839.11	8,523.53	7,717.16	48280,81
Belgia	9,126.01	10,241.42	10,551.91	11,416.44	54700,90
Saudi Arabia	5,897.38	6,523.07	6,830.89	7,534.65	32093,96

Sumber: Distance.to dan Diolah Peneliti (2025)

Tabel di atas menunjukkan jarak geografis dan PDB dari negara asal wisatawan. Jarak geografis antar negara-negara asal wisatawan yang berkunjung ke negara ASEAN dengan negara di kawasan ASEAN yang menjadi tujuan wisatawan sangatlah beragam. Seperti jarak antara negara China dengan kawasan ASEAN yang semakin dekat memungkinkan jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke wilayah ASEAN lebih tinggi, namun berbanding terbalik dengan jarak antara negara Kanada dengan kawasan ASEAN yang sangat jauh namun jumlah kunjungan wisatawan yang tinggi dikarenakan PDB negara Kanada cukup tinggi.

Berdasarkan penelitian Saray & Karagöz (2010) jarak berpengaruh negatif terhadap arus pariwisata. Hal ini karena jarak antar negara akan berpengaruh

pada besar kecilnya biaya transportasi. Namun, jarak membuat berbagai problematika, karena sifat invariant waktu. Dalam hal itu, berbagai pendekatan diusulkan literatur untuk mengembangkan perhitungan jarak antar negara yaitu dengan jarak ekonomi yang diukur dengan PDB sebagai variabel ekonomi.

Sehubungan dengan ukuran ekonomi negara asal, tampaknya semakin banyak pendapatan dari wisatawan maka akan semakin besar pula jumlah kunjungan wisatawan yang akan mengunjungi negara di kawasan ASEAN. Negara dengan penghasilan pendapatan perkapita yang lebih tinggi cenderung akan menghasilkan banyak wisatawan outbound karena daya beli masyarakatnya lebih besar. Selain itu, pariwisata internasional adalah barang konsumsi normal bagi kebanyakan orang dengan negara berpendapatan perkapita yang tinggi (Saray & Karagöz, 2010).

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan, berbagai faktor ekonomi dapat mempengaruhi jumlah kedatangan wisatawan mancanegara antara lain pendapatan per kapita, indeks harga konsumen, dan jarak ekonomi. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan maksud mengidentifikasi dan menganalisa berbagai faktor-faktor yang turut mempengaruhi jumlah kedatangan wisatawan mancanegara di Kawasan ASEAN.

Fokus penelitian ini berupa kunjungan wisatawan mancanegara khususnya dengan jumlah kedatangan terbesar sebanyak 15 negara yang berkunjung ke negara-negara di kawasan ASEAN. Wisatawan mancanegara dari China, Korea, India, Australia, Jepang, Inggris Raya, Jerman, Prancis, Kanada, Italy, Spanyol, Sweden, New Zealand, Belgia, dan Saudi Arabia dari tahun 2020-2023. Selain itu, negara tersebut menunjukkan pertumbuhan ekonomi yang stabil dan cenderung meningkat. Pertumbuhan ekonomi yang stabil mencerminkan kondisi ekonomi masyarakat yang baik, sehingga mereka dapat memanfaatkan pendapatannya yang tinggi untuk bepergian ke luar negeri.

Hasil penelitian juga diharapkan mampu memberikan dasar perumusan strategi yang efektif guna meningkatkan daya-daya saing bagi pariwisata regional serta mendukung adanya pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Selain itu, penelitian ini bertujuan mengisi kesenjangan dalam data dan riset

sebelumnya dengan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kedatangan wisatawan di tingkat regional ASEAN selama periode 4 tahun terakhir. Penelitian ini merupakan tindak lanjut dari penelitian yang berjudul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kedatangan Wisatawan Mancanegara di Kawasan ASEAN”**.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, kajian penelitian ini mengarah pada faktor-faktor yang mempengaruhi kedatangan wisatawan mancanegara di kawasan ASEAN. Dikarenakan oleh hal tersebut, maka dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh antara Pendapatan Per Kapita terhadap Kedatangan Wisatawan Mancanegara pada negara-negara di Kawasan ASEAN?
2. Apakah terdapat pengaruh antara Indeks Harga Konsumen terhadap Kedatangan Wisatawan Mancanegara pada negara-negara di Kawasan ASEAN?
3. Apakah terdapat pengaruh antara Jarak Ekonomi terhadap Kedatangan Wisatawan Mancanegara pada negara-negara di Kawasan ASEAN?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sebelumnya telah diutarakan, maka kajian penelitian yang berjudul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi kedatangan Wisatawan Mancanegara pada negara-negara di Kawasan ASEAN”** memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh antara Pendapatan Per Kapita dapat mempengaruhi Kedatangan Wisatawan Mancanegara pada negara-negara di Kawasan ASEAN.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara Indeks Harga Konsumen dapat mempengaruhi Kedatangan Wisatawan Mancanegara pada negara-negara di Kawasan ASEAN.

3. Untuk mengetahui pengaruh antara Jarak Ekonomi dapat mempengaruhi Kedatangan Wisatawan Mancanegara pada negara-negara di Kawasan ASEAN.

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini akan memberikan manfaat teoritis dan praktis berdasarkan tujuan yang disebutkan diatas:

1. Manfaat Teoritis

- a) Memberikan validasi terhadap teori yang relevan dan mengembangkan model empiris yang dapat digunakan untuk memprediksi kedatangan wisatawan mancanegara di negara-negara Kawasan ASEAN.
- b) Sebagai bahan pembandingan untuk penelitian sebelumnya dan memberikan informasi serta wawasan baru bagi peneliti.
- c) Menambah wawasan penulis dan pembaca terkait faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kedatangan wisatawan mancanegara di negara-negara Kawasan ASEAN.

2. Manfaat Praktis,

- a) Diharapkan hasil dari penelitian ini mampu dijadikan pertimbangan dalam menentukan upaya yang sesuai guna meningkatkan jumlah dari kedatangan wisatawan mancanegara di Kawasan ASEAN. Upaya yang dimaksud adalah upaya yang menjadi saran pada penelitian ini seperti memperhatikan PDB per kapita, indeks harga konsumen, dan jarak ekonomi di Kawasan ASEAN.
- b) Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi masukan untuk pihak-pihak terkait, khususnya sebagai penentu berbagai kebijakan yang akan berkaitan dengan ASEAN, serta mengencarkan promosi di bidang pariwisata.