



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 6730-6738

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Perjalanan Wisatawan Nusantara terhadap PDB Sektor Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum di Indonesia Tahun 2015-2025

Arin Acha Uliarta Sinurat, Dian Icha Uliarta Sinurat, Gina Virginatha, Winny Agustin Sembiring, Sinta Marito Haloho

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Medan, Indonesia
arinachasinurat@gmail.com, dianichasinurat1314@gmail.com, ginavirginatha24@gmail.com,
winnybrsembiring@gmail.com, sintamaritohaloho521@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh jumlah wisatawan mancanegara dan perjalanan wisatawan nusantara terhadap Produk Domestik Bruto sektor penyediaan akomodasi dan makan minum di Indonesia tahun 2015-2025. Sektor ini penting dalam pengantar bisnis karena memperlihatkan hubungan antara mobilitas wisatawan, permintaan jasa, pendapatan usaha, dan pertumbuhan ekonomi. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan data sekunder berbentuk time series yang bersumber dari Badan Pusat Statistik dan publikasi pendukung pariwisata. Variabel independen terdiri atas kunjungan wisatawan mancanegara dan perjalanan wisatawan nusantara, sedangkan variabel dependen adalah PDB sektor penyediaan akomodasi dan makan minum. Analisis dilakukan melalui penyusunan data, tabel, grafik, perbandingan tren, serta interpretasi hubungan antarvariabel sebelum pandemi, saat pandemi, dan masa pemulihan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan mancanegara meningkat pada 2015-2019, turun tajam pada 2020-2021 akibat pembatasan perjalanan internasional, kemudian pulih bertahap hingga 2025. Perjalanan wisatawan nusantara juga mengalami tekanan pada 2020, tetapi menunjukkan pemulihan lebih cepat dan menjadi penopang utama permintaan domestik. PDB sektor penyediaan akomodasi dan makan minum menurun pada 2020, lalu meningkat kembali seiring pulihnya mobilitas wisata dan konsumsi masyarakat. Temuan ini menunjukkan bahwa wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara berperan penting dalam mendorong kinerja sektor akomodasi dan makan minum, meskipun pengaruhnya juga dipengaruhi daya beli, inflasi, kebijakan mobilitas, kualitas layanan, pemasaran digital, dan kondisi ekonomi global. Oleh karena itu, penguatan pasar domestik, promosi internasional, inovasi layanan, dan peningkatan kualitas bisnis pariwisata diperlukan agar sektor ini tumbuh berkelanjutan. Strategi tersebut juga dapat memperluas kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan pelaku UMKM, memperkuat rantai pasok, dan memperbesar kontribusi pariwisata terhadap ekonomi nasional secara inklusif.

Kata Kunci: Wisatawan Mancanegara, Wisatawan Nusantara, Akomodasi dan Makan Minum, Bisnis Pariwisata, PDB.

1. Latar Belakang

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor penting dalam kegiatan bisnis dan perekonomian Indonesia karena mampu mendorong berbagai aktivitas usaha, terutama pada bidang akomodasi dan makan minum. Perkembangan pariwisata tidak hanya berkaitan dengan jumlah wisatawan yang datang, tetapi juga berkaitan dengan meningkatnya kebutuhan terhadap hotel, penginapan, restoran, rumah makan, kafe, transportasi, serta berbagai layanan pendukung lainnya. Dalam konteks pengantar bisnis, sektor ini menunjukkan bagaimana aktivitas konsumsi wisatawan dapat menciptakan peluang usaha, meningkatkan pendapatan pelaku bisnis, serta memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional [1], [2].

Indonesia memiliki potensi pariwisata yang besar karena didukung oleh kekayaan alam, budaya, kuliner, dan keberagaman destinasi wisata di berbagai daerah. Potensi tersebut menjadikan pariwisata sebagai salah satu sektor yang mampu menarik wisatawan mancanegara maupun mendorong perjalanan wisatawan nusantara. Kunjungan wisatawan mancanegara memberikan dampak terhadap penerimaan devisa dan peningkatan permintaan terhadap layanan pariwisata, sedangkan perjalanan wisatawan nusantara berperan penting dalam menggerakkan ekonomi domestik, terutama pada daerah tujuan wisata [3], [4].

Sektor penyediaan akomodasi dan makan minum merupakan bagian dari lapangan usaha yang sangat dipengaruhi oleh aktivitas pariwisata. Ketika jumlah wisatawan meningkat, kebutuhan terhadap tempat menginap dan layanan makanan juga ikut meningkat. Hal ini dapat mendorong pendapatan usaha hotel, restoran, katering, dan berbagai unit usaha makanan minuman lainnya. Sebaliknya, ketika aktivitas pariwisata menurun, sektor ini menjadi salah satu sektor yang paling cepat merasakan dampaknya [5].

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia meningkat sebelum pandemi, namun menurun drastis pada tahun 2020 dan 2021. Pada saat yang sama, perjalanan wisatawan nusantara juga mengalami perubahan karena adanya pembatasan perjalanan dan perubahan pola konsumsi masyarakat. Setelah pandemi mulai terkendali, perjalanan wisatawan nusantara menunjukkan pemulihan yang lebih cepat dibandingkan wisatawan mancanegara. Fenomena ini menarik untuk dikaji karena sektor akomodasi dan makan minum tetap mengalami pemulihan seiring meningkatnya kembali aktivitas wisata, terutama dari wisatawan domestik [1], [6].

Dalam dunia bisnis, perubahan jumlah wisatawan memengaruhi permintaan pasar terhadap produk dan jasa. Pelaku usaha di sektor akomodasi dan makan minum sangat bergantung pada mobilitas masyarakat, tingkat kunjungan wisata, daya beli wisatawan, kualitas layanan, dan strategi pemasaran. Semakin tinggi jumlah wisatawan, semakin besar peluang peningkatan permintaan terhadap layanan penginapan dan makanan. Namun, hubungan tersebut juga dipengaruhi oleh faktor lain seperti inflasi, kebijakan pemerintah, kondisi ekonomi, dan transformasi digital dalam industri jasa [7], [8].

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kunjungan wisatawan mancanegara dan perjalanan wisatawan nusantara terhadap kinerja sektor penyediaan akomodasi dan makan minum di Indonesia tahun 2015-2025. Periode tersebut penting karena mencakup kondisi sebelum pandemi, masa krisis pandemi, dan periode pemulihan. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan memberikan gambaran mengenai hubungan antara aktivitas pariwisata dan kinerja sektor bisnis jasa di Indonesia.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian mengolah data berbentuk angka yang berkaitan dengan kunjungan wisatawan mancanegara, perjalanan wisatawan nusantara, dan Produk Domestik Bruto sektor penyediaan akomodasi dan makan minum. Metode deskriptif digunakan untuk menjelaskan perkembangan masing-masing variabel selama periode penelitian serta melihat hubungan antarvariabel berdasarkan data yang telah dikumpulkan [13].

Data penelitian merupakan data sekunder berbentuk time series dengan periode 2015-2025. Data diperoleh dari publikasi Badan Pusat Statistik, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, serta sumber pendukung yang relevan dengan pariwisata dan bisnis jasa. Variabel independen pertama adalah kunjungan wisatawan mancanegara, yaitu jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Indonesia setiap tahun. Variabel independen kedua adalah perjalanan wisatawan nusantara, yaitu jumlah perjalanan wisata yang dilakukan penduduk Indonesia di dalam wilayah Indonesia. Variabel dependen adalah kinerja sektor penyediaan akomodasi dan makan minum yang diukur menggunakan PDB sektor tersebut.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi terhadap laporan statistik dan publikasi resmi. Data yang diperoleh disusun dalam bentuk tabel, grafik, dan interpretasi tren. Model analisis yang digunakan bersifat deskriptif kuantitatif dengan menekankan perbandingan pola data sebelum pandemi, saat pandemi, dan masa pemulihan. Persamaan hubungan konseptual dalam penelitian ini dapat dituliskan sebagai $Y = f(X_1, X_2)$, dengan Y sebagai PDB sektor penyediaan akomodasi dan makan minum, X_1 sebagai kunjungan wisatawan mancanegara, dan X_2 sebagai perjalanan wisatawan nusantara.

Tabel 1. Variabel Penelitian

Variabel	Simbol	Definisi operasional	Satuan
Kunjungan wisatawan mancanegara	X_1	Jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Indonesia dalam satu tahun	Jiwa
Perjalanan wisatawan nusantara	X_2	Jumlah perjalanan wisata domestik yang dilakukan penduduk Indonesia	Perjalanan
PDB sektor akomodasi dan makan minum	Y	Nilai tambah bruto sektor penyediaan akomodasi dan makan minum	Miliar rupiah
Periode pengamatan	t	Rentang data tahunan yang dianalisis dalam penelitian	2015-2025

3. Hasil dan Diskusi

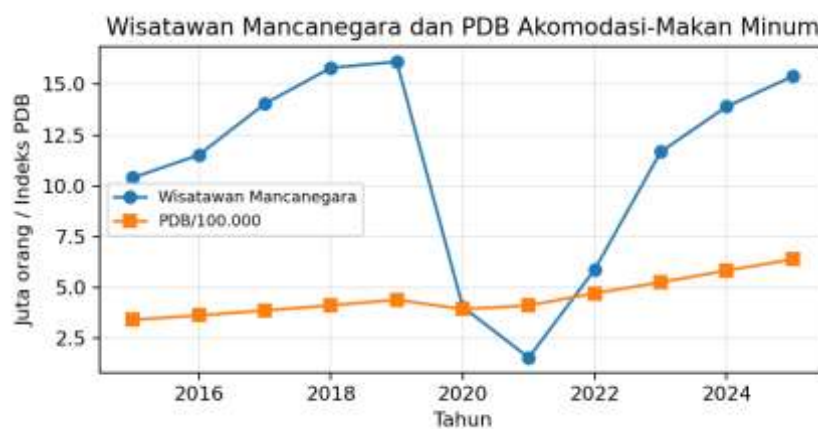
Penelitian ini menggunakan data time series periode 2015-2025 yang meliputi kunjungan wisatawan mancanegara, perjalanan wisatawan nusantara, dan Produk Domestik Bruto sektor penyediaan akomodasi dan makan minum di Indonesia. Data disusun untuk melihat perubahan aktivitas pariwisata dan kaitannya dengan kinerja sektor bisnis jasa. Secara umum, seluruh variabel menunjukkan dinamika yang kuat, terutama pada tahun 2020-2021 ketika pandemi COVID-19 menekan mobilitas masyarakat dan perjalanan internasional.

3.1. Perkembangan Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan PDB Sektor Akomodasi-Makan Minum

Tabel 2. Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan PDB Sektor Akomodasi-Makan Minum Tahun 2015-2025

Tahun	Wisatawan Mancanegara	PDB (Miliar Rp)
2015	10.406.291	341.555,80
2016	11.519.275	363.055,50
2017	14.039.799	387.013,10
2018	15.806.191	412.709,70
2019	16.106.954	440.207,70
2020	4.052.923	394.055,00
2021	1.557.530	412.233,80
2022	5.889.031	471.938,70
2023	11.677.825	526.249,90
2024	13.902.420	583.897,80
2025	15.386.646	639.044,30

Gambar 1. Pengaruh Jumlah Wisatawan Mancanegara terhadap PDB Sektor Akomodasi dan Makan Minum di Indonesia Tahun 2015-2025



Berdasarkan Tabel 2 dan Gambar 1, kunjungan wisatawan mancanegara mengalami peningkatan pada periode 2015-2019. Jumlah kunjungan naik dari 10,41 juta orang pada 2015 menjadi 16,11 juta orang pada 2019. Peningkatan tersebut sejalan dengan kenaikan PDB sektor penyediaan akomodasi dan makan minum dari Rp341.555,80 miliar menjadi Rp440.207,70 miliar. Kondisi ini menunjukkan bahwa peningkatan mobilitas wisatawan internasional mampu mendorong permintaan terhadap hotel, restoran, jasa makanan, dan layanan pendukung perjalanan.

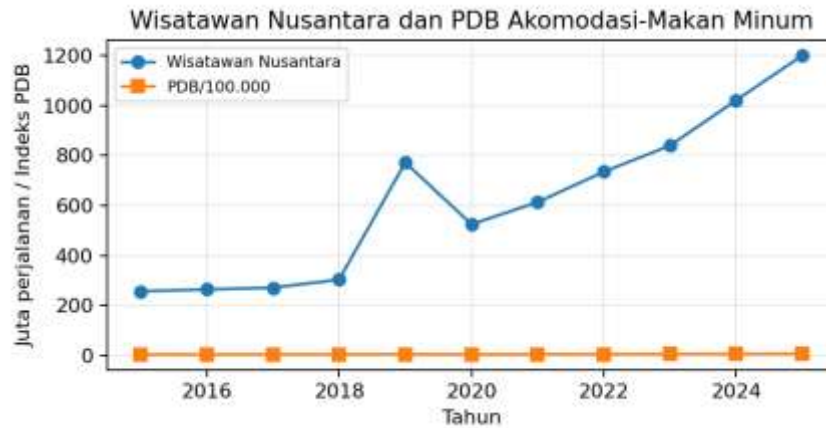
Pada tahun 2020 dan 2021, jumlah wisatawan mancanegara turun tajam akibat pandemi COVID-19 dan pembatasan perjalanan internasional. Penurunan tersebut menunjukkan kerentanan sektor pariwisata terhadap krisis global. Meskipun demikian, PDB sektor akomodasi dan makan minum mulai kembali meningkat setelah 2021, terutama karena adanya pemulihan mobilitas domestik dan penyesuaian strategi usaha. Pada 2025, kunjungan wisatawan mancanegara diperkirakan kembali mendekati kondisi sebelum pandemi, sedangkan PDB sektor ini meningkat menjadi Rp639.044,30 miliar.

3.2. Perkembangan Perjalanan Wisatawan Nusantara dan PDB Sektor Akomodasi-Makan Minum

Tabel 3. Perjalanan Wisatawan Nusantara dan PDB Sektor Akomodasi-Makan Minum Tahun 2015-2025

Tahun	Wisatawan Nusantara	PDB (Miliar Rp)
2015	256.419.006	341.555,80
2016	264.337.518	363.055,50
2017	270.822.003	387.013,10
2018	303.403.888	412.709,70
2019	772.158.733	440.207,70
2020	524.571.392	394.055,00
2021	613.299.459	412.233,80
2022	734.864.693	471.938,70
2023	839.667.538	526.249,90
2024	1.021.084.031	583.897,80
2025	1.200.332.559	639.044,30

Gambar 2. Pengaruh Jumlah Wisatawan Nusantara terhadap PDB Sektor Akomodasi dan Makan Minum di Indonesia Tahun 2015-2025

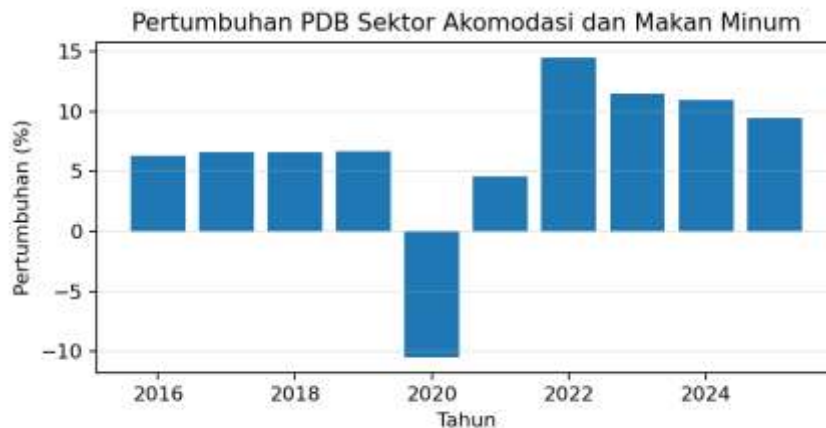


Berdasarkan Tabel 3 dan Gambar 2, perjalanan wisatawan nusantara menunjukkan peningkatan yang sangat kuat selama periode penelitian. Jumlah perjalanan wisatawan nusantara meningkat dari 256,42 juta perjalanan pada 2015 menjadi 1.200,33 juta perjalanan pada 2025. Peningkatan tersebut menunjukkan besarnya kekuatan pasar domestik dalam mendukung kegiatan bisnis pariwisata. Wisatawan nusantara menggunakan berbagai layanan seperti transportasi, penginapan, restoran, pusat oleh-oleh, dan jasa rekreasi sehingga memberikan dampak langsung terhadap sektor akomodasi dan makan minum.

Walaupun perjalanan wisatawan nusantara sempat mengalami penurunan pada 2020 akibat pembatasan mobilitas, pemulihannya relatif lebih cepat dibandingkan wisatawan mancanegara. Setelah 2021, perjalanan wisatawan nusantara terus meningkat dan menjadi pendorong utama pemulihan usaha hotel, restoran, rumah makan, serta UMKM kuliner di daerah tujuan wisata. Hal ini menunjukkan bahwa pasar domestik dapat menjadi penopang penting ketika pasar internasional mengalami gangguan.

3.3. Analisis Pertumbuhan PDB Sektor Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum

Gambar 3. Pertumbuhan PDB Sektor Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum Tahun 2016-2025



Pertumbuhan PDB sektor penyediaan akomodasi dan makan minum memperlihatkan pola yang sangat dipengaruhi oleh perubahan mobilitas masyarakat. Pada periode 2016-2019, pertumbuhan cenderung positif karena aktivitas pariwisata mengalami perluasan. Tahun 2020 menjadi titik tekanan terbesar karena PDB sektor ini turun dari Rp440.207,70 miliar menjadi Rp394.055,00 miliar. Penurunan tersebut menggambarkan berkurangnya permintaan terhadap kamar hotel, restoran, layanan makanan, dan aktivitas pendukung pariwisata.

Pada periode 2021-2025, PDB sektor ini kembali meningkat. Peningkatan tersebut terjadi karena pembukaan kembali destinasi wisata, pelonggaran mobilitas, meningkatnya perjalanan domestik, dan penyesuaian strategi usaha melalui pemasaran digital. Dalam perspektif bisnis, pemulihan sektor ini menunjukkan pentingnya kemampuan adaptasi pelaku usaha terhadap perubahan lingkungan pasar. Usaha yang mampu memanfaatkan layanan daring, promosi digital, pemesanan online, dan inovasi produk memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang [7], [9].

3.4. Analisis Pengaruh Kunjungan Wisatawan Mancanegara

Kunjungan wisatawan mancanegara memiliki hubungan erat dengan kinerja sektor penyediaan akomodasi dan makan minum. Wisatawan yang datang ke Indonesia membutuhkan tempat menginap, makanan, minuman, transportasi lokal, jasa wisata, dan berbagai produk pendukung. Setiap peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara dapat menciptakan tambahan permintaan yang menggerakkan pendapatan usaha hotel, restoran, kafe, dan jasa pariwisata.

Dari sisi pengantar bisnis, wisatawan mancanegara dapat dilihat sebagai konsumen eksternal yang membawa permintaan baru ke pasar domestik. Pengeluaran mereka tidak hanya berdampak pada perusahaan besar seperti hotel berbintang, tetapi juga pada pelaku usaha kecil seperti rumah makan, toko oleh-oleh, usaha transportasi, dan penyedia jasa lokal. Namun, pasar wisatawan mancanegara juga memiliki risiko karena sangat dipengaruhi oleh kondisi global, kebijakan perjalanan, nilai tukar, keamanan, dan biaya transportasi internasional [10], [11].

3.5. Analisis Pengaruh Perjalanan Wisatawan Nusantara

Perjalanan wisatawan nusantara menjadi faktor penting dalam mendukung kinerja sektor akomodasi dan makan minum. Jumlah wisatawan domestik yang besar membuat pasar ini memiliki peranan strategis dalam menjaga kesinambungan bisnis pariwisata. Ketika masyarakat melakukan perjalanan ke luar kota atau daerah wisata, mereka menciptakan permintaan terhadap hotel, homestay, restoran, rumah makan, kafe, destinasi wisata, dan layanan pendukung lainnya.

Dalam konteks pemulihan pascapandemi, wisatawan nusantara menjadi kekuatan utama karena mobilitas domestik lebih cepat dibuka dibandingkan perjalanan internasional. Peningkatan perjalanan domestik setelah 2021 menjelaskan mengapa PDB sektor akomodasi dan makan minum tetap mampu tumbuh meskipun kunjungan wisatawan mancanegara belum sepenuhnya pulih. Hal ini memperlihatkan bahwa penguatan pasar domestik penting dalam strategi ketahanan bisnis pariwisata Indonesia.

3.6. Pembahasan dalam Perspektif Pengantar Bisnis

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa sektor penyediaan akomodasi dan makan minum memiliki hubungan kuat dengan konsep dasar pengantar bisnis, khususnya permintaan, penawaran, peluang usaha, pemasaran jasa, dan manajemen operasional. Ketika jumlah wisatawan meningkat, permintaan terhadap layanan akomodasi dan makan minum naik. Pelaku usaha merespons peningkatan permintaan tersebut dengan memperluas kapasitas layanan, meningkatkan kualitas produk, menyesuaikan harga, dan memperkuat promosi.

Pariwisata juga menciptakan efek ganda terhadap perekonomian. Aktivitas wisatawan tidak hanya meningkatkan pendapatan hotel dan restoran, tetapi juga mendorong pemasok bahan makanan, petani, nelayan, pelaku transportasi, tenaga kerja lokal, hingga UMKM kreatif. Dengan demikian, sektor akomodasi dan makan minum tidak berdiri sendiri, melainkan menjadi bagian dari ekosistem bisnis yang saling terhubung. Penguatan sektor ini dapat memberi dampak pada penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat [12].

Perubahan pola konsumsi wisatawan juga menuntut inovasi bisnis. Wisatawan saat ini cenderung mencari kemudahan pemesanan, informasi digital, ulasan konsumen, layanan cepat, dan pengalaman yang unik. Oleh karena itu, pelaku usaha akomodasi dan makan minum perlu memperkuat pemasaran digital, menjaga kualitas layanan, membangun citra merek, dan memahami perilaku konsumen. Konsep pemasaran jasa sangat relevan karena produk yang ditawarkan sektor ini bersifat tidak berwujud, sangat bergantung pada pengalaman pelanggan, serta memerlukan konsistensi mutu [8], [9].

3.7. Implikasi Praktis dan Akademik

Secara praktis, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemerintah dan pelaku usaha perlu mengembangkan strategi pariwisata yang seimbang antara pasar internasional dan pasar domestik. Promosi wisata mancanegara tetap penting untuk meningkatkan devisa, tetapi wisatawan nusantara juga harus menjadi perhatian utama karena memiliki jumlah yang besar dan lebih cepat pulih saat terjadi krisis global.

Pelaku usaha akomodasi dan makan minum perlu meningkatkan kualitas layanan, higienitas, variasi produk, akses digital, dan kemampuan menghadapi perubahan permintaan. Pada saat permintaan meningkat, pelaku usaha dapat memperluas kapasitas dan memperkuat rantai pasok. Pada saat permintaan menurun, usaha perlu menekan biaya, melakukan inovasi, dan memanfaatkan pemasaran digital agar tetap mampu menjangkau konsumen.

Secara akademik, artikel ini dapat menjadi contoh penerapan pengantar bisnis dalam menganalisis sektor pariwisata. Mahasiswa dapat memahami bahwa data ekonomi makro seperti PDB sektor lapangan usaha dapat dikaitkan dengan perilaku konsumen, permintaan jasa, strategi pemasaran, dan kinerja usaha. Dengan demikian, pembelajaran pengantar bisnis tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga dapat diterapkan pada fenomena nyata di Indonesia.

3.8. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini terletak pada penggunaan analisis deskriptif sehingga belum mengukur besarnya pengaruh secara inferensial. Data tahun 2025 juga perlu dibaca sebagai data yang masih dapat berubah sesuai pembaruan statistik resmi. Selain itu, PDB sektor akomodasi dan makan minum tidak hanya dipengaruhi oleh

jumlah wisatawan, tetapi juga oleh konsumsi masyarakat lokal, inflasi, investasi, kebijakan fiskal, harga bahan baku, dan perkembangan teknologi.

Penelitian selanjutnya dapat menggunakan regresi linear berganda, uji korelasi, atau model ekonometrika time series untuk mengukur pengaruh masing-masing variabel secara lebih mendalam. Variabel tambahan seperti tingkat penghunian kamar hotel, rata-rata lama tinggal wisatawan, pengeluaran wisatawan, inflasi, nilai tukar, dan jumlah usaha restoran juga dapat dimasukkan agar model menjadi lebih komprehensif.

3.9. Relevansi Data Pariwisata terhadap Konsep Pengantar Bisnis

Data kunjungan wisatawan mancanegara, perjalanan wisatawan nusantara, dan PDB sektor penyediaan akomodasi dan makan minum dapat dibaca sebagai contoh nyata penerapan konsep pengantar bisnis. Dalam pengantar bisnis, aktivitas perusahaan dipengaruhi oleh kebutuhan konsumen, ketersediaan produk, sistem distribusi, harga, promosi, dan kemampuan organisasi dalam memberikan nilai. Pada sektor pariwisata, konsumen utama adalah wisatawan yang memiliki kebutuhan terhadap penginapan, makanan, minuman, transportasi, hiburan, serta pengalaman wisata. Ketika jumlah wisatawan meningkat, permintaan terhadap layanan tersebut juga bertambah sehingga pelaku usaha memiliki peluang untuk memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan.

Konsep permintaan terlihat jelas pada hubungan antara mobilitas wisatawan dan kinerja sektor akomodasi serta makan minum. Kenaikan jumlah perjalanan menciptakan kebutuhan tambahan terhadap kamar hotel, restoran, kafe, jasa katering, dan kuliner lokal. Pelaku usaha kemudian merespons melalui penambahan kapasitas layanan, perbaikan kualitas produk, penyesuaian harga, serta promosi yang lebih aktif. Hubungan ini menunjukkan bahwa bisnis tidak hanya berjalan karena adanya produksi, tetapi juga karena adanya pasar yang membutuhkan produk atau jasa tersebut. Tanpa aktivitas wisatawan, kapasitas usaha akomodasi dan makan minum dapat tidak terserap secara optimal.

Dari sisi penawaran, pelaku usaha menyediakan berbagai layanan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Hotel menyediakan kamar, restoran menyediakan makanan dan minuman, sedangkan UMKM lokal menawarkan produk kuliner khas daerah. Kualitas penawaran sangat menentukan keputusan konsumen untuk membeli kembali atau merekomendasikan layanan kepada orang lain. Oleh karena itu, sektor akomodasi dan makan minum tidak cukup hanya bergantung pada jumlah wisatawan, tetapi juga harus memperhatikan mutu pelayanan, kebersihan, kecepatan pelayanan, kenyamanan lokasi, kemudahan pembayaran, dan reputasi digital yang terbentuk melalui ulasan konsumen.

3.10. Dinamika Sebelum Pandemi, Masa Pandemi, dan Pemulihan

Periode sebelum pandemi, yaitu 2015-2019, memperlihatkan pola pertumbuhan yang relatif baik. Kunjungan wisatawan mancanegara meningkat secara bertahap, perjalanan wisatawan nusantara berkembang, dan PDB sektor akomodasi serta makan minum juga bergerak naik. Kondisi ini menggambarkan lingkungan bisnis yang kondusif karena mobilitas masyarakat relatif bebas, promosi destinasi wisata berjalan, dan daya beli konsumen mendukung konsumsi jasa pariwisata. Dalam situasi tersebut, pelaku usaha memiliki peluang untuk meningkatkan investasi, membuka cabang baru, memperluas jaringan pemasaran, serta memperbaiki standar pelayanan.

Masa pandemi COVID-19 menjadi fase yang menunjukkan kerentanan sektor pariwisata. Pembatasan perjalanan internasional dan domestik mengurangi jumlah wisatawan secara drastis. Dampaknya tidak hanya dirasakan oleh hotel dan restoran besar, tetapi juga oleh usaha kecil seperti warung makan, pedagang oleh-oleh, penyedia transportasi lokal, pemandu wisata, dan pekerja informal di sekitar destinasi. Penurunan permintaan menyebabkan pendapatan usaha menurun, jam kerja berkurang, dan beberapa pelaku usaha harus menyesuaikan model bisnis agar tetap bertahan. Fenomena ini memperlihatkan bahwa risiko eksternal dapat mengubah kondisi pasar secara cepat.

Periode pemulihan setelah pandemi memperlihatkan bahwa wisatawan nusantara memiliki peranan penting dalam menghidupkan kembali aktivitas bisnis pariwisata. Ketika kunjungan wisatawan mancanegara belum kembali sepenuhnya, perjalanan domestik mulai meningkat lebih cepat. Hal ini dapat terjadi karena wisatawan domestik tidak bergantung pada kebijakan lintas negara, visa, atau penerbangan internasional. Peningkatan wisatawan nusantara membantu mengisi kembali permintaan terhadap hotel, restoran, dan layanan makanan minuman di berbagai daerah. Dengan demikian, pasar domestik dapat menjadi bantalan ketika pasar internasional mengalami gangguan.

3.11. Strategi Bisnis Sektor Akomodasi dan Makan Minum

Pelaku usaha akomodasi dan makan minum perlu menerapkan strategi bisnis yang adaptif agar mampu menghadapi perubahan jumlah wisatawan. Strategi pertama adalah memperkuat kualitas layanan. Wisatawan tidak hanya membeli kamar atau makanan, tetapi juga membeli pengalaman. Pelayanan yang ramah, proses pemesanan yang mudah, kebersihan fasilitas, rasa makanan yang konsisten, dan keamanan transaksi menjadi faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen. Dalam bisnis jasa, pengalaman pelanggan sangat menentukan loyalitas dan citra usaha karena produk yang diberikan tidak selalu dapat disimpan atau diuji sebelum dibeli.

Strategi kedua adalah memanfaatkan pemasaran digital. Perubahan perilaku konsumen membuat wisatawan semakin sering mencari informasi melalui media sosial, aplikasi perjalanan, situs ulasan, dan platform pemesanan

daring. Pelaku usaha yang aktif membangun kehadiran digital memiliki peluang lebih besar untuk dikenal konsumen. Foto produk, ulasan pelanggan, promosi paket wisata, informasi lokasi, dan kemudahan reservasi dapat memengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu, pemasaran digital bukan hanya pelengkap, tetapi menjadi bagian penting dari strategi persaingan pada sektor akomodasi dan makan minum.

Strategi ketiga adalah memperkuat kerja sama dengan pelaku usaha lain dalam ekosistem pariwisata. Hotel dapat bekerja sama dengan restoran lokal, biro perjalanan, penyedia transportasi, pengelola destinasi, dan UMKM kuliner. Kerja sama tersebut dapat menghasilkan paket layanan yang lebih menarik bagi wisatawan. Misalnya, penginapan dapat menawarkan paket kamar sekaligus sarapan makanan lokal, tur kuliner, atau diskon ke destinasi sekitar. Kolaborasi bisnis seperti ini dapat meningkatkan nilai tambah, memperluas jaringan pelanggan, dan memperkuat daya saing daerah tujuan wisata.

3.12. Dampak Ekonomi terhadap Pelaku Usaha dan Masyarakat

Peningkatan aktivitas wisatawan memberikan dampak ekonomi yang luas. Sektor akomodasi dan makan minum menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, mulai dari pegawai hotel, koki, pelayan restoran, petugas kebersihan, kasir, pemasok bahan makanan, hingga pekerja transportasi pendukung. Ketika jumlah wisatawan bertambah, kebutuhan tenaga kerja dan pasokan bahan baku juga meningkat. Hal ini menciptakan hubungan antara sektor pariwisata, pertanian, perdagangan, transportasi, dan industri kreatif. Dengan kata lain, pariwisata memiliki efek ganda terhadap perekonomian lokal.

UMKM kuliner menjadi salah satu pihak yang dapat memperoleh manfaat langsung dari meningkatnya perjalanan wisatawan. Wisatawan sering mencari makanan khas daerah sebagai bagian dari pengalaman perjalanan. Permintaan tersebut membuka peluang bagi rumah makan lokal, pedagang makanan tradisional, kafe, produsen oleh-oleh, dan usaha katering. Namun, UMKM juga menghadapi tantangan dalam hal kualitas produk, pengemasan, izin usaha, kebersihan, promosi, dan kemampuan menerima pembayaran digital. Oleh karena itu, peningkatan jumlah wisatawan perlu diikuti dengan pembinaan UMKM agar manfaat ekonomi dapat tersebar lebih merata.

Selain UMKM, pemerintah daerah juga dapat memperoleh manfaat melalui peningkatan aktivitas ekonomi dan penerimaan daerah. Destinasi yang ramai wisatawan biasanya mendorong peningkatan pajak hotel, pajak restoran, retribusi wisata, serta aktivitas perdagangan lokal. Pendapatan tersebut dapat digunakan kembali untuk memperbaiki infrastruktur pariwisata, kebersihan lingkungan, keamanan, dan fasilitas publik. Dengan pengelolaan yang baik, pertumbuhan sektor akomodasi dan makan minum dapat menjadi bagian dari strategi pembangunan daerah yang berkelanjutan.

3.13. Tantangan Pengembangan Bisnis Pariwisata

Meskipun memiliki potensi besar, sektor akomodasi dan makan minum menghadapi beberapa tantangan. Tantangan pertama adalah ketergantungan terhadap mobilitas wisatawan. Ketika terjadi krisis kesehatan, bencana alam, gangguan keamanan, atau penurunan daya beli, sektor ini dapat terdampak dengan cepat. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu memiliki rencana mitigasi risiko, seperti diversifikasi pasar, penguatan layanan pesan antar, penjualan produk kuliner kemasan, dan pengembangan segmen pelanggan lokal.

Tantangan kedua adalah persaingan yang semakin ketat. Banyaknya hotel, penginapan, restoran, dan kafe membuat konsumen memiliki banyak pilihan. Persaingan tidak hanya terjadi pada harga, tetapi juga pada kualitas pengalaman, keunikan konsep, lokasi, fasilitas, serta reputasi digital. Usaha yang tidak mampu menjaga kualitas dan berinovasi dapat kehilangan pelanggan. Sebaliknya, usaha yang memahami kebutuhan wisatawan dan mampu membangun diferensiasi akan memiliki peluang lebih besar untuk bertahan.

Tantangan ketiga adalah perubahan perilaku konsumen. Wisatawan semakin memperhatikan kebersihan, keamanan, fleksibilitas pemesanan, kecepatan layanan, serta nilai pengalaman. Mereka juga lebih mudah membandingkan harga dan membaca ulasan sebelum memilih layanan. Kondisi ini menuntut pelaku usaha untuk lebih transparan, responsif, dan konsisten. Dalam konteks pengantar bisnis, perubahan perilaku konsumen menunjukkan pentingnya riset pasar dan orientasi pelanggan dalam menjalankan usaha jasa.

3.14. Rekomendasi Penguatan Sektor

Berdasarkan hasil analisis, penguatan sektor akomodasi dan makan minum perlu dilakukan melalui pendekatan yang terpadu. Pemerintah dapat memperkuat promosi pariwisata, meningkatkan aksesibilitas destinasi, memperbaiki infrastruktur, dan menyediakan data pasar yang mudah diakses pelaku usaha. Data yang akurat membantu pelaku usaha membaca tren permintaan dan menyusun strategi bisnis. Selain itu, dukungan pelatihan bagi UMKM kuliner, standarisasi kebersihan, sertifikasi usaha, dan literasi digital perlu terus diperluas.

Pelaku usaha perlu meningkatkan kemampuan manajerial agar dapat mengelola sumber daya secara efisien. Pengelolaan keuangan, perencanaan stok bahan baku, pengendalian biaya, pengaturan tenaga kerja, dan pelayanan pelanggan menjadi aspek penting dalam menjaga keberlanjutan usaha. Usaha yang memiliki pencatatan keuangan baik akan lebih mudah menilai kinerja, menentukan harga, dan mengambil keputusan investasi. Hal ini sejalan dengan prinsip dasar pengantar bisnis yang menekankan pentingnya perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian.

Secara akademik, artikel ini menunjukkan bahwa pembelajaran pengantar bisnis dapat dikaitkan dengan data nyata. Mahasiswa dapat melihat bagaimana variabel ekonomi makro seperti PDB sektor lapangan usaha berhubungan dengan perilaku konsumen dan aktivitas bisnis. Analisis ini juga memperlihatkan bahwa sektor jasa memiliki karakteristik yang berbeda dari sektor barang karena sangat dipengaruhi oleh pengalaman pelanggan, kualitas interaksi, dan kepercayaan. Oleh karena itu, pembahasan bisnis pariwisata dapat memperkaya pemahaman mahasiswa mengenai hubungan antara teori bisnis dan praktik ekonomi di Indonesia.

3.15. Implikasi terhadap Kebijakan dan Manajemen Usaha

Implikasi kebijakan dari hasil penelitian ini adalah perlunya pengembangan pariwisata yang tidak hanya berfokus pada jumlah kunjungan, tetapi juga pada kualitas belanja wisatawan. Peningkatan kunjungan akan lebih berdampak terhadap PDB sektor akomodasi dan makan minum apabila wisatawan memiliki lama tinggal yang lebih panjang, pengeluaran yang lebih besar, dan akses yang mudah terhadap produk lokal. Oleh karena itu, kebijakan pariwisata sebaiknya diarahkan pada peningkatan kualitas destinasi, konektivitas transportasi, keamanan, kebersihan, dan promosi yang tersegmentasi.

Dari sisi manajemen usaha, pelaku bisnis harus mampu membaca data pasar dan menyesuaikan strategi dengan karakter wisatawan. Wisatawan mancanegara mungkin membutuhkan layanan multibahasa, standar kebersihan yang konsisten, sistem pembayaran internasional, dan informasi digital yang jelas. Sementara itu, wisatawan nusantara lebih sensitif terhadap harga, aksesibilitas, variasi menu, dan promosi musiman. Perbedaan karakter tersebut perlu dipahami agar strategi pemasaran tidak bersifat umum, melainkan disesuaikan dengan kebutuhan segmen pelanggan.

Penguatan sumber daya manusia juga menjadi faktor penting. Karyawan hotel, restoran, dan usaha makanan minuman perlu memiliki keterampilan pelayanan, komunikasi, kebersihan, penggunaan teknologi, serta kemampuan menangani keluhan pelanggan. Dalam bisnis jasa, kualitas sumber daya manusia sering menjadi pembeda utama karena interaksi langsung dengan konsumen menentukan kesan terhadap usaha. Pelatihan berkala, standar operasional yang jelas, dan budaya kerja yang berorientasi pada pelanggan dapat membantu meningkatkan daya saing sektor ini.

3.16. Keterbatasan Penelitian dan Arah Kajian Selanjutnya

Keterbatasan utama penelitian ini terletak pada penggunaan pendekatan deskriptif yang belum menguji pengaruh secara statistik inferensial. Analisis yang dilakukan mampu menggambarkan hubungan dan pola perubahan, tetapi belum menghitung besarnya pengaruh masing-masing variabel terhadap PDB sektor akomodasi dan makan minum. Oleh karena itu, hasil penelitian perlu dipahami sebagai kajian awal yang menjelaskan kecenderungan berdasarkan data time series, bukan sebagai model prediksi yang sepenuhnya final.

Penelitian selanjutnya dapat menggunakan regresi linear berganda, uji korelasi, model autoregressive distributed lag, atau pendekatan ekonometrika time series lainnya. Variabel tambahan seperti tingkat penghunian kamar hotel, rata-rata lama tinggal wisatawan, pengeluaran wisatawan, inflasi, nilai tukar, jumlah restoran, investasi sektor pariwisata, dan indeks kepercayaan konsumen dapat ditambahkan agar analisis menjadi lebih komprehensif. Dengan model yang lebih lengkap, pengaruh wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara terhadap sektor akomodasi dan makan minum dapat dijelaskan secara lebih kuat.

Selain itu, kajian berikutnya dapat membandingkan kondisi antarprovinsi atau daerah tujuan wisata utama. Analisis regional penting karena dampak pariwisata tidak selalu merata di seluruh Indonesia. Bali, Yogyakarta, DKI Jakarta, Sumatera Utara, Jawa Barat, dan Nusa Tenggara memiliki karakteristik wisata yang berbeda. Dengan membandingkan daerah, penelitian dapat memberikan rekomendasi yang lebih tepat bagi pemerintah daerah dan pelaku usaha lokal. Hal ini akan memperkaya pemahaman mengenai hubungan antara aktivitas wisata, strategi bisnis, dan pertumbuhan sektor jasa.

3.17. Peran Teknologi Digital dalam Penguatan Bisnis Pariwisata

Teknologi digital menjadi salah satu faktor penting dalam penguatan sektor akomodasi dan makan minum. Setelah pandemi, konsumen semakin terbiasa menggunakan platform digital untuk mencari hotel, membaca ulasan restoran, membandingkan harga, memesan makanan, dan melakukan pembayaran. Perubahan ini membuat pelaku usaha perlu mengelola informasi digital secara serius. Usaha yang memiliki data lokasi jelas, foto produk yang menarik, respons cepat terhadap pertanyaan pelanggan, serta ulasan positif akan lebih mudah menarik wisatawan. Dalam konteks bisnis, teknologi digital membantu mengurangi jarak antara produsen jasa dan konsumen sehingga proses promosi, transaksi, dan pelayanan menjadi lebih efisien.

Digitalisasi juga membantu pelaku usaha kecil untuk masuk ke pasar yang lebih luas. Rumah makan lokal, kafe kecil, dan penyedia penginapan sederhana dapat memanfaatkan media sosial, aplikasi pemesanan, dan layanan pesan antar untuk menjangkau konsumen tanpa harus memiliki biaya promosi yang sangat besar. Namun, pemanfaatan teknologi memerlukan kemampuan manajerial yang baik. Pelaku usaha harus memahami cara menjaga reputasi daring, mengelola komentar pelanggan, memperbarui informasi harga, serta memastikan bahwa layanan yang diberikan sesuai dengan promosi yang ditawarkan.

Selain promosi, teknologi digital dapat digunakan untuk pengelolaan operasional. Sistem reservasi, pencatatan penjualan, pengelolaan stok bahan baku, dan pembayaran nontunai dapat meningkatkan efisiensi usaha. Data transaksi yang terkumpul juga dapat membantu pelaku usaha mengetahui produk yang paling banyak diminati, waktu kunjungan paling ramai, serta segmen pelanggan yang paling potensial. Informasi tersebut penting untuk pengambilan keputusan bisnis, misalnya dalam menentukan menu, paket promosi, penjadwalan tenaga kerja, dan perencanaan pembelian bahan baku.

3.18. Penguatan Keberlanjutan dan Daya Saing

Pengembangan sektor akomodasi dan makan minum perlu memperhatikan aspek keberlanjutan. Pertumbuhan jumlah wisatawan tidak boleh hanya dilihat dari sisi peningkatan pendapatan, tetapi juga dari dampaknya terhadap lingkungan, budaya lokal, dan kesejahteraan masyarakat. Usaha akomodasi dan restoran dapat menerapkan praktik bisnis berkelanjutan melalui pengurangan sampah makanan, penggunaan bahan baku lokal, penghematan energi, pengurangan plastik sekali pakai, serta kerja sama dengan pemasok daerah. Praktik tersebut dapat meningkatkan citra usaha sekaligus mendukung pembangunan pariwisata yang bertanggung jawab.

Daya saing sektor ini juga ditentukan oleh kemampuan menciptakan pengalaman yang khas. Indonesia memiliki kekayaan budaya dan kuliner yang dapat menjadi nilai pembeda. Restoran yang menonjolkan makanan lokal, hotel yang mengangkat desain daerah, serta destinasi yang menggabungkan pengalaman budaya dengan layanan modern dapat memberikan nilai tambah bagi wisatawan. Nilai tambah tersebut penting karena persaingan sektor pariwisata tidak hanya terjadi antarsaha, tetapi juga antardaerah dan antarnegara. Semakin kuat identitas dan kualitas layanan yang ditawarkan, semakin besar peluang sektor akomodasi dan makan minum untuk berkembang secara berkelanjutan.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh jumlah wisatawan mancanegara dan perjalanan wisatawan nusantara terhadap PDB sektor penyediaan akomodasi dan makan minum di Indonesia tahun 2015-2025, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel mengalami perkembangan yang berfluktuasi. Sebelum pandemi, kunjungan wisatawan mancanegara dan perjalanan wisatawan nusantara meningkat dan diikuti oleh kenaikan kinerja sektor akomodasi dan makan minum. Pada masa pandemi, terjadi penurunan tajam terutama pada wisatawan mancanegara sehingga aktivitas bisnis pariwisata mengalami tekanan. Perjalanan wisatawan nusantara memiliki peran penting dalam mendukung pemulihan sektor akomodasi dan makan minum. Setelah mengalami tekanan pada 2020, perjalanan wisatawan domestik kembali meningkat dan menjadi penopang utama permintaan terhadap hotel, restoran, rumah makan, kafe, dan berbagai usaha pendukung pariwisata. Hal ini menunjukkan bahwa pasar domestik memiliki kekuatan strategis dalam menjaga keberlanjutan bisnis pariwisata Indonesia. Secara keseluruhan, kunjungan wisatawan mancanegara dan perjalanan wisatawan nusantara berpengaruh terhadap kinerja sektor penyediaan akomodasi dan makan minum. Peningkatan aktivitas wisatawan mendorong permintaan terhadap layanan penginapan dan konsumsi. Oleh karena itu, penguatan promosi wisata, peningkatan kualitas layanan, inovasi pemasaran digital, dan pengembangan pasar domestik maupun internasional perlu dilakukan agar sektor akomodasi dan makan minum dapat tumbuh lebih stabil dan berkelanjutan.

Referensi

1. Badan Pusat Statistik, Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara 2024. Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2025.
2. Badan Pusat Statistik, Produk Domestik Bruto Indonesia Menurut Lapangan Usaha 2020-2024. Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2025.
3. Badan Pusat Statistik, Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara Menurut Provinsi Tujuan. Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2025.
4. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Statistik Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2023. Jakarta: Kemenparekraf, 2024.
5. World Tourism Organization, International Tourism Highlights, 2024 Edition. Madrid: UNWTO, 2024.
6. Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, Banyaknya Wisatawan Mancanegara ke Bali dan Indonesia, 1969-2023. Denpasar: BPS Provinsi Bali, 2024.
7. P. Kotler and K. L. Keller, Marketing Management, 15th ed. Harlow: Pearson Education, 2016.
8. R. Lupiyoadi, Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
9. F. Tjiptono, Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta: Andi, 2019.
10. N. S. Pendi, Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana. Jakarta: Pradnya Paramita, 2006.
11. I. G. Pitana and I. K. S. Diarta, Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta: Andi, 2009.
12. O. A. Yoeti, Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi, dan Implementasi. Jakarta: Kompas, 2008.
13. Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, 2019.
14. N. G. Mankiw, Principles of Economics, 8th ed. Boston, MA: Cengage Learning, 2018.
15. D. Salvatore, International Economics, 13th ed. Hoboken, NJ: Wiley, 2020.