


Apakah Infrastruktur Penting terhadap Kunjungan Wisatawan ke Indonesia dan Negara-Negara Asean?

Anak Agung Bagus Putu Widanta ^{1*}, Anak Agung Ketut Ayuningsasi ¹, Ida Bagus Putu Purbadharmaja ¹, Dewa Jati Primajana ¹

¹ Universitas Udayana Denpasar, Indonesia

 agung_widanta@unud.ac.id*

Abstract

Tourist arrivals and tourism revenue remain key indicators of economic performance in the tourism sector. In 2018, countries in the ASEAN region collectively attracted approximately 129.2 million international visitors. Indonesia received around 15.8 million foreign tourists in the same year. Despite its substantial tourism potential—supported by rich natural resources, cultural diversity, and abundant human capital—Indonesia ranked fourth in tourist arrivals, behind Thailand, Malaysia, and Singapore, and only slightly above Vietnam. This suggests that tourism potential alone is not the primary determinant of tourist visits in Southeast Asia. Instead, the availability of adequate infrastructure plays a more significant role in supporting tourism demand. Improvements in infrastructure generally enhance population mobility and increase tourist arrivals by providing better accessibility and safety for visitors. Amid global market changes and intensifying international tourism competition, effective strategies are required to maintain tourism attractiveness and position destinations as primary choices for travelers. This study employs multiple linear regression analysis to examine the influence of infrastructure sub-indicators—air transport, land transport, and tourism service facilities—on tourist arrivals in Indonesia and several other ASEAN countries. The findings are expected to provide insights into the impact of infrastructure development on tourism performance across the region. Furthermore, the results aim to assist policymakers and stakeholders in prioritizing infrastructure projects that support tourism growth, increase visitor numbers, and contribute to overall economic development.

Keywords: Tourism, Tourist Arrivals, Infrastructure, Economic Growth

ARTICLE INFO

Article history:

Received

January 14, 2026

Revised

April 09, 2026

Accepted

April 23, 2026

Published by

ISSN

Website

This is an open access article under the CC BY SA license

CV. Creative Tugu Pena

2774-7077

<https://attractivejournal.com/index.php/bce/>

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>



@ 2026 by the authors

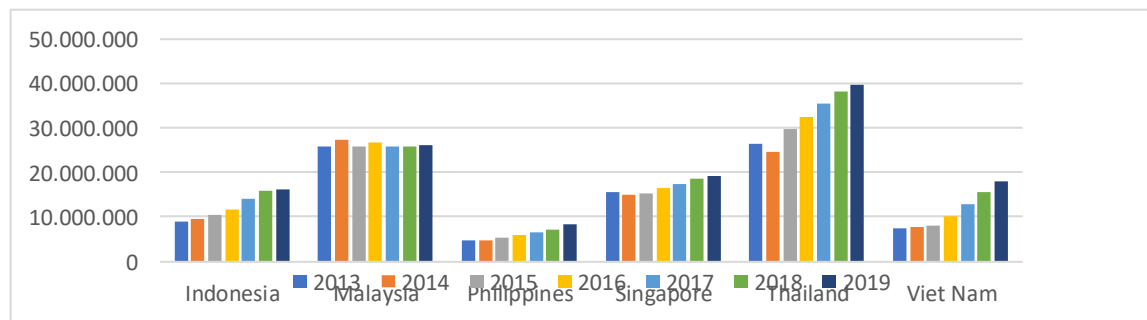
INTRODUCTION

Sektor pariwisata sendiri memberikan multiplier effect terhadap sektor seperti sektor industri, sektor pertanian, dan sektor lainnya, sehingga mampu menciptakan lapangan pekerjaan, peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat, pariwisata muncul sebagai faktor yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi jangka panjang (Gabriel & Wiston, 2010). Sektor pariwisata sendiri dapat memberikan multiplier effect terhadap sektor seperti sektor industri, sektor pertanian, dan sektor lainnya, sehingga mampu menciptakan lapangan pekerjaan, peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat, pariwisata muncul sebagai faktor yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi jangka panjang (Gabriel & Wiston, 2010). Pariwisata memiliki potensi yang besar dan memainkan peran yang sangat penting dalam mencapai tujuan ekonomi makro utama yaitu pertumbuhan ekonomi, lapangan kerja, pembangunan ekonomi dan sosial yang berkelanjutan, Thano (2015).

Pariwisata memiliki potensi yang besar dan memainkan peran yang sangat penting dalam mencapai tujuan ekonomi makro utama yaitu pertumbuhan ekonomi, lapangan kerja, pembangunan ekonomi dan sosial yang berkelanjutan, Thano (2015). Pariwisata menyumbang 9%

dari Produk Domestik Bruto (PDB) global dan lebih dari 260 juta pekerjaan (100 juta langsung) (WTTC 2011).

Salah satu indikator melihat keunggulan pariwisata suatu negara atau wilayah dapat dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan dan jumlah penerimaan pariwisatanya. Pengembangan pariwisata dalam tujuan pariwisata tertentu terutama terkait dengan analisis kedatangan wisatawan (Durydiwka, 2013). Pada gambar 1 terlihat beberapa negara-negara anggota ASEAN yang paling dikunjungi. dengan jumlah kunjungan wisatawan lebih banyak dibandingkan negara-negara anggota ASEAN lainnya. Negara dengan jumlah kunjungan wisatawan teratas dibandingkan dengan negara lainnya, dikatakan memiliki keberhasilan kinerja pariwisata, dengan kata lain memiliki keunggulan pariwisata.



Perkembangan Kunjungan Wisatawan Ke Negara-Negara

Sumber: Asean Stat, 2020

Pada 2018 tercatat negara-negara dikawasan ASEAN berhasil mendatangkan 129,2 juta pengunjung. Pariwisata Indonesia berkembang cukup pesat, hal ini bisa dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan yang terus meningkat setiap tahunnya. Thailand menarik jumlah wisatawan kedua tertinggi di kawasan dengan 32,58 juta pengunjung pada 2016 dan 38,3 juta wisatawan asing pada 2018. Malaysia dengan jumlah kunjungan wisatawan yang hampir sama 26,75 juta pengunjung pada 2016 menduduki peringkat kedua dalam jumlah kunjungan wisatawannya, (WTO, 2018). Kedatangan wisatawan internasional ke Malaysia telah meningkat pesat dalam dekade terakhir, dari 5,5 juta pada 1998 menjadi 24,7 juta pada 2010 25,8 juta wisatawan pada 2018. Singapura memiliki industri pariwisata yang berkembang baik dengan jumlah kunjungan pada 2018 mencapai 18,5 juta orang dengan total pembelanjaan mencapai SGD 27,1 miliar, *Singapore Tourism Board*, 2020. Vietnam menjadi negara dengan pertumbuhan pariwisata terbesar di asia tenggara. Kunjungan wisatawan ke Vietnam dari tahun ke tahun selalu mengalami peningkatan. Jumlah wisatawan sepanjang tahun 2018 yang berkunjung ke Vietnam tercatat sebanyak 15.497.791 wisatawan, naik 19,9 persen dibandingkan tahun 2017 (Vietnam national Administration of Tourism, 2019).

Perubahan pasar dunia dan semakin ketatnya persaingan pariwisata internasional, memerlukan strategi yang tepat untuk mempertahankan pariwisata agar diminati dan menjadi pilihan utama *tourist* sebagai destinasi wisatanya. Menurut telaah literatur terdapat berbagai upaya yang bisa dilakukan untuk meningkatkan daya saing pariwisata; Menurut Medlik, 1980 (dalam Ariyanto, 2005), ada empat aspek (4A) yang harus diperhatikan dalam penawaran pariwisata. Terkait dengan ini, sehingga beberapa strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan produk pariwisata yaitu: (a) meningkatkan daya saing atraksi sebagai daya tarik utama sebuah destinasi wisata melalui pengembangan kualitas dan keragaman usaha daya tarik wisata; (b) meningkatkan daya saing amenities sebagai fasilitas pendukung pariwisata melalui pengembangan kapasitas dan peningkatan kualitas fungsi layanan fasilitas pariwisata yang memenuhi standar internasional dengan tetap memperhatikan keunikan dan kekhasan lokal; (c) meningkatkan daya saing aksesibilitas melalui pengembangan kapasitas dan kualitas layanan dan (d) meningkatkan keberadaan *ancillary* melengkapi amenities dan aksesibilitas. Destinasi tempat wisata yang memiliki kelengkapan lembaga pariwisata seperti itu akan semakin banyak dikunjungi oleh wisatawan.

Menurut Kuncoro (2014) ada empat strategi menarik investasi, orang (wisatawan) dan industri kesuatu daerah yaitu; *Image* (citra) adalah kepercayaan, ide dan ekspresi yang dimiliki orang terhadap suatu daerah; *Attraction Marketing*/ atraksi (daya tarik) merupakan alasan penting

untuk wisatawan, investor dan modal datang ke suatu tempat; *Infrastructure marketing* adalah tersedianya sarana dan prasarana yang mampu menarik orang, investasi dan modal; dan *people marketing* strategi memasarkan daerah dengan memasarkan orang misalnya sikap masyarakat:seberapa jauh keterbukaan masyarakat lokal (daerah) terhadap unsur-unsur (orang, investasi, industri, produk) dari luar.

Kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia pada tahun 2018 sebanyak 15,8 juta. Indonesia walaupun memiliki potensi dan daya tarik pariwisata yang besar dengan berbagai atraksi wisata yang menarik, sumber daya alam yang indah, budaya yang beragam dan sumber daya manusia yang berlimpah akan tetapi jumlah kunjungan wisatawannya hanya berada di peringkat ke-empat setelah Thailand, Malaysia dan Singapura, hanya sedikit diatas Vietnam. Hal ini mengindikasikan citra pariwisata, atraksi wisata alam dan sumber daya manusia tidak mampu mendongkrak jumlah kunjungan wisatawan, diduga infrastruktur yang lebih baik di Singapura menyebabkan jumlah kunjungan wisatawan yang lebih tinggi dibanding dengan Indonesia.

Pembangunan infrastruktur akan mempermudah dan mempercepat arus mobilitas barang dan manusia. Perbaikan dan peningkatan infrastruktur pada umumnya akan dapat meningkatkan mobilitas penduduk, meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Infrastruktur yang baik memudahkan aksesibilitas dan keselamatan untuk wisatawan. Dengan infrastruktur yang baik, wisatawan dapat dengan mudah mengakses destinasi wisata yang berbeda. Kemudahan wisatawan mencapai destinasi wisata yang diinginkan akan meningkatkan jumlah kunjungan wisata.

TINJAUAN TEORITIS

• 2.1 Konsep Daya Saing Pariwisata

Berdasarkan teori daya saing, ada dua teori daya saing yaitu teori keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif sebagai indikator daya saing. teori keunggulan David Ricardo mengacu kepada keunggulan daya saing yang dimiliki oleh suatu negara atau daerah. Teori itu mengatakan bahwa suatu negara bila berdagang dengan negara lain akan memproduksi dan melakukan spesialisasi di produk yang mereka memiliki keunggulan secara komparatif dan mendapatkan keuntungan disana. Keunggulan itu bisa dilihat dari *cost* produksi yang lebih murah dibandingkan bila diproduksi oleh negara lain. Keunggulan komparatif yang dimiliki oleh suatu negara muncul karena adanya faktor pembentuk yang sudah ada misalnya kekayaan alam yang melimpah yang dimiliki oleh suatu negara.

Keunggulan kompetitif sebaliknya muncul karena diciptakan terlebih dahulu, dengan kata lain keunggulan kompetitif adalah keunggulan yang dapat dikembangkan. Keunggulan kompetitif suatu komoditi merupakan hasil olahan yang terbentuk dari kinerja yang dimilikinya sehingga dapat mengungguli komoditi sektor lainnya. Menurut Porter (1995) hal yang paling penting dalam pengukuran daya saing adalah produktivitas suatu industri baik dalam memproduksi barang maupun jasa. Produktivitas bisa meningkatkan pendapatan perkapita disusul dengan pertumbuhan ekonomi suatu negara.

Michael Porter (1998) Model berlian Porter atau Teori Keuntungan Nasional Berlian Porter, adalah model ekonomi yang dikembangkan oleh Michael Porter. Ini dirancang untuk membantu negara-negara memahami mengapa beberapa industrinya lebih kompetitif secara internasional daripada yang lain. Model ini juga membantu menjawab pertanyaan mengapa perusahaan dari satu negara atau wilayah mampu mempertahankan keunggulan kompetitif dalam industri tertentu. Ini didasarkan pada 4 faktor yang membantu menentukan keunggulan kompetitif nasional; Kondisi faktor / Kondisi permintaan / Strategi perusahaan, Struktur, dan Persaingan / Industri Terkait dan Pendukung.

Kondisi faktor ini mengacu pada berbagai jenis sumber daya yang tersedia bagi negara sebagai fungsi lokasinya. Beberapa faktor tersebut tercipta seperti tenaga kerja terampil, infrastruktur, dan modal, sedangkan faktor lainnya bersifat alamiah seperti bahan baku, tanah, kondisi cuaca, dll. Menurut Porter, kondisi faktor yang diciptakan lebih penting daripada kondisi alamiah karena tidak dapat ditiru sehingga membantu keunggulan kompetitif bangsa.

• 2.2 Penguatan Pariwisata

Badan Perencanaan dan Pembangunan Nasional (Bappenas/PPN) (2019), menyatakan sektor pariwisata hingga kini menjadi salah satu penyumbang surplus pada neraca perdagangan jasa Indonesia. Khusus jasa perjalanan atau pariwisata, masih mengalami surplus, Salah satu langkah kebijakan yang cukup potensial adalah memperkuat pariwisata untuk menambah cadangan devisa. Sektor pariwisata sendiri dapat memberikan multiplier effect terhadap

sektor seperti sektor industri, sektor pertanian, dan sektor lainnya, sehingga mampu menciptakan lapangan pekerjaan, peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat, pariwisata muncul sebagai faktor yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi jangka panjang (Gabriel & Wiston, 2010). Untuk mengembangkan sektor pariwisata, maka dibutuhkan industri pariwisata yang menunjang segala aspek pada sektor pariwisata. Kementerian Wisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) terus berupaya meningkatkan kualitas pariwisata tanah air. Indikator kekuatan daya saing pariwisata bisa dilihat dari indeks yang dikeluarkan oleh WEF dan Kemenparekraf (TTCI dan IPI)

- **2.3 Infrastruktur memperkuat daya saing pariwisata**

Infrastruktur pariwisata telah lama dianggap sebagai bagian dari pariwisata dan memainkan peran kunci dalam menarik wisatawan, (Seetanah, 2011). Infrastruktur pariwisata berpotensi meningkatkan persaingan dan mempromosikan pariwisata dengan menyediakan fasilitas perjalanan bagi wisatawan (Suleiman dan Masoud, 2014). Investasi dalam pembangunan infrastruktur pariwisata untuk membuat destinasi dan layanan semakin menarik dianggap sebagai langkah kunci dalam mengembangkan destinasi wisata suatu negara (Nguyen, 2021). Memperbaiki infrastruktur pariwisata untuk meningkatkan daya tarik destinasi merupakan faktor penting dalam menarik wisatawan. Menurut Thapa (2012), meskipun industri pariwisata jelas telah tumbuh, penting untuk mempertahankannya dengan strategi yang berkelanjutan untuk ekspansi lebih lanjut. Investasi dalam pembangunan infrastruktur, dengan penekanan pada infrastruktur pariwisata, dianggap sebagai salah satu faktor penting untuk membantu mencapai tujuan ini. Para sarjana dan pembuat kebijakan sepakat bahwa pembangunan infrastruktur memainkan peran kunci dalam mempertahankan kedatangan pengunjung dan pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan (Suleiman dan Masoud, 2014).

Literatur memberikan pandangan yang berbeda tentang jumlah dan jenis komponen yang mewakili infrastruktur pariwisata, yang dapat diklasifikasikan dalam berbagai cara. Pearce dan Wu (2015) membagi infrastruktur pariwisata menjadi dua jenis, yaitu hard dan soft, yang oleh Hope (2010) disebut sebagai “infrastruktur sosial dan ekonomi”. Menurut Enimola (2010), “subsektor infrastruktur sosial mencakup beberapa layanan sosial seperti penyediaan pendidikan, informasi, perencanaan kota dan desa, layanan kesehatan dan layanan kesejahteraan sosial lainnya di masyarakat”; sedangkan “sektor infrastruktur ekonomi mencakup sekelompok kegiatan ekonomi inti yang berhubungan dengan produksi energi dan listrik, jasa transportasi, air dan jasa komunikasi dan lain-lain” (Ayodele dan Falokun, 2003). Dari model Pearce dan Wu (2015), Bagheri dkk (2018) telah menunjukkan bahwa “untuk mensistematisasikan sektor pariwisata dalam infrastruktur lunak, sebuah penggabungan dari berbagai faktor dibentuk, termasuk keramahan, interpretasi, dan pertemuan orang-ke-orang yang dialami wisatawan”. Menurut Bagheri et al., 2018 juga telah menambahkan sumber daya manusia yang profesional ke dalam sub-set infrastruktur lunak, dengan menekankan faktor manusia sebagai elemen infrastruktur terpenting di negara berkembang”.

Mendekati komponen infrastruktur pariwisata, Raina (2005) membaginya menjadi empat kategori, yaitu: “1. Fisik; 2. Budaya; 3. Layanan; 4. Pemerintahan”. Quariti dan Jebrane (2020) mengindikasikan bahwa infrastruktur fisik meliputi “hotel, motel, restoran, transportasi, komunikasi, air, listrik”; infrastruktur budaya termasuk “budaya, warisan, pameran dan festival, seni dan musik lokal, pakaian dan tarian, bahasa dan makanan”; infrastruktur pelayanan meliputi “fasilitas perbankan, agen perjalanan, agen asuransi, pemandu wisata”; infrastruktur pemerintahan meliputi “mesin hukum dan ketertiban, bea cukai dan imigrasi”. Didalam TTCI, *Index Infrastructure* disusun oleh; *Air Transport Infrastructure, Ground and Port Infrastructure, Tourist Service Infrastructure* (WEF,2019)

- **2.4 Jumlah kunjungan wisatawan**

Definisi wisatawan mancanegara sesuai dengan rekomendasi *United Nation World Tourism Organization* (UNWTO) adalah setiap orang yang melakukan perjalanan ke suatu negara di luar negara tempat tinggalnya, kurang dari satu tahun, didorong oleh suatu tujuan utama (bisnis, berlibur, atau tujuan pribadi lainnya), selain untuk bekerja dengan penduduk negara yang dikunjungi. Definisi ini mencakup dua kategori tamu mancanegara:

1. Wisatawan (*tourist*)

Adalah setiap pengunjung seperti definisi di atas yang tinggal paling sedikit 24 jam, akan tetapi tidak lebih dari 12 (dua belas) bulan di tempat yang dikunjungi dengan maksud kunjungan antara lain:

- a. Personal: berlibur, rekreasi, mengunjungi teman atau keluarga, belajar atau pelatihan, kesehatan olah raga, keagamaan, belanja, transit, dan lain-lain.
- b. Bisnis dan profesional: menghadiri pertemuan, konferensi atau kongres, pameran dagang, konser, pertunjukan, dan lain-lain.

2. Pelancong (*Excursionist*)

adalah setiap pengunjung seperti definisi di atas yang tinggal kurang dari dua puluh empat jam di tempat yang dikunjungi (termasuk *cruise passenger* yaitu setiap pengunjung yang tiba di suatu negara dengan kapal atau kereta api, dimana mereka tidak menginap di akomodasi yang tersedia di negara tersebut).

Indikator pariwisata yang memiliki keunggulan kinerja pariwisata tercermin dari jumlah kunjungan wisatawannya.

Method

Teknik analisis yang dipergunakan dalam penelitian adalah single measurement partial least square, karena ditemukan kontruks/ laten variabel di penelitian hanya dibentuk oleh indikator tunggal yakni variabel perantara jumlah kunjungan wisatawan dan variabel dependen neraca transaksi berjalan. Penggunaan ukuran item tunggal dalam penelitian manajemen telah menjadi bahan perdebatan sengit dalam literatur baru-baru ini (Fuchs dan Diamantopoulos, 2009). Menguji hubungan antar kontruks/ laten variable dengan ukuran item tunggal sangat jarang dilakukan namun bisa dilakukan. Konstruksi yang dikonseptualisasikan sebagai variabel dependen dan independen, kebanyakan desain penelitian juga mengandung variabel kontrol dan/atau moderator, masing-masing biasanya diukur dengan skala multi-item (Krosnick, 1999).

$$Y1 = \beta_1 \text{ Air transport Infrastruktur} + \beta_2 \text{ Ground and port infrastructure} + \beta_3 \text{ Tourist Service infrastructure} + \zeta_1 \dots\dots\dots(3.1)$$

Result and Discussion

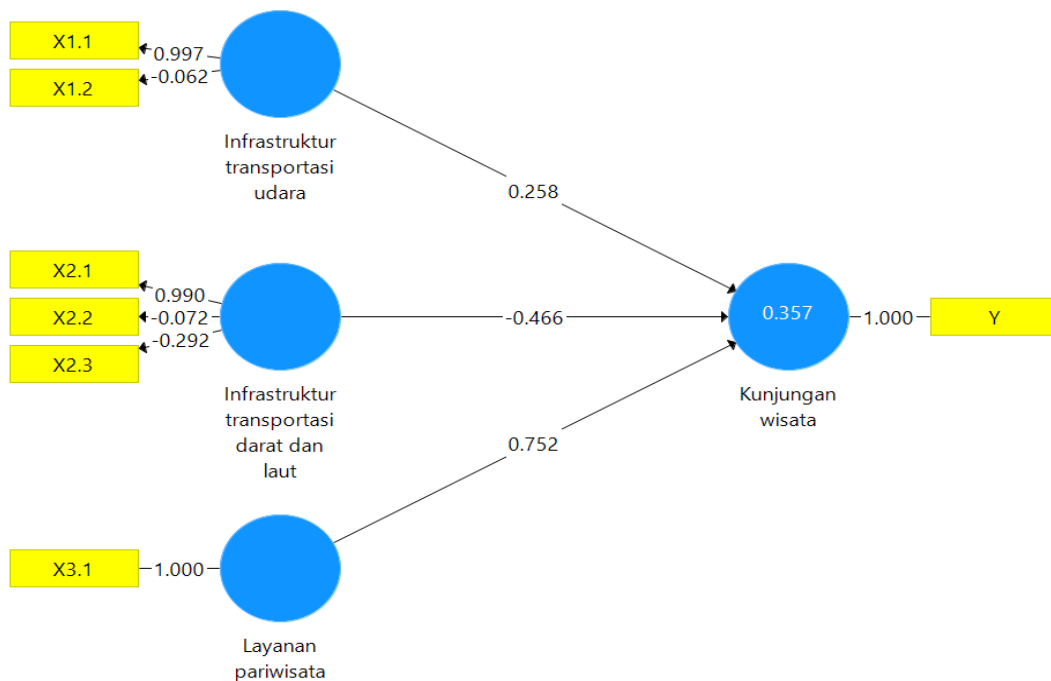
Model pengukuran yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan indikator reflektif. Kontruks infrastruktur udara, infrastruktur darat dan laut, dan infrastruktur layanan pariwisata diukur menggunakan indikator reflektif

4.1 Pengukuran outer model

Evaluasi *outer model* pada penelitian ini dibedakan atas evaluasi *outer model* untuk pengujian *first order construct* dan pengujian untuk *second order construct*.

1) Evaluasi *outer model* pada *first order construct*

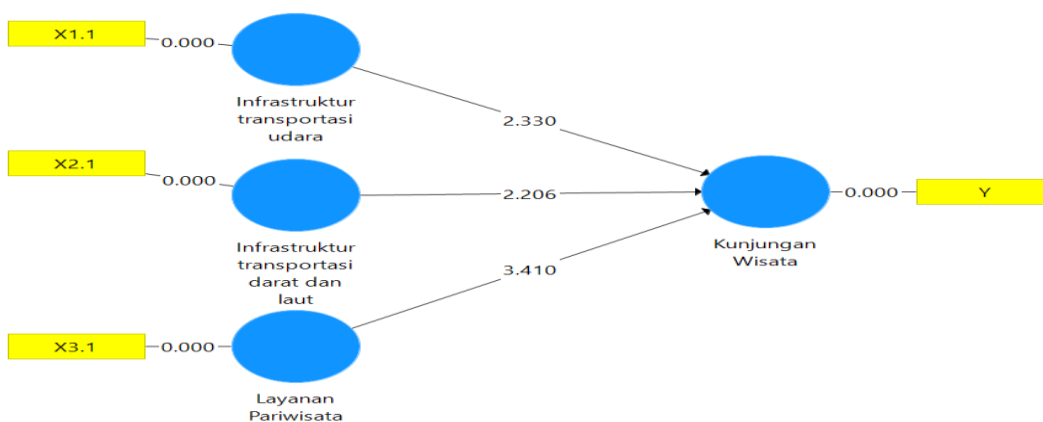
Evaluasi *outer model* untuk *first order construct* dilakukan melalui uji validitas konvergen dan Average Variance Extracted (AVE) dan kriteria Farnell larker. Indikator dinyatakan valid jika memiliki nilai loading faktor diatas 0,4 terhadap konstruk yang dituju. Indikator reflektif harus dieliminasi (dihilangkan) dari model pengukuran ketika nilai loading factor (λ) lebih kecil dari 0,4. Berikut adalah hasil nilai loading factor (λ) yang didapatkan.



Gambar 4.7
Diagram jalur disertai nilai loading factor

Dimana X1 = *Air transport Infrastruktur*; X11 = Jumlah Penerbangan Internasional; X12 = Kualitas Airport; X2 = lingkungan pendukung; X21 = Panjang Jalan Raya; X22 = Panjang Rel Kereta Api / MRT; X23 = Jumlah Pelabuhan Laut. ; X3 = *Tourist Service Infrastructure*; X31 = Jumlah Kamar Hotel; Y1 = Kunjungan Wisatawan.

Berdasarkan Gambar di atas, maka beberapa indikator harus dieliminasi dari model karena memiliki nilai *loading factor* di bawah 0,4. Sehingga dihasilkan diagram yang baru diatas. Berdasarkan tabel terlihat bahwa terdapat beberapa *outer loading* yang bernilai tidak valid. Indikator pada variable lingkungan bukan pendukung terdapat yang memiliki nilai *loading factor* kurang dari 0,4. Terdapat satu indikator yang tidak valid pada variabel infrastruktur udara yaitu: kualitas airport. Indikator yang tidak valid pada variabel infrastruktur transportasi darat dan laut adalah panjang rel kereta api dan jumlah pelabuhan internasional. Sedangkan variabel layanan pariwisata merupakan indikator berukuran tunggal.



Gambar 4.8
Diagram Jalur Setelah Eliminasi Indikator Disertai Nilai Loading Factor

Internal Consistency Reliability

Internal Consistency Reliability mengukur seberapa mampu dari indikator dapat mengukur konstruk latennya. (Memon dkk., 2017). Alat yang digunakan untuk menilai hal tersebut adalah composite reliability dan Cronbach's alpha. Nilai *composite reliability* 0,6 – 0,7 dianggap memiliki reliabilitas yang baik (Sarstedt dkk., 2017), dan nilai Cronbach's alpha yang diharapkan adalah di atas 0,7 (Ghozali dan Latan, 2015).

Dan berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa semua konstruk memiliki nilai nilai cronbach's Alpha > 0,6 dan bahkan semuanya > 0,7, maka dapat dikatakan bahwa semua konstruk tersebut telah reliable. Misalnya cronbach's Alpha dari variable latent X1 sebesar 1,000 > 0,7 maka X1 reliabel. Begitu pula dengan variabel latent lain X2 dan X3 dimana nilainya > 0,7 sehingga semuanya reliabel.

Analisis Unidimensionalitas Model.

Uji unidimensionalitas adalah untuk memastikan bahwa sudah tidak ada masalah dalam pengukuran. Uji undimensionalitas dilakukan dengan menggunakan indikator composite *reliability* dan *alfa cronbach*. Untuk kedua indikator ini *cut-value* adalah 0,7. Maka berdasarkan tabel diatas, semua konstruk telah memenuhi syarat unidimensionalitas sebab nilai composite reliability > 0,7. Misalnya Composite reliability dari variable latent X2 sebesar 1,000 > 0,7 maka X2 reliabel. Begitu pula dengan variabel lainnya dimana nilainya > 0,7 sehingga semuanya reliabel.

Tabel 4.2
Reliabilitas Konstruk dan Validitas Konstruk

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Infrastruktur transportasi darat dan laut	1,000	1,000	1,000	1,000
Infrastruktur transportasi udara	1,000	1,000	1,000	1,000
Kunjungan Wisata	1,000	1,000	1,000	1,000
Layanan Pariwisata	1,000	1,000	1,000	1,000

Validitas Konvergen

Validitas konvergen dapat ditentukan berdasarkan dari prinsip bahwa pengukur-pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi (Ghozali dan Latan, 2015). Validitas konvergen sebuah konstruk dengan indikator reflektif dievaluasi dengan *Average Variance Extracted (AVE)*. Nilai AVE seharusnya sama dengan 0,5 atau lebih. Nilai AVE 0,5 atau lebih berarti konstruk dapat menjelaskan 50% atau lebih varians itemnya (Wong K.K., 2013, Sarstedt dkk., 2017).

Dan berdasarkan nilai Average Variance Extracted (AVE) untuk mengetahui tercapainya syarat validitas konvergen, maka semua konstruk telah tercapai syarat validitas konvergen sebab nilai AVE semuanya > 0,50. Misalnya AVE dari variable latent Y sebesar 1,000 > 0,5 maka Y valid secara konvergen. Begitu pula dengan variabel lainnya dimana nilainya > 0,5 sehingga semuanya valid.

Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan bertujuan untuk menentukan apakah suatu indikator reflektif benar merupakan pengukur yang baik bagi konstruknya berdasarkan prinsip bahwa setiap indikator harus berkorelasi tinggi terhadap konstruknya saja. Pengukur-pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi tinggi (Ghozali dan Latan, 2015). Dalam aplikasi SmartPLS, uji validitas diskriminan menggunakan nilai cross loadings dan Fornell-Larcker Criterion, dan Heterotrait-Monotrait (HTMT) (Henseler dkk., 2015). Discriminant validity bertujuan untuk menguji sampai seberapa jauh konstruk laten benar benar berbeda dengan konstruk lainnya. Nilai discriminant validity yang tinggi memberikan indikasi bahwa suatu konstruk adalah unik dan mampu menjelaskan fenomena yang diukur.

Tabel 4.3
Cross Loading

c	Infrastruktur transportasi darat dan laut (X2)	Infrastruktur transportasi udara (X1)	Kunjungan Wisata (Y)	Layanan Pariwisata (X3)
X1.1	0,677	1,000	0,432	0,648
X2.1	1,000	0,677	0,324	0,849

X3.1	0,849	0,648	0,527	1,000
Y	0,324	0,432	1,000	0,527

Nilai cross loading masing-masing konstruk dievaluasi untuk memastikan bahwa korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada konstruk lainnya. Nilai cross loading yang diharapkan adalah lebih besar dari 0,7 (Ghozali dan Latan, 2015).

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa semua loading indicator terhadap konstruk > cross loadingnya. Misalnya pada konstruk X1, dimana nilai loading semua indikatornya lebih besar dari pada semua cross loadingnya ke konstruk lainnya. Indikator Y dimana nilai loadingnya adalah 1,000 lebih besar dari pada cross loadingnya ke konstruk lainnya, yaitu 0,432 ke X1, 0,324 ke X2 dan 0,527 ke X3. Begitu juga dengan semua indikator lainnya dimana nilai loading ke konstruknya > cross loading ke konstruk lainnya.

4.2 Pengujian inner model

Tabel 4.4
Pengujian Inner Model

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Infrastruktur transportasi darat dan laut -> Kunjungan Wisata	-0,567	-0,626	0,257	2,206	0,028
Infrastruktur transportasi udara -> Kunjungan Wisata	0,280	0,288	0,120	2,330	0,020
Layanan Pariwisata -> Kunjungan Wisata	0,827	0,874	0,242	3,410	0,001

Sumber: Hasil Regresi

1) Model Fit

Nilai VIF harus kurang dari 5, karena bila lebih dari 5 mengindikasikan adanya kolinearitas antar konstruk (Sarstedt dkk., 2017). Multikolinearitas atau adanya interkorelasi kuat antar variable bebas dalam tutorial PLS SEM ini ditunjukkan dalam nilai VIF Inner Model di bawah ini:

Tabel 4.5

Nilai VIF

	VIF
X1.1	1,000
X2.1	1,000
X3.1	1,000
Y	1,000

Berdasarkan nilai VIF dalam table diatas, tidak ada nilai VIF>5 maka tidak ada masalah multikolinearitas.

2) F square

Selain menilai apakah ada atau tidak hubungan yang signifikan antar variabel, seorang peneliti hendaknya juga menilai besarnya pengaruh antar variabel dengan Effect Size atau f-square (Wong, 2013). Nilai f square 0,02 sebagai kecil, 0,15 sebagai sedang, dan nilai 0,35 sebagai besar. Nilai kurang dari 0,02 bisa diabaikan atau dianggap tidak ada efek (Sarstedt dkk., 2017).

Tabel 4.6

F Square

Infrastruktur transportasi darat dan laut	Infrastruktur transportasi udara	Kunjungan Wisata	Layanan Pariwisata

Infrastruktur darat dan laut	transportasi	0,129
Infrastruktur udara	transportasi	0,065
Kunjungan Wisata		
Layanan Pariwisata		0,294

Maka berdasarkan tabel nilai F Square diatas, yang efek size besar dengan kriteria F Square > 0,35 adalah tidak ada. Dan yang efek sedang yaitu dengan F Square antara 0,15 sd 0,35 adalah pengaruh X3 terhadap Y. Pengaruh X1 terhadap Y, X2 terhadap Y termasuk kecil sebab nilai F Square berada dalam rentang 0,02 sd 0,15. Sedangkan pengaruh diabaikan tidak ada karena tidak ada yang mempunyai nilai f square < 0,02.

3) R square

Tabel 4.8

R Square

	R Square	R Square Adjusted
Kunjungan Wisata	0,373	0,351

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi diatas, dapat disimpulkan sebagai berikut Nilai R Square pengaruh secara bersama-sama atau simultan X1, X2, dan X3 Terhadap Y adalah sebesar 0,373. Maka, dapat dijelaskan bahwa semua konstruk exogen (X1, X2, dan X3) secara serentak mempengaruhi Y sebesar 0,373 atau 37,3%.

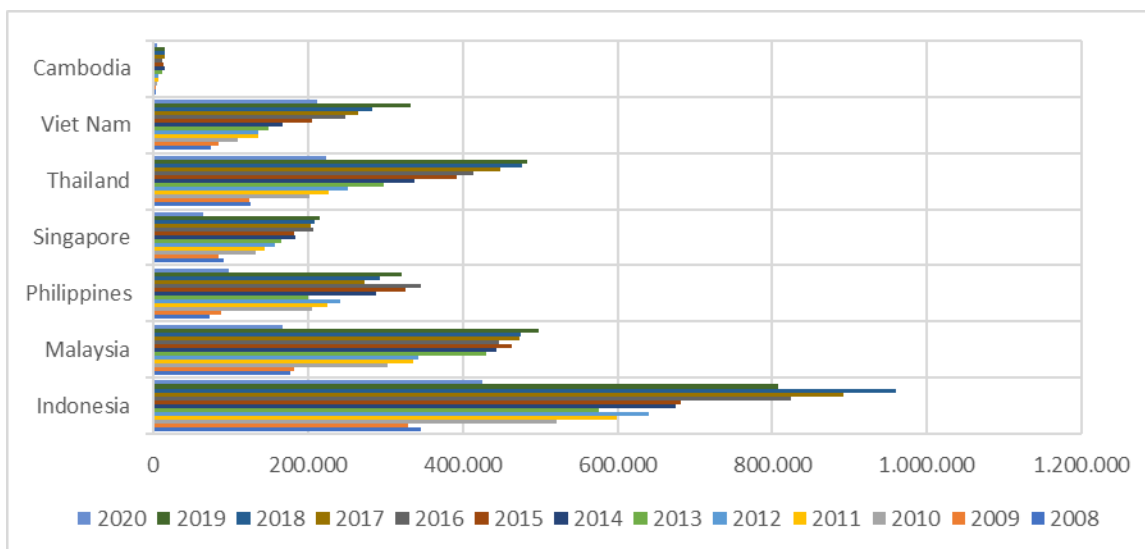
4) Pengujian Pengaruh langsung

a. Direct Effects atau Pengaruh Langsung Infrastruktur transportasi udara (X1) Terhadap Kunjungan wisata (Y)

Besarnya koefisien parameter untuk variabel infrastruktur transportasi udara terhadap Y sebesar 0,280 yang berarti terdapat pengaruh positif kunjungan wisatawan terhadap kunjungan wisatawan. Atau dapat diinterpretasikan bahwa semakin baik infrastruktur transportasi udara maka kunjungan wisatawan akan semakin meningkat. Peningkatan satu satuan infrastruktur transportasi udara akan meningkatkan kunjungan wisatawan sebesar 28%. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan bootstrap atau resampling, dimana hasil uji koefisien estimasi infrastruktur transportasi udara terhadap kunjungan wisatawan hasil bootstrap adalah sebesar 0,288 dengan nilai t hitung 2,330 dan standar deviasi 0,230. Maka nilai p value adalah $0,020 < 0,05$ sehingga terima H1 atau yang berarti pengaruh langsung transportasi udara terhadap kunjungan wisatawan bermakna atau signifikan secara statistik. Meningkatkan kuantitas penerbangan akan berpengaruh positif terhadap kunjungan wisatawan ke negara- negara ASEAN. Penerbangan yang selalu tersedia ke masing-masing tempat tujuan wisata di setiap negara- negara ASEAN akan memudahkan akses kunjungan wisatawan dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

Layanan transportasi udara adalah salah satu bentuk transportasi wisata yang paling dipilih oleh wisatawan, terutama digunakan untuk jarak jauh dan sangat jauh. Penyebab utama dipilihnya angkutan udara karena keunggulan performa penerbangan dibandingkan alat transportasi lainnya. Sebagian besar wisatawan memilih angkutan udara karena menawarkan beberapa keunggulan seperti kecepatan, kenyamanan, fleksibilitas, keamanan (masih tetap yang paling aman), Dinu (2018). Transportasi udara menjadi pemimpin dalam perjalanan lintas benua dan antarbenua dan menjadi pilihan penting untuk perjalanan jarak pendek di beberapa pasar regional.

Dalam deklarasi Bali Concord II, sektor angkutan udara merupakan salah satu dari 12 sektor di ASEAN untuk percepatan liberalisasi. Selanjutnya pada tahun 2015 diberlakukan ASEAN *Open Sky* 2015 secara penuh. *Open Sky* menjadi komponen penting dari keseluruhan integrasi ekonomi ASEAN, Dimana transportasi udara juga sangat penting untuk perdagangan, komunikasi bisnis. Selain perdagangan barang, perdagangan jasa di ASEAN juga akan terbantu dengan kebijakan *open sky* ini terutama dibidang pariwisata, yang merupakan potensi yang besar bagi negara-negara di ASEAN (Forsyth et.al, 2004).



Gambar 4.1
Jumlah Penerbangan Internasional

Sumber: World Bank 2022

Industri penerbangan negara-negara ASEAN merupakan industri yang sedang mengalami perkembangan. Setiap tahunnya jumlah penerbangan di tujuh negara ASEAN terus mengalami peningkatan, kecuali pada tahun 2020 karena pembatasan mobilitas penduduk dan barang akibat dampak Covid-19 jumlah penerbangan mengalami penurunan yang cukup signifikan. Kuantitas penerbangan yang banyak mengindikasikan akses ke suatu negara akan semakin terbuka sehingga memungkinkan wisatawan untuk berkunjung. Banyak manfaat bagi perkembangan pariwisata yang berasal dari liberalisasi sektor penerbangan, diantaranya harga yang kompetitif dan tawaran koneksi udara yang terus meningkat ke berbagai tempat di dunia. Industri penerbangan memberikan kontribusi yang cukup besar di perdagangan jasa penerbangan di Indonesia. Industri penerbangan di Indonesia sendiri, secara luas dianggap sebagai pasar penerbangan yang tengah tumbuh. Sebagai negara dengan geografi yang luas jumlah penerbangan Indonesia paling tinggi dibandingkan dengan negara lain di ASEAN.

Maskapai penerbangan dengan jumlah kursi terbanyak di ASEAN adalah Lion Air. Lion Air memiliki sekitar 3,16 juta kursi pada September 2024, (OAG, 2024). Sementara AirAsia, maskapai penerbangan yang secara konsisten dikenal murah paling murah dan terdepan adalah berada di posisi kedua dengan 2,5 juta kursi. AirAsia yang berbasis di Kuala Lumpur memenangkan berbagai penghargaan sebagai penerbangan berbiaya rendah selama bertahun-tahun. Vietnam Airlines berada di peringkat ketiga dengan 1,9 juta kursi pada September 2024. Beberapa penerbangan dengan peringkat 10 teratas diantaranya; Singapore Airlines, Philippines Airlines dan Scoot Airlines yang bermarkas di Singapura. Dengan jumlah kuantitas penerbangan yang banyak akan berpengaruh signifikan kepada jumlah wisatawan yang berkunjung ke negara-negara tersebut.

b. Direct Effects atau Pengaruh Langsung Infrastruktur transportasi darat dan laut (X2) Terhadap Kunjungan wisata (Y)

Besarnya koefisien parameter untuk variabel infrastruktur transportasi darat terhadap kunjungan wisatawan sebesar -0,567 yang berarti terdapat pengaruh negatif infrastruktur transportasi darat terhadap kunjungan wisatawan. Atau dapat diinterpretasikan bahwa infrastruktur transportasi darat dalam belum mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke negara-negara ASEAN. Peningkatan satu satuan infrastruktur transportasi darat akan meningkatkan Y sebesar 56,7%. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan bootstrap atau resampling, dimana nilai uji koefisien estimasi X1 terhadap Y hasil bootstrap adalah sebesar -0,626 dengan nilai t hitung 2,206 dan standar deviasi 0,257. Maka nilai p value adalah $0,028 < 0,05$ sehingga terima H1 atau yang berarti pengaruh langsung X1 terhadap Y bermakna atau signifikan secara statistik.

Pembangunan jalan meskipun bertujuan untuk meningkatkan aksesibilitas, terkadang dapat berdampak negative bahkan menghambat pariwisata di negara- negara ASEAN. Hal ini dapat disebabkan oleh pembangunan infrastruktur dan jalan yang biasanya mengorbankan lingkungan sekitar, dan menyebabkan lingkungan alam menjadi tidak alami sehingga daya tarik wisata pada lingkungan alam tersebut menjadi rusak/hilang sebagai akibat dalam proses pembangunan infrastruktur. Pembangunan jalan di daerah-daerah yang memiliki ekosistem positif dapat merusak habitat, deforestasi. Banyak studi yang mencontohkan bahwa meskipun ada keuntungan ekonomi dari aksesibilitas dari pembangunan infrastruktur jalan, ada kelemahan seperti peningkatan polusi udara dan kerusakan lingkungan. Pengalaman wisatawan menjadi terganggu dalam menikmati wisata alam yang kehilangan keindahannya akibat flora dan fauna yang terganggu, hal ini bisa mengurangi daya tarik destinasi tersebut. Rencana pembangunan jalan besar di Palawan Filipina memicu kekhawatiran soal kerusakan lingkungan, diaman hal ini bisa menurunkan preferensi wisatawan yang peduli terhadap lingkungan dan alam. Proyek jalan yang buruk dan tidak direncanakan dengan baik dapat merusak daya tarik pariwisata.

Pada umumnya daya tarik wisata alam, budaya, atau wisata religi, memiliki akses sulit dan berlokasi di area terpencil dan lokasinya sulit diakses dengan kendaraan akibat tidak tersedianya jalan yang memadai. Obyek wisata seperti ini (Pulau Gili di Lombok, Nusa Lembongan di Bali) memiliki tantangan tersendiri dan menjadi spot favorit untuk dikunjungi walau belum memiliki akses jalan yang memadai. Artinya disediakan infrastruktur transportasi darat berupa jalan raya untuk mencapai obyek seperti ini malah akan semakin mengurangi daya tarik wisatanya, akibat kehilangan keasriannya. Dibangunnya jalan baru di obyek seperti ini malah akan mengurangi jumlah kunjungan wisatawan. Infrastruktur yang semakin semakin berkembang dan semakin banyak akan menyebabkan kepadatan pada suatu wilayah dan menjadi penyebab berkurangnya kawasan hijau dan rindang pada suatu daerah, Blazeska et. al.

Pengaruh negatif ini bisa juga disebabkan oleh peningkatan ruas jalan yang terjadi di negara - negara ASEAN bukan diperuntukkan untuk menghubungkan ke destinasi destinasi wisata, melainkan untuk kepentingan sektor lain seperti industri maupun pertanian. Pembangunan jalan Asian Highway di Thailand menunjukkan hambatan operasional, manajemen infrastruktur dan menyebabkan kendala konektivitas ke destinasi wisata dan menghalangi pengembangan wisatawan. Jalan yang memadai dan panjang saja tidak cukup, perlu diperhatikan pula kualitas, desain, aksesibilitas ke Destinasi wisata, keselamatan dan dampak lingkungan serta integrasi dengan transportasi publik dan fasilitas pendukung lainnya. Pembangunan Akses jalan menuju obyek wisata Panta Toronipa di Sulawesi Tenggara Indonesia yang menelan biaya besar namun cepat rusak menunjukkan kualitas konstruksi yang buruk. Infrastruktur yang buruk dan rusak ini justru menurunkan pengalaman dan kepuasan wisatawan yang berkunjung. Negara-negara ASEAN penting untuk memperhatikan investasi peningkatan dan penambahan infrastruktur jalan dengan melihat arus wisatawan, lokasi destinasi wisata, musim , aspek lingkungan dan keselamatan sehingga menambah kepuasan wisatawan dan tidak terjadi konflik dengan masyarakat setempat. Konflik pembangunan jalan di kawasan wisata Labuan Bajo, Indonesia sempat menuai hambatan dan konflik terkait isu penyelamatan hutan dan perambahan hutan liar, hal ini menciptakan ketidakpastian bagi industri pariwisata lokal.

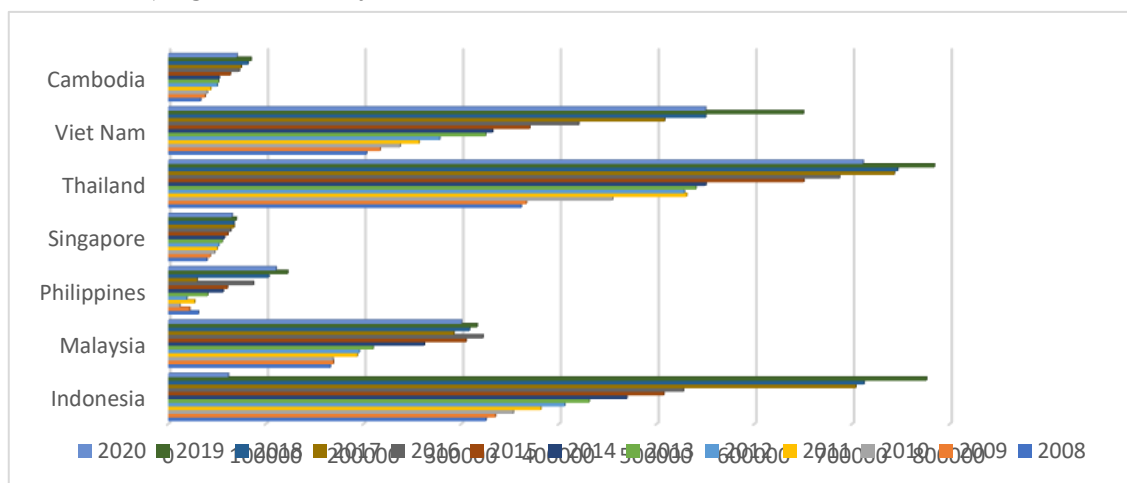
c. Direct Effects atau Pengaruh infrastruktur Layanan pariwisata (X3) Terhadap Kunjungan wisata (Y)

Besarnya koefisien parameter untuk variabel infrastruktur layanan pariwisata terhadap kunjungan wisatawan sebesar 0,827 yang berarti terdapat pengaruh positif infrastruktur layanan pariwisata dalam penelitian ini semakin banyak jumlah kamar akan berdampak terhadap kunjungan wisatawan semakin meningkat pula yang melakukan kunjungan ke negara-negara ASEAN. Peningkatan satu satuan infrastruktur layanan pariwisata akan meningkatkan kunjungan wisatawan sebesar 82,7%. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan bootstrap atau resampling, dimana hasil uji koefisien estimasi infrastruktur layanan pariwisata terhadap kunjungan wisatawan hasil bootstrap adalah sebesar 0,874 dengan nilai t hitung 3,410 dan standar deviasi 0,242. Maka nilai p value adalah $0,001 < 0,05$ sehingga terima H_1 atau yang berarti pengaruh langsung infrastruktur layanan pariwisata terhadap Y bermakna atau signifikan secara statistik.

Temuan penelitian ini mendukung dan membuktikan berbagai penelitian studi empiris terbaru yang menggunakan Proxy jumlah kamar hotel sebagai indikator infrastruktur layanan pariwisata. Hal ini juga dianggap sebagai komponen penting dalam pariwisata rantai pasokan

(Ghaderi et al. 2018) dan banyak penelitian telah menggunakan ruangan sebagai proxy untuk infrastruktur pariwisata (Khadaroo dan Seetanah, 2009). Sebagai komponen pariwisata daerah, infrastruktur pariwisata sangat penting untuk pertumbuhan pariwisata jangka panjang dan kemajuan tujuan wisata secara umum dengan menyediakan layanan yang dibutuhkan wisatawan. Industri perhotelan menarik wisatawan untuk berkunjung dan mengembangkan industri pariwisata. Industri perhotelan dan restoran dianggap sebagai komponen utama dan penting dari infrastruktur wisata (Nguyen, 2021 Dalam jangka panjang, investasi komponen infrastruktur pariwisata berdampak positif dan kuat dalam menarik kunjungan wisatawan mancanegara, (Jovanovic and ILIC, 2016).

Industri perhotelan menyediakan akomodasi kamar dan makanan bagi wisatawan. Kemudahan dalam mengakses kamar untuk menginap menjadi pertimbangan utama wisatawan untuk berkunjung ke suatu wilayah.



Gambar 4.2
Jumlah Kamar Hotel (Unit)

Sumber: UNWTO, 2020

Negara- negara Asean yang memiliki pariwisata maju, mengalami investasi yang signifikan di bidang perhotelan. Beberapa investasi asing brand hotel internasional mulai masuk ke negara -negara ASEAN: Marriot, Four Season, St. Regis dan Conrad. Investasi akomodasi penyediaan kamar hotel tidak hanya dilakukan jaringan hotel asing akan tetapi oleh investasi swasta domestik baik yang berskala besar maupun kecil, maupun pemerintah.

Gambar 4.2 di Tahun 2019 menunjukkan jumlah kamar hotel di Thailand lebih banyak yaitu sebanyak 702.210 kamar, sedangkan di Indonesia pada tahun yang sama memiliki jumlah kamar sebanyak 564.010 kamar. Jumlah kamar Thailand yang besar akan mampu mengakomodasi kedatangan wisatawan di masa *high season* sehingga harga kamar hotel di Thailand akan tetap stabil. Harga kamar yang melonjak mahal akan mengurungkan niat wisatawan untuk berkunjung. Ketersediaan kamar yang cukup untuk mengakomodir kedatangan wisatawan terutamanya di masa *high season* akan menjaga harga kamar tetap stabil dan memberikan pengalaman lebih baik ke wisatawan yang berkunjung.

KESIMPULAN

Infrastruktur transportasi udara berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan wisatawan. Pemerintah perlu mempertimbangkan untuk meningkatkan jumlah penerbangan internasional, meningkatkan keterbukaan akses dan kerjasama penerbangan dengan pihak asing dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Penerbangan yang selalu tersedia ke masing-masing tempat tujuan akan memudahkan akses kunjungan wisatawan dan tidak mengurungkan niat wisatawan asing untuk berkunjung. Infrastruktur Jalan raya berpengaruh negatif terhadap jumlah kunjungan wisatawan. Pembangunan infrastruktur jalan raya hendaknya mempertimbangkan lokasi agar tidak malah mengganggu dan merusak kelestarian obyek wisata terpencil yang sudah banyak dikunjungi wisatawan dan maupun yang memiliki potensi pariwisata. Akses Pembangunan jalan darat dibangun hendaknya bukan hanya untuk kepentingan sektor perdagangan, industri dan pertanian tetapi juga memperhatikan kepentingan aspek wisata dan

menghindari benturan dengan masyarakat untuk memberikan kepastian perkembangan pariwisata. Infrastruktur layanan pariwisata berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan wisatawan. Pentingnya ketersediaan jumlah kamar secara berkelanjutan untuk mengakomodir tempat menginap bagi wisatawan yang berkunjung ke negara-negara ASEAN. Memproyeksikan kebutuhan kamar wisatawan setiap tahunnya sehingga ketersediaan kamar akan mampu menjaga stabilitas harga dan mengakomodir kebutuhan wisatawan yang berkunjung ke negara-negara ASEAN, terutamanya di masa- masa *peak season*.

REFERENCES

- Ariyanto. (2005). *Ekonomi Pariwisata*. Jakarta: Rineka Cipta
- Ayodele, A'Sesan, and Gabriel O. Falokun. 2003. *The Nigerian Economy: Structure and Pattern of Development*. Palmgrove Lagos: Printotegue.
- Bappenas. (2019). *Laporan Perkembangan Ekonomi Indonesia dan Dunia TW_ II_2019*. Jakarta: Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/ Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (BAPPENAS)
- Bagheri, Moslem, Shojaei Payam, and Maryam Tayebi Khorami. 2018. A comparative survey of the condition of tourism infrastructure in Iranian provinces using VIKOR and TOPSIS. *Decision Science Letters* 7: 87-102
- Durydiwka, Małgorzata. (2013). Tourist function in rural areas of Poland. Spacial diversity and changing trends. *Miscellanea Geographica - Regional Studies on Development*. 17. 10.2478/v10288-012-0041-2.
- Enimola, Sam S. 2010. Infrastructure and economic growth: The Nigeria experience. 1980-2006. *Journal of Infrastructure Development* 2: 121-33
- Gabriel Brida Juan & Wiston Adrian Risso. 2010. Tourism as a determinant of long- run economic growth. *Journal Of Pol- icy Research in Tourism, Leisure and Events*. 2:1, 14-28.
- Hope, Kempe. (2010). Infrastructure Constraints and Development in Kenya An Analytical Review. *Journal of Infrastructure Development*. 2. 91-104. 10.1177/097493061100200201.
- Jovanovic Sonja, ILIC Ivana (2016). Ifrastructure As Important Determinant Of Tourism Developmnt In The Countries Of Southeast Europe. *Jurnal Ecoforum*, Volume 5, Issue 1 (8)
- Kuncoro, Mudrajat, 2014, *Otonomi Daerah Menuju Era Baru Pembangunan Daerah*, Erlangga, Yogyakarta
- Nguyen Hai, Quang, Impact of Investment in Tourism Infrastructure Development on Attracting International Visitors to Vietnam: A Nonlinear Panel ARDL Approach. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3891256> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3891256>
- Oka A. Yoeti, 2008, *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*, PT Pradnya Paramita, Jakarta.
- Pearce, P.L., & Wu, M. (2015). Soft infrastructure at tourism sites: identifying key issues for Asian tourism from case studies. *Tourism Recreation Research*, 40, 120 - 132.
- Porter, Michael E. (1995). *Competitive Advantage*. Ne Yprk: The free Press Edisi terjemahan, 2008; Kharisma Publishing Group.
- Quariti, Q.Z. & Jebrane, E.M. (2020). The Impact of Transport Infrastructure on Tourism Destination Attractiveness: A Case Study of Marrakesh City, Morocco. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 9 (2), 1-18.
- Raina, Abhinav kamal. 2005. *Ecology, Wildlife and Tourism Development: Principes, Practices and Strategies*. Delhi: Sarup & Sons. [Google Scholar]
- Seetanah, B. dkk. 2011. Does Infrastructure Matter In Tourism Development. *University Of Mauritius Research Journal*. Volume 17. 07 January 2011. 89- 108
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung