

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Definisi Pariwisata

Pariwisata merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dengan meninggalkan tempat tinggal asal ke daerah tujuan untuk sementara waktu. kegiatan pariwisata tersebut dapat bertujuan untuk menikmati layanan dan fasilitas yang dibutuhkan selama berada di tempat tujuan atau di luar tempat tinggal asalnya. Adanya daya dorong kepergian seseorang untuk melakukan kegiatan pariwisata didasari beberapa kepentingan, baik itu karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan maupun hanya sekedar ingin berkunjung atau mencoba menambah suatu pengalaman baru.

Definisi pariwisata yang juga dikemukakan oleh Suwanto (1997) adalah kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan, dan perjalanan tersebut dapat dikatakan sebagai perjalanan pariwisata jika perjalanan tersebut dilakukan dari satu tempat ke tempat lain dan semata-mata hanya untuk bersenang-senang, tanpa ada unsur untuk mencari nafkah atau melakukan pekerjaan yang menghasilkan upah di tempat tujuan.

Sementara definisi pariwisata yang juga diungkapkan oleh ahli pariwisata, menurut Hunziker dan Kraft (Muljadi, 2009) bahwa, pariwisata adalah keseluruhan hubungan dan gejala-gejala yang timbul dari adanya orang asing dan perjalanannya itu tidak untuk bertempat tinggal menetap dan tidak ada hubungan dengan kegiatan mencari nafkah. Sehingga dalam melakukan perjalanannya tersebut hanya mencari hal-hal yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Sedangkan menurut Kuntowijoyo dalam Wardiyanta (2006), pariwisata memiliki dua aspek yakni aspek kelembagaan dan aspek substansial, yang dimana merupakan sebuah aktifitas manusia. Dari sisi kelembagaannya, pariwisata merupakan lembaga yang dibentuk sebagai upaya manusia untuk memenuhi kebutuhan rekreatifnya. Sebagai sebuah lembaga, pariwisata dapat dilihat dari sisi manajemennya, yaitu bagaimana perkembangannya, mulai dari direncanakan, dikelola, hingga dipasarkan kepada pembeli atau wisatawan. Sebagai sebuah substansi, pariwisata merupakan bagian dari budaya suatu masyarakat, yaitu berkaitan dengan cara penggunaan waktu senggang yang dimilikinya.

2.1.2 Industri pariwisata

Industri secara umum merupakan suatu bangunan atau biasa disebut dengan pabrik yang secara ekonomis melakukan kegiatan produksi. Namun dalam sisi ekonomi, dapat dikatakan sebagai beberapa jenis produsen, organisasi atau perusahaan yang berdiri dalam suatu bidang yang sama dan dapat dikatakan sebagai suatu industri, contohnya seperti Industri Pariwisata. G.A Schmool memberi batasan tentang Industri Pariwisata dalam Tahwin (2003), yakni: "*Tourist is a*

highly decentralized industry consisting of enterprises different in size, location, function, type organization, range of service provided and method used to market and sell them” (industri pariwisata bukanlah suatu industri yang berdiri sendiri, tetapi merupakan suatu industri yang terdiri dari serangkaian perusahaan yang menghasilkan jasa atau produk yang berbeda satu dengan lainnya. Perbedaan itu tidak hanya dalam jasa yang dihasilkan tetapi juga dalam besarnya perusahaan lokasi tempat kedudukan bentuk organisasi yang mengelola dan metode atau cara pemasarannya).

Batasan pariwisata sebagai suatu industri sebenarnya hanya untuk sekedar menggambarkan apa sebenarnya pariwisata itu. Dengan demikian dapat memberikan pengertian yang lebih luas. Jadi sebenarnya, ide memberikan istilah industri pariwisata lebih banyak bertujuan memberikan daya tarik supaya pariwisata dapat dianggap sesuatu yang berarti bagi perekonomian suatu negara, terutama pada negara-negara yang sedang berkembang. Industri pariwisata adalah keseluruhan rangkaian dari usaha menjual barang dan jasa yang diperlukan wisatawan, selama ia melakukan perjalanan wisata sampai kembali ke tempat asalnya.

Menurut James J. Spillane (1987) terdapat lima unsur industri pariwisata yang sangat penting, yaitu:

1. *Attractions* (daya tarik), dapat digolongkan menjadi dua yaitu *site attractions* dan *event attractions*. *Site attractions* merupakan daya tarik fisik yang permanen dengan lokasi yang tetap seperti kebun binatang,

keraton dan museum. Sedangkan *event attractions* adalah atraksi yang berlangsung sementara dan lokasinya dapat dipindah dengan mudah seperti festival, pameran atau pertunjukan kesenian daerah.

2. *Facillities* (fasilitas-fasilitas yang diperlukan), fasilitas cenderung berorientasi pada daya tarik di suatu lokasi karena fasilitas harus terletak dengan pasarnya. Selama tinggal di tempat tujuan wisata wisatawan memerlukan tidur, makan dan minum oleh karena itu sangat dibutuhkan fasilitas penginapan. Selain itu ada kebutuhan akan *support industries* seperti toko *souvenir*, cuci pakaian, pemandu, dan fasilitas rekreasi.
3. *Infrastructure* (infrastruktur), daya tarik dan fasilitas tidak dapat dicapai dengan mudah jika belum terdapat infrastruktur dasar. Perkembangan infrastruktur perlu untuk mendorong perkembangan pariwisata. Infrastruktur dan suatu daerah sebenarnya dinikmati baik oleh wisatawan maupun masyarakat yang juga tinggal di daerah wisata, maka penduduk akan mendapatkan keuntungan.
4. *Transportations* (transportasi), dalam pariwisata kemajuan dunia transportasi atau, pengangkutan sangat dibutuhkan karena sangat menentukan jarak dan waktu dalam suatu perjalanan wisata. Transportasi baik darat, udara maupun laut merupakan suatu unsur utama langsung yang merupakan tahap dinamis gejala-gejala pariwisata.
5. *Hospitality* (keramahtamahan), wisatawan yang berada dalam lingkungan yang tidak mereka kenal memerlukan kepastian jaminan keamanan khususnya untuk wisatawan asing yang memerlukan gambaran tentang

tempat tujuan wisata yang akan didatangi. Maka kebutuhan dasar akan keamanan dan perlindungan harus disediakan dan juga keuletan serta keramahtamahan tenaga kerja wisata perlu dipertimbangkan supaya wisatawan merasa aman dan nyaman selama perjalanan wisata.

2.1.3 Motivasi Berwisata

Di dalam kegiatan pariwisata, tentunya ada daya dorong yang membuat wisatawan melakukan kegiatan wisata. Menurut Pinata dan Gayatri (2005) motivasi perjalanan seseorang dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor internal wisatawan itu sendiri (*intrinsic motivation*) dan faktor eksternal (*extrinsic motivation*).

- a. *Intrinsic Motivation*. terbentuk dari manusia itu sendiri, sesuai dengan teori hirarki kebutuhan Maslow, yaitu kebutuhan fisiologis, kebutuhan keamanan, kebutuhan sosial, kebutuhan prestise, dan kebutuhan aktualisasi diri.
- b. *Extrinsic Motivation*. adalah motivasi yang terbentuk oleh faktor-faktor dari luar seperti norma sosial. Pengaruh atau tekanan keluarga dan situasi kerja, yang terinternalisasi, dan kemudian berkembang menjadi kebutuhan psikologis.

Adapun faktor pendorong seseorang melakukan perjalanan wisata menurut Pinata (2005) dalam Utama (2006) adalah sebagai berikut :

- a. *Escape*. Ingin melepaskan diri dari lingkungan yang dirasa membuat kejenuhan atau pekerjaan sehari-hari

- b. *Relaxtion*. Keinginan untuk penyegaran, yang juga berhubungan dengan motivasi escape.
- c. *Play*. Ingin menikmati kegembiraan, melalui berbagai permainan, yang merupakan kemunculan kembali sifat kekanak-kanakan, dan melepaskan diri sejenak dari berbagai urusan yang serius.
- d. *Strengthening family bond*. Ingin mempererat hubungan kekerabatan, khususnya dalam konteks (*visiting, friends and relatives*). Biasanya wisata ini dilakukan bersama-sama (*Group tour*)
- e. *Prestige*. Ingin menunukan gengsi, dengan mengunjungi destinasi yang menunjukkan kelas dan gaya hidup, yang juga merupakan dorongan untuk meningkatkan status sosial
- f. *Social interaction*. Untuk dapat melakukan interaksi dengan teman sejawat, atau dengan masyarakat lokal yang dikunjunginya.
- g. *Romance*. Keinginan untuk bertemu dengan orang-orang yang bisa memberikan suasana romantis.
- h. *Educational opportunity*. Keinginan untuk melihat suatu yang baru, mempelajari orang lain dan daerah lain atau mengetahui kebudayaan etnis lain. Hal ini merupakan pendorong dominan dalam pariwisata.
- i. *Self-fulfilment*. Keinginan untuk menemukan diri sendiri, karena diri sendiri biasanya dapat ditemukan pada saat kita menemukan daerah atau orang yang baru.

- j. *Wish-fulfilment*. Keinginan untuk merealisasikan mimpi-mimpi, yang lama dicita-citakan sampai mengorbankan diri dalam bentuk penghematan, agar bisa melakukan perjalanan (Utama, 2006).

2.1.4 Ekonomi Pariwisata

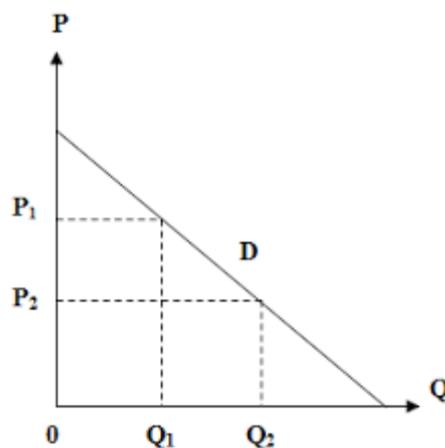
Ekonomi pariwisata adalah suatu kegiatan ekonomi yang terbentuk dari kegiatan atau transaksi yang dilakukan antara para wisatawan dengan penyedia barang dan jasa. Australian Bureau of Statistic, ABS (1994) dalam Heriawan (2004), ekonomi pariwisata terbagi dalam tiga elemen yaitu: (1) wisatawan, dalam hal ini diperlakukan sebagai konsumen yang mengkonsumsi barang dan jasa selama melakukan perjalanan wisata, (2) transaksi untuk memperoleh barang dan jasa termasuk baik dalam perjalanan maupun di tempat umum tujuan wisata, dan (3) sektor unit ekonomi yang menyediakan barang dan jasa untuk memenuhi kegiatan wisata.

2.1.5 Pengertian Permintaan

Hukum permintaan merupakan suatu hipotesis yang menyatakan semakin rendah harga suatu barang maka semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut, dan sebaliknya jika semakin tinggi harga suatu barang maka akan semakin sedikit permintaan terhadap barang tersebut (Sukirno, 2005). Hal tersebut disebabkan karena hukum permintaan menyatakan bahwa jumlah barang yang diminta dalam suatu periode tertentu berlawanan dengan harganya, dengan asumsi hal lain tetap atau *ceteris paribus* (Samuelson, 1998).

Teori permintaan menjelaskan tentang hubungan antara berbagai kombinasi harga dan jumlah suatu barang yang ingin dan dapat dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga untuk suatu periode tertentu (Noripin, 2000).

Pada gambar 2.1, kurva permintaan (D) terbentuk dari kombinasi harga (P) dan jumlah barang yang diminta (Q). Ketika harga pasar P_1 dengan jumlah barang sebesar Q_1 , kemudian harga berubah/naik menjadi P_2 maka Q akan berubah/turun menjadi Q_2 . Hal ini sesuai dengan hukum permintaan, P dan Q berhubungan berlawanan. Hal ini dapat dilihat pada gambar 2.1 di bawah ini.



Gambar 2.1. Kurva Permintaan

Sumber: Samuelson dan Nordhaus, 1998

Kurva permintaan D menunjukkan bahwa konsumen atau pembeli akan bersedia untuk membeli lebih banyak jika harga yang ditawarkan lebih murah.

Fungsi permintaan adalah persamaan yang menunjukkan hubungan antara jumlah suatu barang dan semua faktor-faktor yang memengaruhinya. Maka dapat disusun fungsi permintaan umum, sebagai berikut:

$$Q_D = f(P_Q, P_{S.I}, Y, S, D)$$

Keterangan:

Q_D = jumlah barang yang diminta

P_Q = harga barang itu sendiri

$P_{S.I}$ = harga barang lain

Y = pendapatan

S = selera

D = jumlah penduduk

Beberapa faktor yang (Parikesit dan Trisnadi, 1997) mempengaruhi permintaan selain harga menurut Mc. Eachern (2000) adalah sebagai berikut:

1. Pendapatan

Biasanya kenaikan dalam pendapatan akan mengarah pada kenaikan dalam permintaan. Ini berarti bahwa kurva permintaan telah bergeser ke kanan menunjukkan kuantitas yang diminta lebih besar pada setiap tingkat harga. Pendapatan konsumen merupakan faktor yang penting dalam menentukan permintaan. perubahan pendapatan akan menimbulkan permintaan berbagai jenis barang antara lain sebagai berikut :

- a. **Barang inferior**, jika pendapatan meningkat maka permintaan terhadap barang inferior akan berkurang karena barang inferior banyak diminta oleh konsumen yang berpendapatan rendah.
- b. **Barang esensial**, adalah barang yang sangat penting artinya dalam kehidupan sehari-hari seperti kebutuhan pokok dan pakaian. Jumlah permintaan pada barang ini cenderung tidak berubah walaupun meningkat.

- c. **Barang normal**, suatu barang dikatakan sebagai barang normal apabila mengalami jumlah permintaan jika terjadi peningkatan pendapatan.
- d. **Barang mewah**, adalah barang yang banyak dikonsumsi oleh konsumen dengan pendapatan yang relatif tinggi setelah dapat memenuhi kebutuhan pokok. Contoh barang mewah adalah emas, kendaraan mewah, perabot rumah mewah.

2. Selera dan Preferensi

Selera adalah determinan permintaan non harga, karena kesulitan dalam pengukuran dan ketiadaan teori tentang perubahan selera, biasanya kita mengasumsikan bahwa selera konstan dan mencari sifat-sifat lain yang mempengaruhi perilaku. Selera dapat dilihat dari preferensi seseorang dapat dipengaruhi oleh umur, tingkat pendidikan, dan jenis kelamin.

3. Harga barang-barang yang berkaitan.

Hubungan antara suatu barang dengan berbagai jenis barang lainnya dapat dibedakan menjadi tiga golongan, yakni:

- a. Barang pengganti, harga barang pengganti dapat memengaruhi permintaan barang, barang tersebut dapat bersifat substitusi (pengganti). Apabila harga barang lain lebih murah maka jumlah permintaan terhadap barang yang digantikan akan mengalami penurunan.
- b. Barang pelengkap, kenaikan atau penurunan permintaan terhadap pelengkap sejalan dengan perubahan permintaan barang yang

digenapinnya karena barang pelengkap digunakan bersamaan dengan barang yang dilengkapi.

- c. Barang netral, apabila dua jenis barang tidak mempunyai hubungan maka perubahan permintaan salah satu barang tidak akan mempengaruhi permintaan barang lainnya.

4. Perubahan dugaan tentang harga relatif di masa depan.

Dugaan tentang harga-harga relatif dimasa depan menjadi peranan penting dalam menentukan posisi kurva permintaan. jika semua harga naik 10% pertahun dan diduga akan terus berlangsung, laju inflasi yang telah diantisipasi ini tidak lagi berpengaruh terhadap posisi kurva permintaan (jika harga diukur dalam bentuk relatif sumbu vertikal).

5. Jumlah penduduk

Sering kali kenaikan jumlah penduduk dalam suatu perekonomian dengan asumsi pendapatan perkapita konstan menggeser permintaan pasar ke kanan ini berlaku untuk sebagian besar barang.

2.1.6 Faktor-faktor Yang Memengaruhi Jumlah Kunjungan Wisman

Menurut Parikesit dan Trisnadi (1997) faktor-faktor yang memengaruhi jumlah kunjungan wisman terbagi menjadi dua golongan yaitu diantaranya faktor luar, yang dimana tidak berkaitan langsung dengan pariwisata tetapi memengaruhi bentuk permintaan pariwisata, misalnya isu keamanan, kesehatan dan stabilitas politik global. Kemudian faktor kedua adalah kekuatan pasar, yakni permintaan, penawaran, dan distribusi produk serta pelayanan wisata.

Pemahaman pariwisata dari sisi permintaan (*demand-side tourism*), yaitu permintaan atas barang dan jasa yang muncul karena adanya kegiatan pariwisata. Sedangkan pihak yang melakukan permintaan adalah wisatawan yang dimana sebagai konsumen, serta pemerintah dan swasta dalam rangka investasi dan promosi wisata (WTO. 1995, dalam Heriawan. 2003).

Penelitian ini memfokuskan pariwisata pada faktor kekuatan pasar yang memengaruhi kunjungan wisman dari segi daya dorong yang dimiliki oleh wisman itu sendiri. Dimana faktor-faktor tersebut terdiri dari Jumlah Penduduk Wisatawan mancanegara, Pendapatan, Harga, dan juga Kurs (nilai tukar). Beberapa faktor tersebut juga mewakili sisi permintaan atau *demand-side* dalam pariwisata.

Jumlah penduduk wisatawan mancanegara dianggap sebagai salah satu faktor yang memengaruhi kunjungan wisman ke Indonesia, karena seperti yang dikemukakan oleh Mc. Eachern (2000), kenaikan jumlah penduduk dalam suatu perekonomian dengan asumsi pendapatan perkapita konstan menggeser permintaan pasar ke kanan ini berlaku untuk sebagian besar barang. Hal tersebut bermakna bahwa dengan meningkatnya jumlah penduduk disuatu negara dengan asumsi pendapatan perkapita yang konstan akan meningkatkan jumlah permintaan akan kegiatan pariwisata. Dengan meningkatnya jumlah penduduk, maka diharapkan juga bahwa akan terjadi peningkatan jumlah kedatangan wisatawan dari suatu negara ke negara tujuan wisatawan tersebut.

Kemudian yang kedua adalah Pendapatan. Pendapatan dijadikan salah satu faktor yang dianalisis karena pendapatan merupakan daya dorong utama bagi

wisatawan untuk melakukan kegiatan wisata. Seperti yang dijelaskan oleh Mc. Eachern (2000), Suatu permintaan akan mengalami kenaikan jika pendapatan individu atau seseorang mengalami kenaikan pula. Ini berarti bahwa kurva permintaan telah bergeser ke kanan menunjukkan kuantitas yang diminta lebih besar pada setiap tingkat harga. Pendapatan konsumen merupakan faktor yang penting dalam menentukan permintaan. Dari penjelasan tersebut maka jika dengan terjadinya kenaikan pendapatan wisatawan mancanegara, maka tentunya permintaan terhadap pariwisata akan berbanding lurus dengan kenaikan pendapatan para wisatawan asal negara masing-masing.

Sementara itu Kurs (Nilai tukar) juga dilakukan analisis karena pada dasarnya jika nilai tukar uang negara asal wisatawan lebih tinggi dari pada rupiah, tentunya hal tersebut juga menjadikan suatu faktor daya dorong untuk wisman melakukan kegiatan pariwisata. Atau dengan pengertian yang lebih mudahnya, jika rupiah terjadi depresiasi pada mata uang negara asal wisatawan masing-masing maka kegiatan wisata menuju Indonesia akan dianggap lebih murah. Dengan terjadinya depresiasi Rupiah terhadap masing masing mata uang wisman, maka tentunya hal tersebut akan dinilai menguntungkan, karena dapat menaikkan kuantitas jumlah kunjungan para wisatawan mancanegara ke Indonesia.

Selanjutnya yang paling memengaruhi permintaan terhadap pariwisata adalah Harga. Harga merupakan faktor utama yang sangat memengaruhi permintaan. Didalam pariwisata, harga terdiri dari berbagai jenis barang dan jasa, sehingga sulit untuk mendapatkan angka tunggal tentang harga ini. Oleh karena itu harga pariwisata dapat diprosikan atau dipresentasikan oleh inflasi yang terjadi di

Indonesia, dengan penerapan inflasi dalam pencerminan harga yang terjadi di Indonesia dapat menjadi sebagai acuan bagi pihak wisatawan untuk berkunjung ke Indonesia.

2.1.7 Penelitian terdahulu

Untuk memperkaya perspektif penelitian ini maka selain dari kajian teori yang telah dijelaskan, dilakukan juga review terhadap beberapa penelitian sebelumnya. Penelitian ini terutama didasarkan kesamaan objek penelitian yakni terkait dengan :

Tabel 2.1
Penelitian terdahulu

No.	Nama	Judul	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Variabel
1	Fateh Habibi, Khalid Abdul Rahim, Sridar Ramchandran dan Lee Chin (2009)	Dynamic Model for International Tourism Demand for Malaysia	Mengetahui dan memastikan dampak faktor penentu utama arus pariwisata internasional ke Malaysia.	Untuk menarik lebih banyak wisatawan, yang harus dilakukan adalah meningkatkan kualitas pelayanan dan meningkatkan citra merek.	Menggunakan variabel trade openness/perdagangan terbuka dan variabel dummy

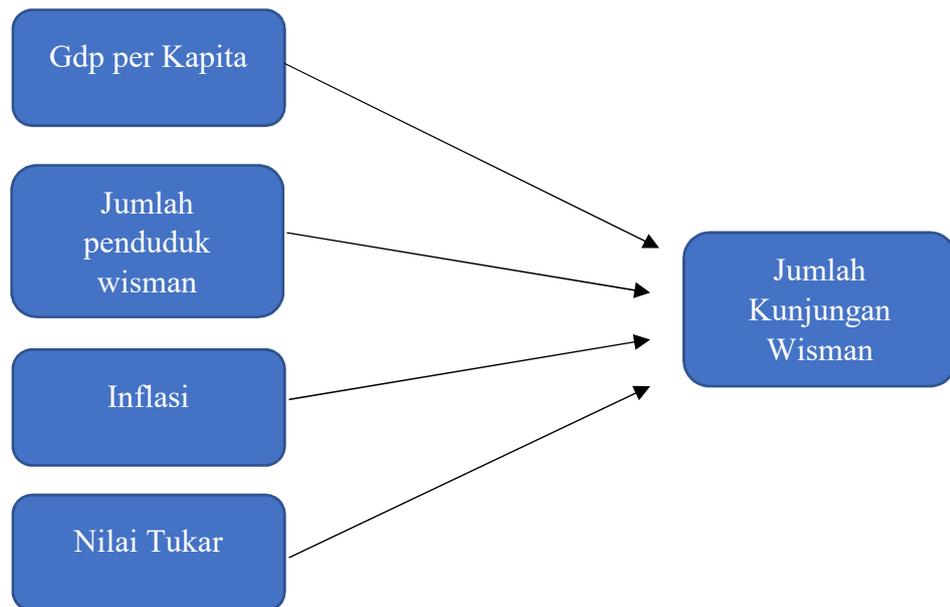
2.	Mila Hertinmalyana (2014)	Analysis of Demand and Consumption of International Visitors to Indonesia (from selected country)	Mengetahui variabel yang memengaruhi permintaan wisatawan internasional ke Indonesia dan pola konsumsi mereka. Dengan menggunakan jumlah kunjungan wisatawan internasional tertinggi ke Indonesia seperti Singapura, Malaysia, Australia, AS, Inggris dan Afrika selatan	Terdapat perbedaan faktor yang memengaruhi kunjungan ke Indonesia dari setiap negara yang berkunjung. Diantaranya Singapura dan Malaysia dengan var. Kunjungan tahun-tahun sebelumnya dan harga. Kemudian Inggris, US, dan Australia dipengaruhi oleh var. Dummy (Bomb bali). Serta Afrika yang dipengaruhi oleh var. Kunjungan tahun-tahun sebelumnya dan konsumsi yang direfleksikan oleh var. harga	Penggunaan variabel dummy (bomb bali dan krisis ekonomi)
3	Mawardi, Prof. Dr. Mohd. Nur. Syechalad MS dan Dr. Sofyan Syahnur, M.Si (2014)	Faktor-faktor Yang Memengaruhi Kunjungan Wisatawan ke Kota Sabang	Bagaimana pengaruh inflasi dan pendapatan perkapita terhadap kunjungan wisatawan nusantara ke Kota Sabang dan untuk mengetahui pengaruh nilai tukar dan acara tahunan terhadap kunjungan wisatawan mancanegara.	Pendapatan perkapita berpengaruh positif terhadap jumlah wisatawan nusantara ke Kota Sabang, sedangkan var. inflasi berpengaruh negatif terhadap jumlah kunjungan wisatawan nusantara ke Kota Sabang. Var. nilai kurs berpengaruh negatif dan jumlah acara tahunan berpengaruh positif terhadap jumlah kedatangan wisatawan mancanegara ke Kota Sabang.	Menggunakan variabel inflasi, dan acara tahunan, serta penggunaan dua jenis wisatawan, yakni wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara

4	Nurhayati (2012)	Faktor-faktor Yang Memengaruhi Kunjungan Wisatawan di Wana Wisata Kopeng	Untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi banyaknya kunjungan wisatawan di Wana Wisata Kopeng	Menunjukkan bahwa faktor biaya kunjungan dan pendapatan berpengaruh secara signifikan terhadap banyaknya kunjungan wisatawan ke Wana Wisata Kopeng. Dan merekomendasikan bahwa perlunya pemerintah melakukan pembinaan kepada masyarakat sekitar agar turut menjaga kelestarian hutan serta menjadi tuan rumah yang baik agar pengunjung merasa nyaman dan aman berwisata ke Wana Wisata Kopeng secara berulang-ulang.	Penggunaan variabel biaya total kunjungan ke tempat wisata alam yang lain sebagai refleksi dari Harga barang lain.
5	Deni Andriansyah (2008)	Analisis Faktor-faktor Yang Memengaruhi Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Indonesia	Untuk mengetahui faktor apa saja yang memengaruhi kunjungan wisman di Indonesia	Menunjukkan bahwa pengaruh yang nyata pada jumlah kunjungan wisman adalah jumlah akomodasi dan jumlah biro perjalanan wisata dan merekomendasikan pada pemerintah bahwa perlu ditingkatkannya kondisi keamanan serta menjaga stabilitas ekonomi politik	Penggunaan supply side pada penelitian, dan variabel jumlah akomodasi, jumlah biro perjalanan wisata, kurs dan situasi keamanan.

2.2 Kerangka Pemikiran

Pariwisata merupakan suatu sektor yang berbasis jasa dan salah satu sektor yang potensial bagi pembangunan nasional, karena secara umum industri pariwisata adalah sebuah industri yang saling berkaitan dengan industri-industri yang lain, seperti perhotelan, industri kerajinan tangan, industri transportasi, restoran juga usaha kecil dan menengah. Berdasarkan keterkaitan tersebut, dengan berkembangnya industri pariwisata maka akan mendorong peningkatan pada industri-industri yang lainnya. Adanya efek multiplier tersebut tentunya memberikan dampak yang positif bagi pembangunan perekonomian negara serta kesejahteraan masyarakat negara itu sendiri.

Pariwisata Indonesia merupakan salah satu destinasi yang banyak diminati oleh berbagai wisatawan karena adanya keanekaragaman budaya juga keindahan alam yang dimilikinya. Hal tersebut tentunya menjadikan nilai tambah serta daya tarik tersendiri bagi para wisatawan mancanegara untuk melakukan kegiatan wisata ke Indonesia. Perkembangan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia yang terus meningkat juga diharapkan meningkatkan perolehan devisa yang berguna bagi pembangunan negara. Adanya kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia dipengaruhi oleh beberapa faktor, dan untuk mengetahui faktor-faktor tersebut maka dapat diukur dengan menggunakan pendapatan, jumlah penduduk wisman, harga dan nilai tukar yang secara garis besar digunakan untuk kerangka berpikir di bawah ini:



Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Hipotesis yang digunakan merupakan dugaan sementara atau jawaban sementara dan perlu dibuktikan kebenarannya. Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Gdp per kapita berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia.
2. Jumlah Penduduk Wisman berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia.
3. Inflasi berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia.
4. Nilai tukar berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia.

