

## ANALISIS PENGARUH JUMLAH WISATAWAN MANCANEGERA DAN NUSANTARA TERHADAP PERTUMBUHAN BIRO PERJALANAN WISATA DI BALI

Billy Jonathan<sup>1</sup>, I Made Kusuma Negara<sup>2</sup>, NMS. Wijaya<sup>3</sup>

Email: bjonathan2908@gmail.com<sup>1</sup>, kusuma.negara@unud.ac.id<sup>2</sup>, sofia\_ipw@unud.co.id<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Industri Perjalanan Wisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana

**Abstract:** Bali is famous for its natural beauty, rich culture, and comprehensive tourist facilities. The arrival of international and domestic tourists is an important indicator of the tourism industry in Bali. Travel agencies play a crucial role in planning tourists' vacations and supporting the development of the local tourism industry. This research aims to analyze the impact of the number of foreign and domestic tourist arrivals on the growth of travel agencies in Bali. The data analysis technique used to solve the problems in this research is descriptive quantitative analysis with a Secondary Data Analysis (SDA) approach. The data were analyzed using multiple linear regression, t-test, F-test, and determination coefficient with the assistance of SPSS. The number of foreign and domestic tourist arrivals does not simultaneously affect the growth of travel agencies. The statistical test results show that the foreign tourist variable does not have a significant effect on the growth of travel agencies in Bali, with a significance value of 0.169 ( $> 0.05$ ). On the other hand, the domestic tourist variable has a significant effect on the growth of travel agencies in Bali, with a significance value of 0.041 ( $< 0.05$ ). The statistical test results also show that the foreign and domestic tourist variables together contribute 17.3% to the growth of travel agencies in Bali, while the remaining 82.7% is influenced by other variables not examined in this research.

**Abstrak:** Bali terkenal karena keindahan alamnya, kebudayaan yang kaya, dan fasilitas wisata yang lengkap. Kedatangan *foreign tourist* dan *domestic tourist* menjadi indikator penting industri pariwisata di Bali. *Travel agency* berperan penting dalam merencanakan liburan wisatawan dan mendukung perkembangan industri pariwisata lokal. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh jumlah kedatangan *foreign tourist* dan *domestic tourist* terhadap pertumbuhan *travel agency* di Bali. Teknik analisis data yang digunakan untuk memecahkan permasalahan dalam penelitian ini adalah teknik analisis kuantitatif deskriptif dengan pendekatan Analisis Data Sekunder (ADS). Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi dengan bantuan SPSS. Jumlah kedatangan *foreign tourist* dan *domestic tourist* tidak berpengaruh secara simultan terhadap pertumbuhan *travel agency*. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel *foreign tourist* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan *travel agency* di Bali dengan nilai signifikansi 0,169 ( $> 0,05$ ). Sebaliknya, variabel *domestic tourist* memiliki pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan *travel agency* di Bali dengan nilai signifikansi 0,041 ( $< 0,05$ ). Hasil uji statistik juga menunjukkan bahwa variabel *foreign tourist* dan *domestic tourist* secara bersama-sama memberikan pengaruh sebesar 17,3% terhadap pertumbuhan *travel agency* di Bali sedangkan 82,7% lainnya merupakan variabel lain yang tidak diteliti di dalam penelitian

**Keywords:** domestic tourist, foreign tourist, travel agency.

### PENDAHULUAN

Industri pariwisata adalah salah satu sektor terbesar di tingkat global dan terus berkembang. Pariwisata juga merupakan sektor ekonomi penting di seluruh dunia (Mak, 2004). Perjalanan wisata merupakan tren yang terus berkembang di masyarakat, didorong oleh

keingintahuan terhadap kehidupan masyarakat setempat, keunikan budaya, dan keindahan alam. Industri pariwisata merupakan industri yang *sustainable* dan terus berkembang, terutama di pulau Bali yang kaya akan destinasi wisata alam, flora, fauna, dan keanekaragaman budaya. Selain itu, penelitian dalam biro

perjalanan wisata juga dapat membantu dalam memahami situasi *market* dalam waktu beberapa tahun terakhir. Oleh karena itu, meneliti biro perjalanan wisata dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan industri pariwisata dan peningkatan kualitas layanan.

Pariwisata merupakan industri penting bagi Indonesia, khususnya Bali. Sebagai destinasi wisata unggulan, Bali menjadi titik fokus minat bagi pengunjung baik dari dalam negeri dan luar negeri. Kedatangan wisatawan memberikan dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan berbagai usaha di sektor jasa perjalanan wisata di Bali. Karenanya, tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan evaluasi secara analitis mendalam mengenai dampak kedatangan wisatawan domestik dan internasional terhadap pertumbuhan perusahaan jasa perjalanan di Bali. Meski Bali berhasil menarik wisatawan, namun sektor pariwisata juga menghadapi berbagai tantangan. Tantangannya antara lain persaingan yang ketat antar perusahaan di industri perjalanan, perubahan preferensi wisatawan, dan dampak negatif terkait kelestarian lingkungan. Selain itu, perubahan ekonomi global dan situasi kesehatan global seperti pandemi COVID19 mungkin berdampak signifikan terhadap industri pariwisata Bali.

Biro perjalanan wisata adalah suatu usaha yang menjual barang dan jasa yang berkaitan dengan perjalanan, terutama paket wisata kepada wisatawan, termasuk transportasi, akomodasi, paket tur, dan layanan seperti asuransi dan pertukaran valuta asing, serta terlibat dalam perencanaan, pemesanan, organisasi, dan dokumentasi pengaturan perjalanan, sambil memberikan rekomendasi kepada wisatawan. (Singh, 2008). Biro perjalanan wisata adalah penghubung yang dapat diandalkan masyarakat yang ingin melakukan perjalanan dan juga pemasok semua jenis layanan perjalanan (Boyd, 1989).

Wisatawan mancanegara adalah individu yang melakukan perjalanan ke negara lain yang bukan tempat tinggalnya untuk tujuan wisata (Amerta et al., 2014). Wisatawan mancanegara didefinisikan orang-orang yang bepergian ke negara selain negara tempat mereka biasanya tinggal, untuk jangka waktu tidak melebihi dua belas bulan dan tujuan utama kunjungan mereka bukan untuk melakukan kegiatan yang mendapatkan bayaran dari dalam negara yang dikunjungi. (Goeldner, C. R., 2009).

Neraca Satelit Pariwisata Nasional (NESPARNAS) mendefinisikan wisatawan nusantara sebagai penduduk Indonesia yang melakukan perjalanan di dalam wilayah geografis Indonesia (perjalanan domestik) selama kurang dari 6 bulan secara sukarela, tanpa maksud untuk belajar dan bekerja serta perjalanan tersebut tidak bersifat rutin (Sasono et al., 2014).

Penawaran dan permintaan merujuk pada kapasitas sebuah tujuan untuk memberikan keuntungan sosial, fisik, dan ekonomi kepada penduduknya, sambil memberikan pengalaman yang memuaskan bagi pengunjung (Wijayanti et al., 2017). Analisis permintaan dan penawaran adalah dasar untuk studi ekonomi industri dan sektor ekonomi, oleh karena pariwisata diselidiki berdasarkan permintaan dan penawaran (Kularatne, 2017). Kajian daya saing destinasi wisata dari sisi *supply* dan *demand* menjadi penting, karena persepsi yang terbentuk dari sisi *demand* berbeda dengan sisi *supply* (Lesmana et al., 2022). Formica dan Uysal (2006) menyatakan bahwa destinasi yang mengacu pada sisi *supply* pariwisata, mungkin mempunyai daya tarik tertentu. Pengunjung dan daya tarik pariwisata merupakan inti dari sistem dan juga menjadi penghubung antara elemen transportasi, informasi, dan pemasaran, yang membantu pengunjung dalam membuat keputusan tentang tujuan mereka, durasi kunjungan, dan aktivitas yang ingin dilakukan. Camilleri (2018) menjelaskan permintaan terhadap produk pariwisata mungkin dipengaruhi oleh unsur-unsur bauran pemasaran, termasuk sifat produk atau jasa, distribusinya, strategi promosinya, dan harganya. Harga adalah satu-satunya komponen dalam campuran pemasaran yang secara langsung berdampak pada pendapatan. (Camilleri, 2018). *Demand* dalam konteks pariwisata biasanya ditafsirkan sebagai minat dan motivasi wisatawan untuk mengunjungi desa atau tujuan wisata (Edgell Sr DL et al., 2008). Faktor-faktor yang bisa menentukan permintaan pariwisata adalah faktor-faktor yang bekerja dalam masyarakat mana pun yang mendorong dan membatasi volume permintaan suatu populasi untuk liburan dan perjalanan (Burkart dkk, 1981).

Penawaran pariwisata mencakup semua layanan dan produk yang disediakan oleh industri pariwisata, seperti akomodasi, transportasi, dan layanan biro perjalanan wisata. Kedatangan wisatawan baik

mancanegara maupun nusantara bisa mempengaruhi permintaan terhadap berbagai layanan pariwisata, termasuk biro perjalanan wisata, karena wisatawan membutuhkan bantuan dalam merencanakan dan mengorganisir perjalanan mereka. Untuk memenuhi permintaan ini, biro perjalanan wisata berusaha menambah jumlah dan variasi layanan yang mereka tawarkan, termasuk penambahan paket wisata baru dan peningkatan kualitas layanan. Pertumbuhan biro perjalanan wisata ini berkontribusi pada perekonomian lokal melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan daerah, dan investasi dalam infrastruktur pariwisata. Dalam jangka panjang, keseimbangan antara penawaran dan permintaan akan menentukan harga layanan dan kualitas pengalaman wisata di Bali. Jika permintaan terus meningkat tanpa diimbangi penawaran yang memadai, harga dapat meningkat dan kualitas layanan mungkin menurun. Oleh karena itu, analisis ini menunjukkan bahwa kedatangan wisatawan mendorong pertumbuhan biro perjalanan wisata melalui mekanisme penawaran dan permintaan pariwisata.

Menganalisis jumlah wisatawan terhadap pertumbuhan biro perjalanan wisata di Bali sangat penting untuk mengetahui pola industri perjalanan pariwisata dan mengenali peluang serta tantangan yang akan dihadapi oleh biro perjalanan di Bali. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh jumlah wisatawan mancanegara dan nusantara terhadap pertumbuhan biro perjalanan wisata di Bali. Oleh karena itu, memahami secara menyeluruh bagaimana pertumbuhan industri perjalanan wisata Bali yang dipengaruhi oleh jumlah wisatawan akan membantu pihak yang terlibat untuk memberikan penjelasan dan interpretasi terhadap data – data yang telah disajikan oleh BPS untuk kemudian menghasilkan kesimpulan dan saran bagi peneliti selanjutnya.

## METODE

Penelitian Analisis Pengaruh Jumlah Kedatangan Wisatawan Mancanegara Dan Nusantara Terhadap Pertumbuhan Biro Perjalanan Wisata Di Bali ini dilakukan di Provinsi Bali. Metode yang digunakan penelitian ini dalam menganalisis data adalah deskriptif kuantitatif dengan metode analisis data Sekunder (ADS). Jenis data yang

digunakan dalam penelitian merupakan data sekunder. Pendekatan dalam penelitian ini adalah kuantitatif digunakan mengukur variabel bebas dan variabel terikat dengan menggunakan data yang disajikan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Bali melalui analisis statistik. Data-data sekunder yang dikumpulkan yaitu

1. Data jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dari tahun 2004 – 2022
2. Data jumlah kunjungan wisatawan Nusantara dari tahun 2004 – 2022.
3. Data jumlah biro perjalanan wisata dari tahun 2004 – 2022

Definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Variabel Dependen  
Variabel Dependen adalah variabel yang terpengaruh atau yang disebabkan karena adanya variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah biro perjalanan wisata (Y).
2. Variabel Independen  
Variabel Independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menyebabkan perubahan variabel dependen. Variabel independent dalam penelitian ini adalah wisatawan mancanegara (X1), dan wisatawan nusantara (X2).

Teknik analisis data yang akan digunakan di dalam penelitian ini yaitu:

1. Analisis Regresi Linear Berganda  
Analisis regresi merupakan suatu metode atau teknik analisis hipotesis penelitian untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara variabel satu dengan variabel lain yang dinyatakan dalam bentuk persamaan matematik (Raharjo, 2014). Fungsi analisis berganda untuk mencari pengaruh dari dua atau lebih variabel independen (variabel bebas atau X) terhadap variabel dependen (variabel terikat atau Y) (Raharjo, 2014).  
$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Pertumbuhan Biro Perjalanan Wisata  
X1 = Kedatangan Wisatawan Mancanegara  
X2 = Kedatangan Wisatawan Nusantara  
 $\beta_0$  = Konstanta  
 $\beta_1$  = Koefisien Wisatawan Mancanegara  
 $\beta_2$  = Koefisien Wisatawan Nusantara  
e = Standart Error

2. Uji Parsial (Uji t)  
Menurut Ghozali (2018), uji t digunakan untuk mengetahui masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika  $t_{hitung} >$

ttabel atau nilai signifikansi uji  $t < 0,05$  maka disimpulkan bahwa secara individual variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Adapun kriteria dari uji statistik t: jika nilai signifikansi uji  $t > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi uji  $t < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

3. Uji Serentak (Uji F)  
Menurut Ghozali (2018), uji statistik F merupakan pengujian hipotesis untuk mengetahui kelayakan model regresi sebagai alat analisis. Kriteria dalam mengambil keputusan dapat dilihat dari tabel annova dengan melihat nilai Sig, yaitu sebagai berikut jika nilai Sig.  $< \alpha 0,05$  maka menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Jika nilai Sig.  $> \alpha 0,05$  maka menunjukkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.
4. Koefisien Determinasi  
Ghozali (2018) menyatakan bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel – variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Menurut Ghozali (2018), kelemahan mendasar dari penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka  $R^2$  pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *adjusted*  $R^2$  pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti  $R^2$ , nilai *adjusted*  $R^2$  dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pertumbuhan Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Provinsi Bali

Tidak hanya untuk wisatawan mancanegara, Provinsi Bali juga menjadi magnet bagi wisatawan nusantara sebagai destinasi pariwisata utama. Bali telah lama menjadi salah satu tujuan wisata domestik terpopuler di Indonesia. Ada beberapa alasan mengapa Bali menjadi destinasi pilihan wisatawan nusantara di Indonesia. Pertama, Bali menawarkan pengalaman budaya yang unik dan beragam yang berakar kuat pada tradisi dan adat istiadat Bali. Wisatawan Nusantara dapat menyaksikan pertunjukan tari tradisional Bali, mengunjungi pura kuno, dan membenamkan diri dalam kehidupan seni dan kerajinan lokal yang dinamis. Provinsi Bali juga menawarkan berbagai macam wisata alam yang menarik bagi wisatawan nusantara. Wisatawan dapat menikmati indahnya pantai dengan pasir putih dan air sebening kristal, menjelajahi persawahan yang subur, mendaki gunung berapi, dan mengunjungi air terjun yang menakjubkan. Selain itu, Provinsi ini menawarkan berbagai aktivitas luar ruangan seperti selancar, snorkeling, menyelam, dan hiking, menjadikannya tujuan ideal bagi para pencari petualangan dan pecinta alam. Selain itu, Bali terkenal dengan resor mewah dan keramahtamahan kelas dunia

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Bali dari tahun 2004 hingga 2022, jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Bali mengalami berbagai fluktuasi. Pada tahun 2004, terdapat 1.472.190 wisatawan yang berkunjung, namun angka ini menurun sebesar 5,65% menjadi 1.388.984 wisatawan pada tahun 2005. Penurunan ini berlanjut pada tahun 2006 dengan jumlah wisatawan mencapai 1.262.537 atau turun 9,10%. Pada tahun 2007, terjadi peningkatan signifikan sebesar 32,16%, dengan jumlah wisatawan mencapai 1.668.531. Peningkatan terus terjadi hingga tahun 2008 dengan jumlah wisatawan mencapai 2.085.084 atau naik 24,97%. Pertumbuhan positif ini berlanjut hingga tahun 2009 dengan 2.385.122 wisatawan (14,39%), tahun 2010 dengan 2.576.142 wisatawan (8,01%), dan tahun 2011 dengan 2.826.709 wisatawan (9,73%). Pada tahun 2012, jumlah wisatawan mencapai 2.949.332 dengan pertumbuhan sebesar 4,34%. Tahun 2013 mengalami pertumbuhan 11,16%

dengan jumlah wisatawan mencapai 3.278.598, dan pada tahun 2014, jumlah wisatawan meningkat sebesar 14,89% menjadi 3.766.638. Tahun 2015 menyaksikan peningkatan moderat sebesar 6,24% dengan jumlah wisatawan mencapai 4.001.835. Pertumbuhan signifikan kembali terjadi pada tahun 2016 dengan jumlah wisatawan mencapai 4.927.937 (23,14%), dan pada tahun 2017 dengan 5.697.739 wisatawan (15,62%). Pada tahun 2018, jumlah wisatawan mencapai 6.070.473 dengan pertumbuhan sebesar 6,54%, dan pada tahun 2019, jumlah ini meningkat sebesar 3,37% menjadi 6.275.210. Namun, pandemi COVID-19 membawa dampak drastis pada pariwisata di tahun 2020, dengan jumlah wisatawan turun tajam sebesar 82,96% menjadi hanya 1.069.473. Penurunan ini semakin drastis pada tahun 2021, di mana hanya terdapat 51 wisatawan yang berkunjung, menurun 99,99%. Pada tahun 2022, terjadi pemulihan yang signifikan dengan jumlah wisatawan mencapai 2.155.747, naik 99,99% dari tahun sebelumnya.

Berdasarkan data di paragraf sebelumnya, kunjungan wisatawan mancanegara tertinggi berada di tahun 2019 dengan total 6.275.210 wisatawan. Hal ini bisa terjadi dikarenakan di tahun itu sedang gencar-gencarnya promosi pariwisata via media sosial yang dilakukan oleh pemerintah dan stakeholder pariwisata di Bali juga menjadi faktor yang mempengaruhi kedatangan banyak wisatawan mancanegara ke Bali. Sedangkan untuk kunjungan wisatawan mancanegara terendah berada di tahun 2021 dengan total 51 wisatawan. Keadaan ini bisa dimaklumi dikarenakan di tahun itu terjadi pandemi COVID-19 yang menyebar di seluruh penjuru dunia sehingga menurunkan jumlah kunjungan wisatawan asing secara drastis. Untuk pertumbuhan tertinggi terjadi pada tahun 2021 menuju 2022 dengan pertumbuhan sebesar 99,99%, situasi ini bisa terjadi dikarenakan kondisi pandemi COVID-19 yang semakin baik dan terjangkau vaksinasi yang semakin luas menjadi faktor yang mempengaruhi kedatangan banyak wisatawan ke Bali. Sedangkan pertumbuhan terendah terjadi pada tahun 2020 menuju 2021 dengan pertumbuhan sebesar -99,99%, kondisi ini bisa terjadi karena pandemi COVID-19 menyebabkan para wisatawan mancanegara melakukan pembatalan perjalanan dan pemesanan tiket secara besar-besaran serta keengganan.

### **Pertumbuhan Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara di Provinsi Bali**

Tidak hanya untuk wisatawan mancanegara, Provinsi Bali juga menjadi magnet bagi wisatawan nusantara sebagai destinasi pariwisata utama. Bali telah lama menjadi salah satu tujuan wisata domestik terpopuler di Indonesia. Ada beberapa alasan mengapa Bali menjadi destinasi pilihan wisatawan nusantara di Indonesia. Pertama, Bali menawarkan pengalaman budaya yang unik dan beragam yang berakar kuat pada tradisi dan adat istiadat Bali. Wisatawan Nusantara dapat menyaksikan pertunjukan tari tradisional Bali, mengunjungi pura kuno, dan membenamkan diri dalam kehidupan seni dan kerajinan lokal yang dinamis. Provinsi Bali juga menawarkan berbagai macam wisata alam yang menarik bagi wisatawan nusantara. Wisatawan dapat menikmati indahnya pantai dengan pasir putih dan air sebening kristal, menjelajahi persawahan yang subur, mendaki gunung berapi, dan mengunjungi air terjun yang menakjubkan. Selain itu, Provinsi ini menawarkan berbagai aktivitas luar ruangan seperti selancar, snorkeling, menyelam, dan hiking, menjadikannya tujuan ideal bagi para pencari petualangan dan pecinta alam. Selain itu, Bali terkenal dengan resor mewah dan keramahtamahan kelas dunia.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Bali dari tahun 2004 hingga 2022, kunjungan wisatawan nusantara ke Bali menunjukkan berbagai fluktuasi yang signifikan. Pada tahun 2004, tercatat sebanyak 2.038.186 wisatawan nusantara yang berkunjung. Angka ini meningkat sebesar 18,17% pada tahun 2005 menjadi 2.408.509 wisatawan. Pada tahun 2006, peningkatan yang lebih kecil terjadi dengan jumlah wisatawan mencapai 2.474.787 atau naik 2,75%, dan pada tahun 2007 hanya meningkat sedikit sebesar 0,40% menjadi 2.484.644 wisatawan. Pada tahun 2008, terjadi lonjakan sebesar 16,67% dengan jumlah wisatawan mencapai 2.898.793. Tren positif berlanjut pada tahun 2009 dengan pertumbuhan sebesar 21,47%, membawa jumlah wisatawan menjadi 3.521.135. Tahun 2010 mencatatkan pertumbuhan yang signifikan sebesar 31,96%, dengan jumlah wisatawan mencapai 4.646.343. Peningkatan terus berlanjut pada tahun 2011 dan 2012, dengan masing-masing jumlah wisatawan mencapai 5.675.121 (22,14%) dan 6.063.558 (6,84%). Pada tahun 2013, jumlah wisatawan mencapai 6.976.536, meningkat

15,06%, namun pada tahun 2014 terjadi penurunan sebesar 8,35% dengan jumlah wisatawan menjadi 6.394.307. Tahun 2015 kembali mencatat pertumbuhan positif sebesar 11,77% dengan jumlah wisatawan mencapai 7.147.100. Pertumbuhan signifikan terjadi pada tahun 2016 dengan jumlah wisatawan mencapai 8.643.680 (20,94%), namun pada tahun 2017 hanya mengalami peningkatan kecil sebesar 1,06% dengan total 8.735.633 wisatawan. Pada tahun 2018, jumlah wisatawan mencapai 9.757.991 dengan pertumbuhan sebesar 11,70%, dan tahun 2019 meningkat 8,07% menjadi 10.545.039 wisatawan. Pandemi COVID-19 pada tahun 2020 membawa dampak besar dengan penurunan jumlah wisatawan sebesar 56,41%, hanya mencapai 4.596.157 wisatawan. Penurunan berlanjut pada tahun 2021 sebesar 6,41% dengan jumlah wisatawan mencapai 4.301.592. Namun, pada tahun 2022, terjadi pemulihan signifikan dengan jumlah wisatawan mencapai 8.052.974, meningkat sebesar 87,21% dibanding tahun sebelumnya.

Berdasarkan data di paragraf sebelumnya, kunjungan wisatawan nusantara tertinggi berada di tahun 2019 dengan total 10.545.039 wisatawan. Hal ini bisa terjadi dikarenakan di tahun itu sedang gencar – gencarnya promosi pariwisata via media sosial yang dilakukan oleh pemerintah dan stakeholder pariwisata di Bali juga menjadi faktor yang mempengaruhi kedatangan banyak wisatawan nusantara ke Bali. Sedangkan untuk kunjungan wisatawan nusantara terendah berada di tahun 2004 dengan total 2.038.186 wisatawan. Keadaan ini bisa dimaklumi dikarenakan di tahun itu masih karena kekurangan informasi dan komunikasi yang efektif. Sebelum adanya media sosial, wisatawan menggunakan media cetak atau elektronik seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film untuk mendapatkan informasi tentang destinasi wisata. Untuk pertumbuhan tertinggi terjadi pada tahun 2021 menuju 2022 dengan pertumbuhan sebesar 87,21%, situasi ini bisa terjadi dikarenakan kondisi pandemi COVID-19 yang semakin baik dan terjangkau vaksinasi yang semakin luas menjadi faktor yang mempengaruhi kedatangan banyak wisatawan nusantara ke Bali. Sedangkan pertumbuhan terendah terjadi pada tahun 2020 menuju 2021 dengan pertumbuhan sebesar –56,41%, kondisi ini bisa terjadi karena pergerakan atau perpindahan orang antar

wilayah yang berkurang untuk menghindari dampak negatif penularan Covid-19.

### **Pertumbuhan Jumlah Biro Perjalanan Wisata di Provinsi Bali**

Biro Perjalanan Wisata memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi Provinsi Bali. Biro Perjalanan Wisata adalah badan komersial yang bergerak di bidang pariwisata. Fungsi utama biro perjalanan adalah membantu wisatawan dalam membuat rencana liburan, mengatur transportasi, akomodasi, dan 38 kegiatan perjalanan. Biro Perjalanan Wisata juga memberikan informasi mengenai tujuan perjalanan, membantu pengurusan dokumen perjalanan seperti paspor dan visa, serta menyediakan paket perjalanan yang dirancang dengan cermat sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan. Provinsi Bali merupakan tujuan wisata populer yang terkenal dengan keindahan alamnya, kekayaan budayanya, dan landmarknya yang terkenal. Dengan bentang alamnya yang menakjubkan, tradisi yang dinamis, dan atraksi ikoniknya, Bali menarik banyak pengunjung dari seluruh dunia. Provinsi Bali memanfaatkan potensi wisata yang beragam untuk menarik wisatawan dan meningkatkan pendapatan daerah sehingga banyak orang – orang yang mendirikan Biro Perjalanan Wisata untuk menyediakan layanan untuk para wisatawan yang berkunjung ke Provinsi Bali.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Bali dari tahun 2004 hingga 2022, jumlah biro perjalanan wisata di Bali mengalami berbagai perubahan yang signifikan. Pada tahun 2004, terdapat 440 biro perjalanan wisata, mengalami sedikit penurunan sebesar 0,68% dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2005, jumlah biro meningkat menjadi 455, naik 3,40%. Pertumbuhan yang lebih besar terjadi pada tahun 2006 dengan peningkatan sebesar 14,72%, sehingga jumlah biro mencapai 522. Tahun 2007 mencatat peningkatan 8,04% dengan total 560 biro, sementara tahun 2008 hanya meningkat sebesar 2,14% menjadi 572 biro. Pada tahun 2009, jumlah biro perjalanan wisata mencapai 603, mengalami peningkatan sebesar 5,42%. Namun, pada tahun 2010, terjadi penurunan drastis sebesar 49,58%, dengan jumlah biro menurun menjadi 299. Tahun 2011 mencatat sedikit pemulihan dengan peningkatan 7,02% menjadi 320 biro, dan pada tahun 2012 jumlah biro meningkat 4,37% menjadi 334. Tahun 2013 menunjukkan

peningkatan sebesar 7,49%, dengan total 359 biro perjalanan wisata. Pada tahun 2014, jumlah biro mencapai 366, naik 1,95%, dan pada tahun 2015 hanya sedikit meningkat sebesar 0,55% menjadi 368. Pada tahun 2016, jumlah biro perjalanan wisata mencapai 372, mengalami pertumbuhan sebesar 1,09%. Tahun 2017 mencatat peningkatan yang lebih signifikan sebesar 8,87% dengan total 405 biro. Pertumbuhan terus berlanjut pada tahun 2018 dengan peningkatan 10,12% sehingga jumlah biro mencapai 446. Tahun 2019 menunjukkan peningkatan sebesar 2,47% dengan total 457 biro. Namun, pada tahun 2020 jumlah biro tetap stagnan pada angka 457. Pada 2021, terjadi penurunan drastis sebesar 21,44% dengan jumlah biro menurun menjadi 359. Pemulihan signifikan terjadi pada tahun 2022 dengan peningkatan sebesar 15,88%, sehingga jumlah biro perjalanan wisata di Bali mencapai 416.

Berdasarkan data di paragraf sebelumnya, jumlah Biro Perjalanan Wisata terbanyak berada di tahun 2009 dengan total 603 BPW sedangkan jumlah Biro Perjalanan Wisata terendah berada di tahun 2010 dengan total 299 BPW. Pertumbuhan jumlah Biro Perjalanan Wisata terbanyak berada di tahun 2021 hingga 2022 dengan total presentase sebesar 15,88 % sedangkan pertumbuhan jumlah Biro Perjalanan Wisata terendah berada di tahun 2009 hingga 2010 dengan total presentase sebesar -49,58 %

### Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil pengujian uji t didapatkan kesimpulan bahwasannya

1. Nilai signifikansi variabel wisatawan mancanegara adalah  $0.169 > 0.05$  yang berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel wisatawan mancanegara terhadap pertumbuhan biro perjalanan wisata di Bali.
2. Nilai signifikansi variabel wisatawan nusantara adalah  $0.041 < 0.05$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya terdapat pengaruh antara variabel wisatawan nusantara terhadap pertumbuhan biro perjalanan wisata di Bali.

**Tabel 1.** Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	511.395			11.623	.169
Wisatawan Mancanegara (X1)	2.953E-5	.000	.601	1.441	0.41
Wisatawan Nusantara (X2)	-3.033E-5	.000	-.928	-2.224	0.41

Sumber : Hasil Pengolahan Data BPS, 2024.

Interpretasi koefisien regresi:

1. Nilai konstanta a menunjukkan nilai sebesar 511,395, artinya jika tidak terjadi perubahan variabel independen (nilai  $X_1$  dan  $X_2 = 0$ ) maka nilai variabel dependen (nilai Y) sebesar 511,395.
2. Nilai koefisien regresi variabel mancanegara (X1) adalah 0,00002953 bernilai positif, sehingga jika jumlah wisatawan mancanegara mengalami kenaikan 1 nilai, maka pertumbuhan biro perjalanan wisata akan meningkat sebesar 0,00002953.
3. Nilai koefisien regresi variabel wisatawan nusantara (X2) adalah - 0,00003033 bernilai negatif, sehingga jika jumlah wisatawan nusantara mengalami kenaikan 1 nilai, maka pertumbuhan biro perjalanan wisata akan menurun sebesar 0,00003033.

### Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

**Tabel 2.** Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	511.395			11.623	.169
Wisatawan Mancanegara (X1)	2.953E-5	.000	.601	1.441	0.41
Wisatawan Nusantara (X2)	-3.033E-5	.000	-.928	-2.224	0.41

Sumber : Hasil Pengolahan Data BPS, 2024.

## Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

**Tabel 3.** Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	36699.174	2	18349.587	2.887	.085b
	Residual	101691.352	16	6355.710		
	Total	138390.526	18			

Sumber : Hasil Pengolahan Data BPS, 2024.

Berdasarkan hasil perhitungan didapatkan bahwasannya nilai signifikansi  $0,085 < 0,05$  yang berarti variabel wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara tidak berpengaruh secara simultan terhadap pertumbuhan biro perjalanan wisata.

## Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 4.** Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.515 <sup>a</sup>	.265	.173	79.72270

Sumber : Hasil Pengolahan Data BPS, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan didapatkan bahwasannya nilai *adjusted R*<sup>2</sup> adalah 0,173 yang berarti variabel wisatawan mancanegara dan wisatawan lokal menjelaskan pertumbuhan biro perjalanan wisata di Bali sebesar 17,3%, sedangkan 82,7% lainnya merupakan variabel lain yang tidak diteliti di dalam penelitian.

## Pengaruh Wisatawan Mancanegara dan Nusantara terhadap Pertumbuhan Biro Perjalanan Wisata di Bali

Analisis data kunjungan wisatawan mancanegara menunjukkan fluktuasi yang signifikan dari tahun ke tahun. Tahun 2019 mencatat jumlah kunjungan tertinggi dengan lebih dari 6 juta wisatawan mancanegara yang datang ke Bali. Hal ini sebagian besar disebabkan oleh upaya promosi pariwisata yang agresif, terutama melalui media sosial, yang dilakukan oleh pemerintah dan *stakeholder* pariwisata. Namun kontrasnya, tahun 2021 mencatat jumlah kunjungan terendah dengan hanya 51 wisatawan mancanegara. Penurunan drastis ini disebabkan oleh pandemi COVID-19 yang melanda dunia, membatasi pergerakan internasional dan menghentikan pariwisata

global secara keseluruhan. Situasi serupa terlihat dalam pertumbuhan kunjungan wisatawan, di mana tahun 2021 menuju 2022 mencatat pertumbuhan tertinggi sebesar 99,99% karena membaiknya situasi pandemi dan peningkatan cakupan vaksinasi. Namun, pertumbuhan terendah terjadi pada periode sebelumnya, yaitu tahun 2020 menuju 2021, yang mencatat penurunan pertumbuhan sebesar -99,99% akibat dampak parah pandemi COVID-19 terhadap industri pariwisata, dengan pembatalan perjalanan dan ketidakpastian yang menyebabkan keengganan wisatawan untuk berpergian.

Analisis data ini menggarisbawahi betapa pentingnya faktor eksternal, terutama pandemi COVID-19, dalam menggerakkan fluktuasi ekstrem dalam industri pariwisata. Upaya promosi yang agresif dan situasi pandemi yang membaik secara signifikan mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan, yang kemudian tercermin dalam pertumbuhan industri perjalanan wisata di Bali. Meskipun Bali telah berhasil menarik jumlah wisatawan yang signifikan pada tahun-tahun sebelumnya, keadaan seperti pandemi dapat memberikan dampak yang tidak terduga, mengilustrasikan kerentanan industri pariwisata terhadap peristiwa global. Hal ini menekankan pentingnya adopsi strategi yang adaptif dan responsif terhadap perubahan lingkungan eksternal, termasuk situasi kesehatan global dan perubahan perilaku wisatawan. Selain itu, analisis ini juga menyoroti pentingnya kolaborasi antara pemerintah, *stakeholder* pariwisata, dan masyarakat dalam mendukung pemulihan industri pariwisata pasca-pandemi. Upaya promosi yang terkoordinasi dan responsif terhadap perubahan situasi dapat membantu mempercepat pemulihan ekonomi lokal, sementara kebijakan yang berorientasi pada keamanan dan kesehatan wisatawan dapat membangun kepercayaan kembali dalam destinasi pariwisata.

Analisis data kunjungan wisatawan nusantara menunjukkan pola yang serupa dengan kunjungan wisatawan mancanegara, di mana tahun 2019 mencatat jumlah kunjungan tertinggi dengan lebih dari 10 juta wisatawan nusantara yang berkunjung ke Bali. Faktor utama yang mempengaruhi peningkatan ini adalah upaya promosi pariwisata yang intensif, termasuk melalui media sosial, yang dilakukan oleh pemerintah dan *stakeholder* pariwisata. Namun, pada tahun 2004, jumlah kunjungan



wisatawan nusantara masih relatif rendah, yang mungkin disebabkan oleh kurangnya akses informasi dan komunikasi yang efektif sebelum era media sosial. Perubahan signifikan dalam pertumbuhan juga terlihat, dengan pertumbuhan tertinggi terjadi pada tahun 2021 menuju 2022, seiring dengan pemulihan kondisi pandemi COVID-19 dan peningkatan vaksinasi yang luas. Namun, penurunan pertumbuhan terjadi pada tahun 2020 menuju 2021, yang dipicu oleh pembatasan pergerakan orang antar wilayah untuk mengurangi penyebaran COVID-19. Promosi pariwisata melalui media sosial dapat mempengaruhi jumlah kunjungan, penting juga untuk mempertimbangkan faktor lain seperti infrastruktur pariwisata, kualitas layanan, dan stabilitas politik. Selain itu, penurunan jumlah kunjungan pada tahun-tahun tertentu mungkin juga terkait dengan isu-isu tertentu yang mempengaruhi kepercayaan atau minat wisatawan untuk mengunjungi Bali. Analisis yang lebih mendalam dapat membantu mengidentifikasi masalah yang mendasarinya dan mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam mengatasi tantangan dan memaksimalkan potensi pariwisata Bali.

Dampak sosial dan ekonomi dari fluktuasi kunjungan wisatawan terhadap masyarakat lokal dan industri pariwisata itu sendiri penting untuk dikaji. Meskipun pertumbuhan kunjungan dapat dianggap sebagai indikator kesuksesan pariwisata, dampaknya terhadap lingkungan, budaya, dan ekonomi lokal perlu dievaluasi secara kritis. Misalnya, peningkatan kunjungan dapat memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat setempat melalui peningkatan lapangan kerja dan pendapatan, tetapi juga dapat menimbulkan masalah seperti *over-tourism* dan degradasi lingkungan.

Analisis kritis terhadap data jumlah Biro Perjalanan Wisata (BPW) menunjukkan fluktuasi yang signifikan dalam industri perjalanan wisata di Bali. Jumlah BPW mencapai puncak tertinggi pada tahun 2009 dengan 603 BPW, yang kemungkinan besar terjadi karena pertumbuhan ekonomi dan minat yang kuat dalam industri pariwisata pada saat itu. Namun, terjadi penurunan tajam pada tahun berikutnya, yaitu tahun 2010, dengan hanya 299 BPW. Penurunan ini mungkin disebabkan oleh faktor-faktor seperti resesi ekonomi global atau perubahan kebijakan di tingkat lokal yang mempengaruhi industri perjalanan. Selain itu,

pertumbuhan yang signifikan terjadi pada tahun 2021 hingga 2022, menunjukkan adanya pemulihan dan pertumbuhan industri perjalanan wisata setelah periode sulit akibat pandemi COVID-19.

Pertumbuhan yang cepat dapat menciptakan lebih banyak pilihan bagi wisatawan dan meningkatkan aksesibilitas ke layanan perjalanan, namun juga dapat menyebabkan persaingan yang lebih ketat di antara BPW. Ini dapat mengarah pada tekanan pada harga dan kualitas layanan, serta memicu perlombaan untuk menarik pelanggan, yang pada gilirannya dapat mengorbankan keberlanjutan industri. Di sisi lain, penurunan jumlah BPW dapat mengurangi keberagaman layanan dan opsi yang tersedia bagi wisatawan, yang dapat membatasi pertumbuhan industri dan menurunkan daya tarik Bali sebagai tujuan wisata. Oleh karena itu, perlu adanya evaluasi yang cermat tentang implikasi jangka panjang dari fluktuasi dalam jumlah BPW terhadap industri perjalanan wisata secara keseluruhan, serta keberlanjutan pariwisata di Bali.

Perubahan dalam kondisi ekonomi lokal dan global dapat mempengaruhi keputusan bisnis BPW dalam membuka, menutup, atau memperluas operasi mereka. Selain itu, kebijakan pemerintah terkait dengan regulasi industri, pajak, atau promosi pariwisata juga dapat memengaruhi iklim bisnis untuk BPW. Pemahaman konteks eksternal yang mempengaruhi industri perjalanan wisata di Bali penting untuk menyusun strategi yang efektif dalam menghadapi fluktuasi dan memastikan keberlanjutan bisnis serta pengembangan industri pariwisata.

Mengingat wisatawan nusantara memiliki pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan biro perjalanan wisata di Bali, upaya promosi dan pemasaran yang lebih intensif dapat diarahkan kepada segmen ini. Program-program pariwisata lokal yang menarik dan terjangkau dapat dikembangkan untuk menarik lebih banyak wisatawan nusantara.

Meskipun wisatawan mancanegara tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan biro perjalanan wisata saat ini, tetap penting untuk terus mengevaluasi dan meningkatkan strategi pemasaran internasional. Memahami faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi minat wisatawan mancanegara dapat membantu meningkatkan kontribusi mereka di masa mendatang.

Biro perjalanan wisata dapat fokus pada pengembangan produk wisata lokal yang unik dan menarik untuk wisatawan nusantara. Ini termasuk promosi budaya lokal, wisata alam, dan kegiatan lain yang menarik bagi wisatawan domestik. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang pengaruh wisatawan terhadap pertumbuhan biro perjalanan wisata, langkah-langkah strategis dapat diambil untuk memaksimalkan potensi pasar yang ada dan mengarahkan sumber daya dengan lebih efektif.

Berdasarkan hasil uji F didapatkan variabel wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara tidak berpengaruh secara simultan terhadap pertumbuhan biro perjalanan wisata. Jika wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan, biro perjalanan wisata mungkin perlu mengevaluasi dan mendiversifikasi strategi pemasaran mereka. Mereka bisa mempertimbangkan segmen pasar lain atau menawarkan paket wisata yang lebih menarik untuk menarik berbagai jenis wisatawan.

Perusahaan mungkin perlu mengembangkan produk dan layanan baru yang lebih relevan dan menarik bagi target pasar potensial. Ini bisa mencakup paket wisata yang lebih fleksibel, pengalaman wisata yang unik, atau layanan tambahan yang lebih disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan.

Perusahaan harus mempertimbangkan faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi pertumbuhan, seperti harga, kualitas layanan, promosi, infrastruktur, dan kondisi ekonomi. Analisis lebih lanjut mungkin diperlukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kunci lainnya.

Fokus pada peningkatan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan bisa menjadi kunci untuk menarik lebih banyak wisatawan dan mendorong pertumbuhan. Program pelatihan bagi staf dan peningkatan fasilitas dapat menjadi bagian dari strategi ini.

Melakukan penelitian lebih lanjut untuk memahami perilaku wisatawan dan faktor-faktor lain yang mungkin berpengaruh. Penggunaan metode analisis lain atau data yang lebih rinci bisa memberikan pengetahuan yang lebih mendalam.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi didapatkan nilai *adjusted R*<sup>2</sup> adalah 0,173 yang berarti variabel wisatawan mancanegara dan wisatawan lokal menjelaskan pertumbuhan biro perjalanan wisata di Bali sebesar 17,3%, sedangkan 82,7% lainnya

merupakan variabel lain yang tidak diteliti di dalam penelitian. Untuk meningkatkan nilai *adjusted R*<sup>2</sup> dan mendapatkan gambaran yang lebih akurat tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan biro perjalanan wisata di Bali, perlu dilakukan penelitian tambahan dengan memasukkan variabel lain. Misalnya, variabel ekonomi, teknologi, kebijakan pemerintah, dan faktor budaya dapat dipertimbangkan.

Bagi pengambil kebijakan dan pelaku industri pariwisata, hasil ini menunjukkan bahwa fokus hanya pada jumlah wisatawan (baik mancanegara maupun nusantara) tidak cukup untuk mendorong pertumbuhan biro perjalanan wisata. Mereka harus mempertimbangkan faktor-faktor lain yang signifikan yang dapat mempengaruhi pertumbuhan.

Biro perjalanan wisata di Bali dapat mengembangkan strategi yang lebih komprehensif dengan memasukkan berbagai faktor yang mungkin mempengaruhi pertumbuhan mereka. Misalnya, mereka bisa mempertimbangkan peningkatan kualitas layanan, diversifikasi produk wisata, dan kerjasama dengan pihak lain dalam industri pariwisata.

Pemerintah dan lembaga terkait bisa menggunakan hasil penelitian ini sebagai dasar untuk merumuskan kebijakan yang lebih efektif dalam mendukung pertumbuhan biro perjalanan wisata. Kebijakan yang mendukung infrastruktur pariwisata, promosi wisata, serta pelatihan dan pendidikan bagi pelaku industri bisa menjadi fokus utama. Dengan memperhatikan variabel-variabel lain yang relevan dan mengintegrasikannya dalam analisis, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif dan strategi yang lebih efektif untuk mendorong pertumbuhan biro perjalanan wisata di Bali.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Adapun simpulan berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Wisatawan mancanegara dan nusantara tidak berpengaruh secara simultan terhadap pertumbuhan biro perjalanan wisata. Hal ini berdasarkan hasil uji statistik menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan variabel wisatawan mancanegara terhadap pertumbuhan biro

perjalanan wisata di Bali. Berdasarkan hasil uji statistik menunjukkan ada pengaruh signifikan variabel wisatawan nusantara terhadap pertumbuhan biro perjalanan wisata di Bali.

2. Berdasarkan hasil uji statistik menunjukkan variabel wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara memberikan pengaruh sebesar 17,3% terhadap pertumbuhan biro perjalanan wisata di Bali sedangkan 82,7% lainnya merupakan variabel lain yang tidak diteliti di dalam penelitian.

### **Saran**

Saran yang dapat diberikan dapat dilihat sebagai berikut

1. Temuan bahwa tidak ada pengaruh antara jumlah wisatawan mancanegara terhadap pertumbuhan biro perjalanan wisata menekankan pentingnya penelitian yang lebih tepat dan mempertimbangkan faktor lain yang memengaruhi hubungan tersebut.
2. Adanya pengaruh antara jumlah wisatawan nusantara terhadap pertumbuhan biro perjalanan wisata menunjukkan perlunya strategi pemasaran yang lebih terfokus untuk menarik wisatawan nusantara. Hal ini juga memperkuat pentingnya kerjasama antara industri pariwisata dan pemerintah daerah dalam mengembangkan destinasi pariwisata yang menarik bagi wisatawan nusantara.
3. Penelitian lanjutan dapat mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara wisatawan mancanegara dan pertumbuhan biro perjalanan. Pendekatan kualitatif juga bisa digunakan untuk memahami persepsi dan motivasi wisatawan dalam memilih destinasi wisata dan layanan perjalanan.

## Kepustakaan

- Raharjo, S. (2014 – last update), “Cara Melakukan Analisis Regresi Multiples (Berganda) dengan SPSS”, (SPSS Indonesia), Available: <https://www.spssindonesia.com/2014/02/analisis-regresi-multipes-dengan-spss.html> ( Accessed: 2024, July 18).
- Ghozali, Imam., 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Mak, James., 2004. *Tourism and the Economy*. Hawaii: Versa Press, Inc.
- Singh, Lakhmir., 2008. *Management Of Travel Agency*. Delhi: ISHA Book.
- Boyd, Wilma., 1989. *Travel Agent*. New York: Simon & Schuster, Inc.
- Goeldner, C. R., Ritchie, J. R. B. 2009. *Tourism: Principles, Practices, Philosophies (11th ed.)*. New Jersey: John Wiley & Sons
- Sasono, N., Nababan, O., Wiyatno, D., Tantowi, A., Barudin, 2014. *NESPARNAS (Neraca Satelit Pariwisata Nasional) 2014*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Wijayanti, A., Damanik, J., Fandeli, C., Sudarmadji, 2017. Analysis of supply and demand to enhance educational tourism experience in the smart park of Yogyakarta, Indonesia. *Economies* 5, 1–13.
- Kularatne, T.M.T., 2017. *Economics Of Optimal Management Of Tourism Resources: A Demand And Supply Analysis*. *QUT Thesis*. Queensland University of Technology.
- Lesmana, H., Sugiarto, S., Yosevina, C., Widjojo, H., 2022. A Competitive Advantage Model for Indonesia’s Sustainable Tourism Destinations from Supply and Demand Side Perspectives. *Doctoral Research in Management and Entrepreneurship*. Universitas Prasetiya Mulya.
- Formica, S., Uysal, M., 2006. Destination Attractiveness Based on Supply and Demand Evaluations: An Analytical Framework. *Journal of Travel Research*, Vol. 44, May 2006, 418-430
- Camilleri, Mark Anthony., 2018. *Tourism Supply and Demand. Travel Marketing, Tourism Economics and the Airline Product*. Switzerland: Springer Nature.
- Edgell Sr DL, Allen MD, Smith G, Swanson JR, 2008. *Tourism Policy and Planning: Yesterday, Today and Tomorrow*. London: Routledge.
- Burkart, A.J., Medlik, S., 1981. *Tourism: Past, Present and Future*. London: Heinemann.