

POLA MUSIMAN KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGARA KE BALI *Seasonal Pattern of Foreign Tourist Arrivals to Bali*

Addin Maulana¹, Chamma Fitri Putri Pradjwalita Koesfardani²

^{1,2}Direktorat Kajian Strategis

Deputi Bidang Pengembangan Kebijakan Strategis, Kementerian Pariwisata dan
Ekonomi Kreatif

addin.maulana@yahoo.co.id, chammafritri@gmail.com

Diterima: 11 Juni 2020. Disetujui: 10 November 2020. Dipublikasikan: 30 Desember 2020

Abstrak

Pola musiman kunjungan wisatawan merupakan hal penting yang harus dicermati dalam membuat kebijakan di bidang pemasaran pariwisata. Dengan menggunakan metode perhitungan *seasonality ratio*, *gini coefficients*, serta *seasonality index*, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola musiman dari kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali selama 5 tahun terakhir. Penelitian ini menunjukkan beberapa hal. Pertama, kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali menunjukkan tingkat variasi yang tidak signifikan dan ditemukan kesamaan pola variasi musiman pada tahun 2015, 2016, dan 2019. Kedua, kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali memiliki sebaran per bulan yang relatif merata dengan tingkat musiman yang rendah atau selisih antara kunjungan wisatawan mancanegara per bulannya memiliki perbedaan nilai yang tidak signifikan. Ketiga, *peak season* kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali terkonsentrasi pada bulan Juli dengan peningkatan drastis dari bulan sebelumnya, dan penurunan melambat menuju *off-peak season*. Berdasarkan hal itu, perlu dilakukan strategi pengalokasian sumber daya serta pemasaran yang tepat untuk mengoptimalkan setiap fase musiman.

Kata Kunci: Bali; *Gini Coefficient*; Kunjungan Wisatawan; *Seasonality Ratio*; *Seasonality Index*

Abstract

The seasonal pattern of tourist arrivals is an important element that must be observed in making policies in the field of tourism marketing. By using the method of calculation, the Seasonality Ratio, Gini Coefficients, and Seasonality Index, this study aims to identify seasonal patterns of foreign tourist arrivals to Bali during the past 5 years. This study shows that: First, foreign tourists' arrivals to Bali showed insignificant levels of variation and an equation of seasonal variations patterns is found in 2015, 2016, and 2019. Second, foreign tourist arrivals to Bali had a distribution per month that is relatively evenly distributed, with low seasonal rates, or the difference between monthly arrivals has an insignificant difference in value. Third, peak season of foreign tourists' arrivals to Bali was concentrated in July with a drastic increase from the previous month and accompanied by a slowing decline towards the off-peak season. So, it is necessary to do an appropriate marketing and resource allocation strategies to optimize each seasonal phase.

Keywords: Bali; *Gini Coefficient*; *Seasonality Index*; *Seasonality Ratio*; *Tourist Arrivals*

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu industri terbesar yang sedang berkembang pesat di dunia (Algieri, Aquino, & Succurro, 2018; Gnanapragasam, 2018). Indonesia memiliki kekayaan alam, budaya, dan adat istiadat yang berbeda dan menjadi modal utama dalam kepariwisataan (Firawan & Suryawan, 2016). Selain itu, Indonesia menjadi salah satu negara di dunia yang menjadikan pariwisata sebagai salah satu sektor prioritas pembangunan (Maulana, 2019). Pariwisata dijadikan sebagai sumber devisa potensial dan penghasil lapangan kerja yang signifikan (Mariyono, 2017). Dalam satu dekade ini, berdasarkan dari tolok ukur jumlah kunjungan wisatawan mancanegara, pariwisata Indonesia terus mengalami pertumbuhan setiap tahunnya. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia pada tahun 2019 tercatat sejumlah 16,1 juta atau tumbuh 1,88% dan wisatawan paling banyak berasal dari Malaysia, Singapura, Tiongkok, Australia, dan Timor Leste (BPS-Statistics Indonesia, 2020). Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai Bali, tercatat sebagai bandara dengan kunjungan wisatawan mancanegara terbanyak di Indonesia pada tahun 2019 (BPS-Statistics Indonesia, 2020). Ini menunjukkan peran sentral Bali dalam pengembangan pariwisata di Indonesia, terutama pada aspek permintaan internasional. Selain itu, secara geografis, Bali memiliki letak yang sangat strategis, yaitu berada di antara kepulauan Indonesia yang memiliki keindahan alam dan budaya yang sangat bagus serta memiliki adat istiadat yang khas sehingga dapat dikembangkan menjadi destinasi wisata (Firawan & Suryawan, 2016). Hal ini menyebabkan Bali memiliki daya tarik yang tinggi untuk dijadikan sebagai fokus kajian pariwisata.

Bali menjadikan sektor pariwisata sebagai sumber utama pendapatan (Nugroho, Gunawan, Awirya, & Nurman, 2017; Suastika & Yasa, 2015) dan lokomotif perekonomian daerah (Sukaatmadja, Wardana, Purbawangsa, & Rahanatha, 2017). Banyak kegiatan ekonomi di Bali terkait secara langsung, tidak langsung, dan diinduksi oleh adanya jasa pariwisata sehingga kegiatan ekonomi secara luas menyerap tenaga kerja (Antara & Sumarniasih, 2017). Penyerapan tenaga kerja pada sektor pariwisata yang terkait secara langsung dapat dijumpai seperti pada hotel, rumah makan, jasa tur perjalanan, penjual souvenir dan lainnya, serta kebutuhan akibat adanya dampak tidak langsung dari sektor pariwisata. Sifat sektor pariwisata yang fleksibel dan mengikuti perkembangan zaman membuat peluang pembukaan lapangan kerja baru semakin besar dan tinggi akan permintaan. Ini berarti bahwa sektor pariwisata di Bali berperan dalam menyerap tenaga kerja atau menciptakan lapangan kerja (Antara & Sumarniasih, 2017) sehingga perhatian pemerintah daerah terhadap sektor ini sangat besar.

Bali merupakan destinasi tujuan wisata yang lengkap karena memiliki daya tarik alam dan budaya yang sama kuatnya (Utama, 2016b). Dibandingkan provinsi lain di Indonesia, Bali menempatkan diri sebagai provinsi yang unggul dalam pengembangan pariwisata (Windayani & Budhi, 2017). Wisatawan yang berkunjung ke Bali umumnya memiliki motivasi untuk keluar dari rutinitas sehari-hari dan terlibat dengan budaya lokal. Mereka berkunjung ke Bali karena kekayaan sumber daya alam dan budaya yang ada (Subadra, Sutapa, Artana, Yuni, & Sudiarta, 2019). Kunjungan wisatawan didorong oleh faktor budaya, status sosial, kebutuhan fisik, dan kebutuhan interpersonal. Faktor penarik dari destinasi wisata ialah alam, atmosfer dan iklim, infrastruktur pariwisata, harga, atraksi budaya dan

sejarah, keadaan masyarakat lokal, keamanan dan kebersihan, serta kesempatan untuk beraktivitas di lingkungan alam terbuka (Antara & Prameswari, 2018). Bali menjadi salah satu contoh destinasi di Indonesia yang berhasil dalam menyajikan harmonisasi sumber daya alam dan budaya sehingga memberi nilai tambah bagi daerahnya.

Musiman dalam pariwisata penting untuk dibahas karena menciptakan masalah ekonomi dan sosial serta berdampak pada kualitas layanan di industri pariwisata (Karamustafa & Ulama, 2010). Untuk memasarkan suatu destinasi perlu memahami sifat musiman dari pasar spesifik secara lebih akurat agar dapat menyediakan produk/layanan pariwisata yang sesuai (Choe, Kim, & Joun, 2019). Pemahaman tentang pola musiman dalam pariwisata sangat penting untuk pengelolaan yang efisien dari fasilitas dan infrastruktur pariwisata (Corluka, 2019). Pola musiman menjadi sangat penting bagi pengelola destinasi untuk mengambil keputusan terkait distribusi sumber daya infrastruktur dan sumber daya manusia yang dimiliki (Þórhallsdóttir & Ólafsson, 2017).

Tidak dapat dipungkiri, pariwisata bersifat musiman (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif & International Labour Organization, 2012). Dengan demikian, kendala utama yang umumnya dihadapi dalam pengembangan destinasi adalah konsentrasi temporal atau musiman pada aspek permintaan (Choe et al., 2019; Kastenholz & Almeida, 2015). Efek negatifnya adalah destinasi wisata dapat dipenuhi oleh aktivitas dan kegiatan wisatawan selama periode tertentu dan juga memungkinkan tidak ada sama sekali kegiatan wisatawan di periode yang lain dalam satu tahun yang sama. Artinya, pada suatu waktu, jumlah wisatawan atau pengunjung di suatu daerah dapat lebih banyak daripada yang

mampu diakomodasi oleh daerah tersebut (Corluka, 2019). Oleh karena itu, diperlukan solusi untuk mengendalikan jumlah wisatawan dan mendistribusikannya dengan harapan dapat mengurangi keramaian yang terjadi (Jin, Hu, & Kavan, 2016). Hal ini tentunya berpengaruh pada manajemen destinasi untuk memenuhi kebutuhan wisatawan, menjaga kualitas destinasi, mengakomodasi kepentingan *stakeholder*, serta tidak mengganggu masyarakat sekitar terutama destinasi yang bersinggungan langsung dengan masyarakat lokal.

Dalam pariwisata, permintaan dibagi menjadi 3, yaitu (1) *actual demand* atau orang yang sedang berkunjung ke suatu destinasi; (2) *suppressed demand*, orang yang memiliki potensi untuk dijadikan sebagai *actual demand* pada masa yang akan datang; dan (3) *no demand* atau mereka yang sama sekali tidak berkeinginan maupun tidak mampu untuk berwisata (Cooper, 2016). Permintaan ini dipengaruhi oleh faktor pendorong dari dalam diri dan faktor penarik dari destinasi wisata. Beberapa faktor yang mampu mendorong seseorang untuk melakukan perjalanan wisata antara lain adalah mencari pengalaman atau melarikan diri dari rutinitas (Moon & Han, 2018; Subadra et al., 2019). Sementara itu, faktor penarik dari destinasi yang umumnya mampu memengaruhi kunjungan wisatawan antara lain adalah jarak (Artal-Tur, Pallardó-López, & Requena-Silvente, 2016; Mariyono, 2017; Mishra & Bansal, 2017), citra destinasi (Battour, Hakimian, Ismail, & Boğan, 2018; X. Liu, Li, & Kim, 2015), harga (Moon & Han, 2018; Theara, 2017; Utama, 2016a), keanekaragaman atraksi, musim/iklim (Jayaprakash, 2017; Yusup, Kanyan, Kasuma, Kamaruddin, & Adlin, 2016), persyaratan visa, konektivitas udara, aspek keamanan

(Andres, Cheok, & Othman, 2016, pp. 6–7), program pemasaran (Liu, Pan, & Zheng, 2019; Sukirman, 2017), serta kebijakan pemerintah dalam negeri maupun daerah tujuan wisatawan terkait dengan perjalanan wisata (Artal-Tur et al., 2016; Mylonopoulos, Moira, & Kikilia, 2016; Ob & Mp, 2018).

Musiman merupakan fitur utama dari data pariwisata (Lim & McAleer, 1999) yang terdiri atas variasi temporal dan spasial dari permintaan sepanjang tahun yang dapat diamati di banyak tempat dan berbagai tujuan di dunia (Cannas, 2012). Musiman juga merupakan salah satu hal penting dalam pemasaran dan pengelolaan destinasi untuk menjaga daya saing dan daya tarik sepanjang tahun (Choe et al., 2019). Selain itu, musiman merupakan ketidakseimbangan temporal dalam fenomena pariwisata yang dapat dinyatakan dalam dimensi elemen-elemen seperti jumlah pengunjung, pengeluaran pengunjung, lalu lintas di jalan raya dan bentuk transportasi lainnya, serta pekerjaan dan penerimaan ke tempat-tempat wisata (Butler, 2001). Ketidakseimbangan ini seringkali dipandang sebagai sebuah permasalahan dalam pengembangan pariwisata (Jangra & Kaushik, 2018). Ketidakseimbangan musiman juga dapat memberi konsekuensi pada (1) lingkungan, tidak hanya pada atmosfer (baik secara langsung maupun tidak langsung) tetapi juga merusak lingkungan alam seperti erosi, vegetasi, satwa liar, dan limbah; (2) berpengaruh pada pemberian insentif serta produktivitas sumber daya manusia bidang pariwisata; dan (3) konsekuensi sosial yang berdampak terhadap tingkat kepuasan masyarakat (Turrión-Prats & Duro, 2018).

Musiman dimaknai sebagai fluktuasi (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif & International Labour Organization, 2012) yang paling sering

dikaitkan dengan periode satu tahun dan biasanya terkait dengan tahun kalender (Lundtorp, 2001). Fluktuasi musiman tidak hanya memengaruhi kebutuhan modal tetap tetapi juga menciptakan masalah pengoperasian untuk industri pariwisata (Šergo, Matošević, & Zanini-Gavranić, 2016). Pola musiman disebabkan oleh faktor alam dan faktor sosial, juga memiliki implikasi terhadap penggunaan dasar material dan tenaga kerja; harga, biaya dan profitabilitas; serta kualitas layanan pariwisata dan tingkat kepuasan konsumen (Secareanu & Firoiu, 2011). Pola musiman memiliki efek simultan pada struktur pasokan (Šergo et al., 2016). Musiman diukur melalui jumlah pengunjung, baik kunjungan wisatawan (Þórhallsdóttir & Ólafsson, 2017), jumlah keberangkatan, jumlah tamu menginap, atau jumlah pengeluaran yang dapat diukur secara periodik (Karamustafa & Ulama, 2010).

Pola musiman terbagi dua, yaitu musim tinggi (*peak seasons*) dan musim rendah (*off-seasons*). *Peak seasons* berpengaruh positif pada penyerapan tenaga kerja, gaji (terutama untuk penduduk local), dan meningkatkan kontribusi sektor pariwisata pada PDB. Sementara itu, *off-seasons* secara umum memiliki lebih banyak efek negatif pada tujuan wisata daripada *peak seasons* (Alzboun, 2018). Identifikasi pola musiman digunakan untuk mengoptimalkan sumber daya yang ada secara efektif dan efisien.

Berikut ini adalah beberapa penelitian sebelumnya yang terkait dengan pola musiman. Pertama, Fernandez-Morales, Cisneros-Martinez, & McCabe (2016) menganalisis pola musiman di Inggris dengan menggunakan dekomposisi dari *gini coefficient*. Kedua, Þórhallsdóttir & Ólafsson (2017) melakukan penelitian tentang pola musiman dengan menggunakan *seasonality indicator*, *seasonality ratio*, dan *gini coefficient* di

Islandia. Ketiga, Alzboun (2018) meneliti pola musiman Kota Petra di selatan Yordania dengan menggunakan *seasonality indicator*, *seasonality ratio*, *gini coefficient*, dan *seasonality index*. Keempat, Jangra & Kaushik (2018) melakukan penelitian Analisis tren dan musiman dalam industri pariwisata di Gurun Kinnaur, Himachal Pradesh dengan menggunakan *seasonality index*.

Seasonality Ratio berfungsi untuk memperjelas apakah musiman menunjukkan skema kesamaan setiap tahunnya atau tidak (Karamustafa & Ulama, 2010). *Seasonality indicator* merupakan ukuran untuk lebar musim dan penggunaan kapasitas relatif terhadap penggunaan di bulan puncak. Perhitungan ini biasanya digunakan untuk menggambarkan nilai rata-rata tingkat hunian kamar karena menggunakan penghitungan rata-rata wisatawan mancanegara tinggal di akomodasi dibandingkan seluruh kapasitas akomodasi (Karamustafa & Ulama, 2010). *Seasonality index* awalnya digunakan untuk memperkirakan permintaan karena memperhitungkan data beberapa tahun sebelumnya berdasarkan rata-rata bergerak (*moving averages*) yang mempertimbangkan kehalusan fluktuasi selain pertimbangan musim (Alzboun, 2018). Akan tetapi, perhitungan ini tidak dapat diaplikasikan untuk destinasi baru karena membutuhkan data tahun-tahun sebelumnya (Karamustafa & Ulama, 2010).

Gini coefficient dalam ekonomi digunakan untuk menggambarkan ketidaksetaraan yang dikembangkan dari *lorenz curve*. *Gini coefficient* adalah perhitungan faktor pemanfaatan tahunan maksimal yang dibatasi oleh musim (Karamustafa & Ulama, 2010). Penghitungan ini mampu mengevaluasi data sepanjang tahun serta dapat membuat perbandingan diantara tahun-

tahun tersebut sehingga menjadi ukuran praktis dalam perbandingan jumlah kunjungan wisatawan untuk tahun yang berbeda dan membantu menerapkan strategi pemasaran yang tepat sesuai musim setiap pasar wisatawan (Alzboun, 2018). *Gini coefficient* dan *lorenz curve* digunakan secara bersamaan untuk mengukur ketimpangan dan konsentrasi dalam variabel pariwisata (Fernández-morales, 2014).

Berdasarkan pentingnya identifikasi pola musiman dari permintaan pariwisata, penelitian terkait pola musiman perlu dilakukan, terutama pada permintaan pariwisata internasional ke Bali, sebagai destinasi utama di Indonesia dan penyumbang kunjungan wisatawan mancanegara. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola musiman kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali. Kajian ini diharapkan dapat memberi gambaran kepada pemangku kepentingan dan pengambil keputusan dalam pengembangan pariwisata di Bali, khususnya terkait aspek pemasaran pariwisata berdasarkan pola musiman. Dengan demikian, pemangku kepentingan dapat mengalokasikan sumber daya yang dimiliki dengan lebih efektif dan efisien.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif dimaksudkan untuk mengeksplorasi dan mengklarifikasi suatu fenomena atau kenyataan sosial dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti (Zellatifanny & Mudjiyanto, 2018). Jenis data yang digunakan adalah data sekunder berupa data kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali. Kunjungan wisatawan

mancanegara menjadi indikator musiman karena dalam pengelolaan pola musiman diperlukan data yang dapat diandalkan terkait jumlah pengunjung atau wisatawan (Þórhallsdóttir & Ólafsson, 2017). Data kunjungan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Bali bersumber dari situs resmi Badan Pusat Statistik Provinsi Bali dengan alamat situs di <https://bali.bps.go.id>. Data kunjungan wisatawan mancanegara yang digunakan merupakan data bulanan dengan rentang waktu tahun 2015-2019 atau periode amatan selama 5 tahun.

Beberapa metode penghitungan variasi musiman wisatawan mancanegara yang digunakan dalam penelitian ini antara lain: *seasonality ratio*, dan *gini coefficient* yang dikemukakan oleh Lundtorp (2001) serta *seasonality index* yang dikemukakan oleh Constantin & Daniela (dalam Jangra & Kaushik, 2018).

Seasonality ratio (\mathcal{R}) berfungsi untuk memperjelas apakah musiman menunjukkan skema kesamaan setiap tahunnya atau tidak (Karamustafa & Ulama, 2010). Nilai dari *seasonality ratio* (\mathcal{R}) berada antara nilai 1 sampai 12. Jika jumlah kunjungan setiap bulannya konstan, nilai *seasonality ratio* (\mathcal{R}) adalah 1. Jika jumlah kunjungan terkonsentrasi dalam satu bulan, nilai *seasonality ratio* (\mathcal{R}) adalah 12. Dapat pula dikatakan, jika *seasonality ratio* (\mathcal{R}) naik, tingkat musiman juga bertambah (Karamustafa & Ulama, 2010). Penghitungan ini beroperasi dengan cara jumlah terbesar dibagi dengan rata-rata selama periode tertentu. Secara matematis, *seasonality ratio* (\mathcal{R}) dihitung dengan cara (Lundtorp, 2001):

$$\mathcal{R} = \frac{v_n}{\bar{v}}$$

dimana,

\bar{v} adalah rata-rata jumlah pengunjung

$$\text{atau } \bar{v} = \frac{\sum_{i=0}^n v_i}{n},$$

v_n adalah jumlah pengunjung (kedatangan) tertinggi, dan

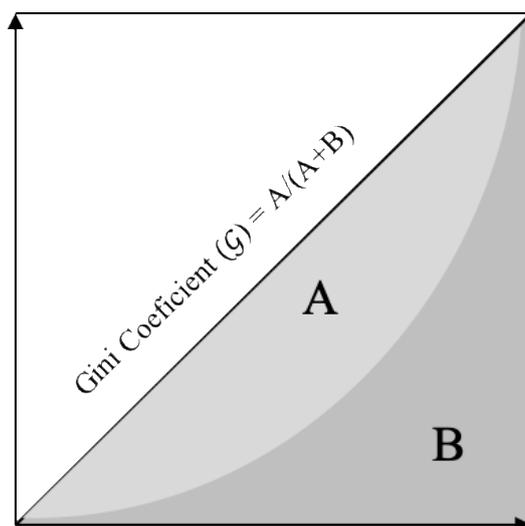
v_i adalah jumlah total pengunjung (kedatangan) selama periode tertentu.

Berdasarkan jumlah pengunjung yang sama setiap bulan rasionya adalah 1. Sedangkan, jika semua pengunjung datang di bulan n, rasionya adalah 12. Dengan demikian, variasi musiman yang meningkat akan juga meningkatkan nilai rasio.

Gini coefficient (G) adalah perhitungan faktor pemanfaatan tahunan maksimal yang dibatasi oleh musim (Karamustafa & Ulama, 2010). *Gini coefficient* (G) mampu mengevaluasi data sepanjang tahun serta dapat membuat perbandingan antara tahun-tahun tersebut sehingga menjadi ukuran praktis dalam perbandingan jumlah kunjungan wisatawan untuk tahun yang berbeda berdasarkan kebangsaan dan juga membantu menerapkan strategi pemasaran yang tepat sesuai musim setiap pasar wisatawan (Alzoun, 2018), *gini coefficient* (G) dan *lorenz curve* digunakan untuk mengukur ketimpangan dan konsentrasi dalam variabel pariwisata (Fernández-morales, 2014). *Gini coefficient* (G) dihitung sebagai area antara kurva dan garis kesetaraan 45 derajat dibagi dengan seluruh area di bawah garis 45 derajat (Lundtorp, 2001) atau proporsi area yang tersisa antara garis lurus 45 derajat dan kurva dengan total area di atas (area kiri antara garis lurus 45 derajat dan kurva) dan di bawah kurva (Karamustafa & Ulama, 2010).

Dalam bidang ekonomi, *gini coefficient* (G) digunakan untuk menggambarkan ketidaksetaraan yang dikembangkan dari *lorenz curve*. Secara sederhana, *gini coefficient* (G) adalah area antara *lorenz curve* dan garis *equality*. Menghitung koefisien *gini coefficient* (G) menjadi penting ketika membandingkan musim antara destinasi

yang satu dengan yang lainnya, atau ketika membandingkan musim antarperiode tahun sehingga diperoleh ukuran numerik yang membuat perbandingan dapat diandalkan dan mudah dipahami (Þórhallsdóttir & Ólafsson, 2017).



Gambar 1. Ilustrasi Perhitungan *gini coefficient* dari *lorenz curve*

Dengan bantuan ilustrasi pada Gambar 1, diperoleh formula perhitungan *gini coefficient* (G) (Lundtorp, 2001) sebagai berikut.

$$G = \frac{2}{n} \sum_{i=1}^n (X_i - Y_i)$$

dimana:

n adalah jumlah dari pecahan data yang diamati (contoh, jumlah bulan = 12),

X_i adalah ranking dari pecahan yang diamati (Contoh: 1/12, 2/12 . . .)

sehingga $X_i = 1/n$, dan

Y_i adalah kumulatif dari pecahan yang diamati dalam *lorenz curve*.

Semakin tinggi nilai *gini coefficient* (G) mengindikasikan semakin besarnya perbedaan distribusi data setiap bulannya. Nilai 0 menunjukkan data setiap bulan dalam satu tahun berdistribusi sama rata (equal). Hasil

perhitungan *gini coefficient* (G) bernilai 1 menunjukkan tersebar tidak merata setiap bulan dalam satu tahun (Karamustafa & Ulama, 2010). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi nilai *gini coefficient* (G), variasi musiman juga meningkat. Nilai *gini coefficient* (G) yang berada kurang dari 0,5 menunjukkan bahwa tingkat musiman berada di tingkat rendah (Alzboun, 2018).

Perhitungan *seasonality index* (I) awalnya digunakan untuk memperkirakan permintaan karena memperhitungkan data beberapa tahun sebelumnya berdasarkan rata-rata bergerak (*moving averages*) yang mempertimbangkan kehalusan fluktuasi selain pertimbangan musim (Alzboun, 2018). Akan tetapi, perhitungan ini tidak bisa diaplikasikan untuk destinasi baru karena membutuhkan data tahun-tahun sebelumnya (Karamustafa & Ulama, 2010). Nilai *seasonality index* (I) dihitung dengan formula Constantin & Daniela (Jangra & Kaushik, 2018):

$$I = \frac{v_n}{\bar{v}} \times 100$$

dimana,

v_n adalah jumlah kedatangan pada bulan n dan

\bar{v} adalah rata-rata jumlah pengunjung dalam 1 tahun.

Karamustafa & Ulama (2010) membagi musim menjadi beberapa bagian yaitu: *1st off-peak season*, *1st shoulder season*, *peak season*, *2nd shoulder season*, dan *2nd off-peak season*. Pertama, *1st off-peak season* adalah periode ketika nilai *Seasonality Index* (I) berada kurang dari 100 dan bergerak menuju nilai 100. Kedua, *1st shoulder season* adalah periode ketika nilai *seasonality index* (I) bergerak naik dari 100 menuju *peak season*. Ketiga, *peak season* merupakan periode puncak. Keempat, *2nd shoulder season* adalah nilai *seasonality index* (I) bergerak turun dari *peak season* menuju nilai 100.

Kelima, 2nd *off-peak season* merupakan pergerakan nilai *seasonality index (I)* turun dari 100 setelah periode 2nd *shoulder season*.

Perkembangan permintaan pasar internasional di Bali terlihat pada kunjungan wisatawan mancanegara yang terus mengalami peningkatan/pertumbuhan positif selama kurun waktu 5 tahun terakhir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Perkembangan Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Bali, Periode Tahun 2015—2019

| Periode | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|--------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Januari | 301.748 | 350.592 | 460.824 | 358.065 | 455.570 |
| Februari | 338.991 | 375.744 | 453.985 | 452.423 | 437.456 |
| Maret | 305.272 | 364.113 | 425.499 | 492.678 | 449.569 |
| April | 313.763 | 380.767 | 477.464 | 516.777 | 477.069 |
| Mei | 295.973 | 394.557 | 489.376 | 528.512 | 486.602 |
| Juni | 359.702 | 405.835 | 504.141 | 544.550 | 549.516 |
| Juli | 382.683 | 484.231 | 592.046 | 624.366 | 604.323 |
| Agustus | 303.621 | 438.135 | 601.884 | 573.766 | 606.412 |
| September | 389.060 | 445.716 | 550.520 | 555.903 | 590.398 |
| Oktober | 369.447 | 432.215 | 465.085 | 517.889 | 567.967 |
| November | 270.935 | 413.232 | 361.006 | 406.725 | 97.925 |
| Desember | 370.640 | 442.800 | 315.909 | 498.819 | 552.403 |
| Total | 4.001.835 | 4.927.937 | 5.697.739 | 6.070.473 | 6.275.210 |
| +/- | 6,2% | 23,1% | 15,6% | 6,5% | 3,4% |

Sumber: BPS Provinsi Bali, 2020

Pada tabel di atas terlihat bahwa selama periode 2015-2019, atau kurun waktu 5 tahun, kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali terus mengalami peningkatan. Pada tahun 2015 kunjungan mencapai 4 juta atau meningkat sebesar 6,2% dibandingkan tahun sebelumnya. Pada tahun 2016, kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali tercatat 4,9 juta atau meningkat sebesar 23,1% dan tercatat sebagai pertumbuhan tertinggi dalam kurun waktu 5 tahun terakhir. Pada tahun 2017 ada 5,7 juta kunjungan atau meningkat sebesar 15,6%. Pada tahun 2018, mencapai 6,1 juta kunjungan atau meningkat sebesar 6,5%. Sementara itu, pada tahun 2019, angkanya mencapai 6,3 juta atau meningkat sebesar 3,4% dan tercatat sebagai pertumbuhan

terendah dalam kurun waktu 5 tahun terakhir.

Berdasarkan data tahun 2019, kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali mencapai 6,3 juta atau rata-rata per bulan sejumlah 522.934 orang. Apabila dibandingkan dengan pencapaian nasional sebesar 16.106.954 kunjungan (BPS-Statistics Indonesia, 2020), Bali berkontribusi sebesar 38,96% terhadap kunjungan wisatawan mancanegara secara keseluruhan. Ini menunjukkan peran strategis Bali pada indikator kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia. Jika terjadi fluktuasi pada kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali, dampaknya akan sangat terasa pada tingkat nasional. Berdasarkan laporan Perkembangan Pariwisata Provinsi Bali (Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, 2020:3), kunjungan wisatawan mancanegara langsung ke

Bali selama tahun 2019 didominasi oleh wisatawan Australia (19,78%), Tiongkok (18,90%), India (5,96%), Inggris (4,58%), Amerika Serikat (4,41%), Jepang (4,11%), Korea Selatan (3,40%), Perancis (3,30%), Jerman (3,14%), dan Malaysia (2,95%).

Identifikasi pola musiman kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali dilakukan melalui perhitungan dengan menggunakan 3 indikator pengukuran pola musiman, antara lain: *seasonality ratio* untuk mengidentifikasi variasi pola musiman, *gini coefficients*

untuk mengidentifikasi kesenjangan pola musiman, dan *seasonality index* untuk mengidentifikasi kelompok musim.

Seasonality Ratio (\mathcal{R})

Untuk mengetahui variasi musiman selama periode 5 tahun terakhir, digunakan metode perhitungan *seasonality ratio* (\mathcal{R}).

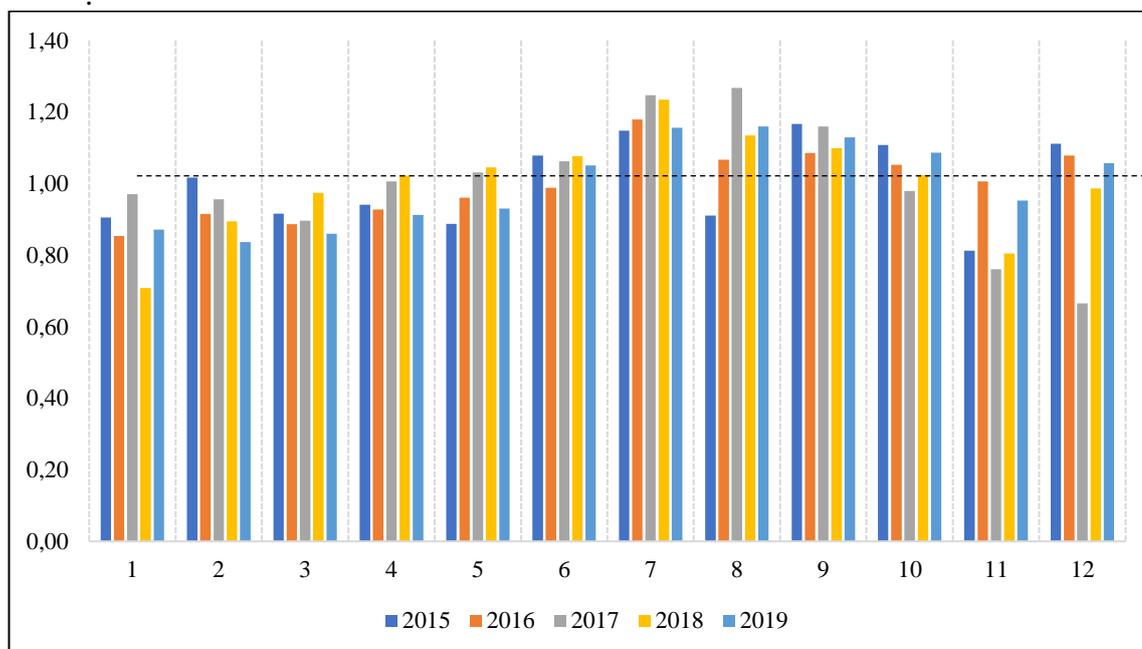
Tabel 2. Perhitungan *Seasonality Ratio* (\mathcal{R}) Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Bali, Periode 2015—2019

| Periode | <i>Seasonality Ratio</i> (\mathcal{R}) per bulan | | | | | | | | | | | | <i>Seasonality Ratio</i> (\mathcal{R}) |
|---------|--|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|--|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | |
| 2015 | 0,90 | 1,02 | 0,92 | 0,94 | 0,89 | 1,08 | 1,15 | 0,91 | 1,17 | 1,11 | 0,81 | 1,11 | 1,17 |
| 2016 | 0,85 | 0,91 | 0,89 | 0,93 | 0,96 | 0,99 | 1,18 | 1,07 | 1,09 | 1,05 | 1,01 | 1,08 | 1,18 |
| 2017 | 0,97 | 0,96 | 0,90 | 1,01 | 1,03 | 1,06 | 1,25 | 1,27 | 1,16 | 0,98 | 0,76 | 0,67 | 1,27 |
| 2018 | 0,71 | 0,89 | 0,97 | 1,02 | 1,04 | 1,08 | 1,23 | 1,13 | 1,10 | 1,02 | 0,80 | 0,99 | 1,23 |
| 2019 | 0,87 | 0,84 | 0,86 | 0,91 | 0,93 | 1,05 | 1,16 | 1,16 | 1,13 | 1,09 | 0,95 | 1,06 | 1,16 |

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2020

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 2, *seasonality ratio* (\mathcal{R}) kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali selama periode 2015—2019 atau selama 5 tahun terakhir adalah sebagai berikut: Nilai *seasonality ratio* (\mathcal{R}) teridentifikasi sebesar 1,17 (tahun 2015), 1,18 (tahun 2016), 1,27 (tahun 2017), 1,23 (tahun 2018), dan 1,16 (tahun 2019). Dengan demikian, selama periode 5 tahun terakhir nilai *seasonality ratio* (\mathcal{R}) berada di antara 1,16 hingga 1,27. Jika mengacu kepada Karamustafa dan Ulama (2010), kunjungan

wisatawan mancanegara ke Bali setiap periodenya memiliki tingkat variasi yang tidak signifikan atau rendah. Berdasarkan perhitungan tersebut diperoleh hasil bahwa *seasonality ratio* (\mathcal{R}) pada 2016—2018 menunjukkan peningkatan dan tahun 2019 menunjukkan penurunan. Pada perhitungan tersebut juga teridentifikasi bahwa terdapat kesamaan pola musim pada tahun 2015, 2016, dan 2019, yakni ketiganya memiliki nilai *seasonality ratio* (\mathcal{R}) yang hampir sama



Gambar 2. Grafik *Seasonality Ratio* (\mathcal{R}) per Bulan, Periode 2015—2019
Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2020

Pada gambar 2 terlihat bahwa nilai *seasonality ratio* (\mathcal{R}) relatif sama pada tahun 2015, 2016, dan 2019. Ketiganya memiliki nilai di atas 1,00 pada 6 periode bulan. Mengacu kepada Karamustafa dan Ulama (2010), nilai *seasonality ratio* (\mathcal{R}) menunjukkan variasi musiman. Pada tahun 2015, hal ini terjadi pada bulan Februari, Juni, Juli, September, Oktober, dan Desember. Pada tahun 2016 terjadi pada bulan Juli, Agustus, September, Oktober, November, dan Desember. Pada tahun 2019 terjadi pada bulan Juni, Juli, Agustus, September, Oktober, dan Desember. Tahun 2017 dan 2018 masing-masing memiliki nilai *seasonality ratio* (\mathcal{R}) yang berbeda secara signifikan. Dengan demikian, sebaran nilai *seasonality ratio* per bulan yang berada di atas 1,00 pun berbeda satu dengan yang lainnya.

Gini Coefficient (G)

Mengidentifikasi ketimpangan pola musiman dilakukan melalui pendekatan *lorenz curve* (Gambar 3) di bawah.

Gambar 3 menunjukkan perkembangan kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali dalam bentuk kurva *lorenz*. Hasil pengolahan data menggunakan *gini coefficient* (G) menghasilkan nilai antara 0,03—0,06 dengan nilai rata-rata *gini coefficient* (G) selama 2015—2019 atau selama 5 tahun terakhir adalah sebesar 0,05. Jika mengacu pada Alzboun (2018), dapat dikatakan bahwa tingkat musiman kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali berada di tingkat rendah. Berdasarkan Karamustafa & Ulama (2010), kenyataan bahwa nilai *gini coefficient* (G) mendekati 0 (nol) menunjukkan bahwa distribusi kunjungan wisatawan mancanegara per bulan relatif merata. Temuan ini

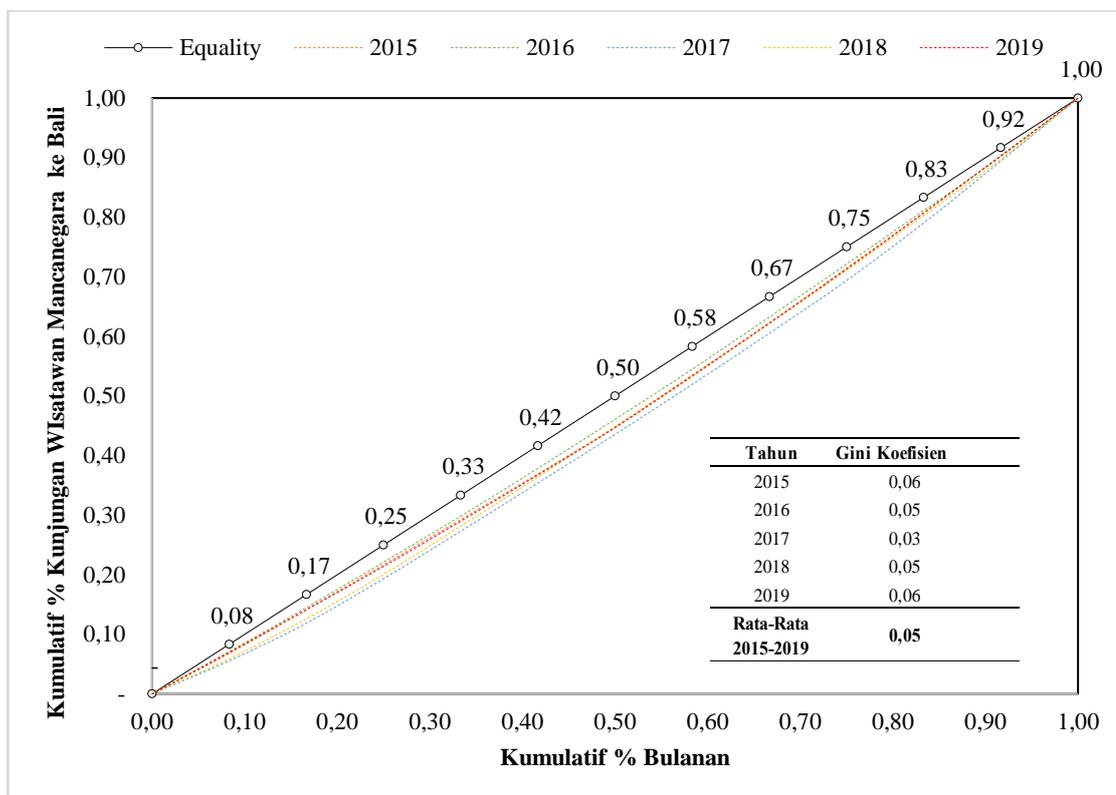
memperlihatkan bahwa perbedaan atau selisih antara kunjungan wisatawan mancanegara per bulannya memiliki nilai yang tidak signifikan. Terlihat pula bahwa dengan nilai *seasonality ratio* (\mathcal{R}) yang relatif sama (seperti perhitungan sebelumnya untuk periode tahun 2015, 2016 dan 2019), hasil perhitungan *gini coefficient* (G) untuk ketiga periode tersebut juga menunjukkan hasil yang relatif sama. Akan tetapi, nilai *seasonality ratio* (\mathcal{R}) yang relatif berbeda pada tahun 2018 ternyata memiliki nilai *gini coefficient* (G) yang relatif sama dengan periode 2015, 2016, dan 2019.

Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa variasi musiman yang rendah tidak dapat menggambarkan ketimpangan. Perhitungan *gini coefficient* (G) untuk pola musiman menjadi penting dilakukan untuk mengetahui ketimpangan yang terjadi pada periode tertentu. Berdasarkan hasil tersebut dapat terlihat bahwa variasi musiman yg rendah sehingga tidak adanya ketimpangan/perbedaan secara signifikan.

Seasonality Index (I)

Identifikasi pola musiman berdasarkan kelompok musim, yaitu *1st off-peak season*, *1^s shoulder season*, *peak season*, *2nd shoulder season*, dan *2nd off-peak season* dapat dilihat pada tabel 3.

Pada tabel 3 terlihat bahwa terdapat periode yang selama 5 tahun terakhir memiliki rata-rata nilai *seasonality index* (I) lebih dari 100, yaitu pada bulan ke 6, 7, 8, 9, dan 10. Dengan kata lain, terdapat 5 periode bulan yang tergolong pada *1^s shoulder season*, *peak season*, dan *2nd shoulder season*, serta 7 periode bulan yang tergolong dalam *1st off-peak season*, dan *2nd off-peak season*.



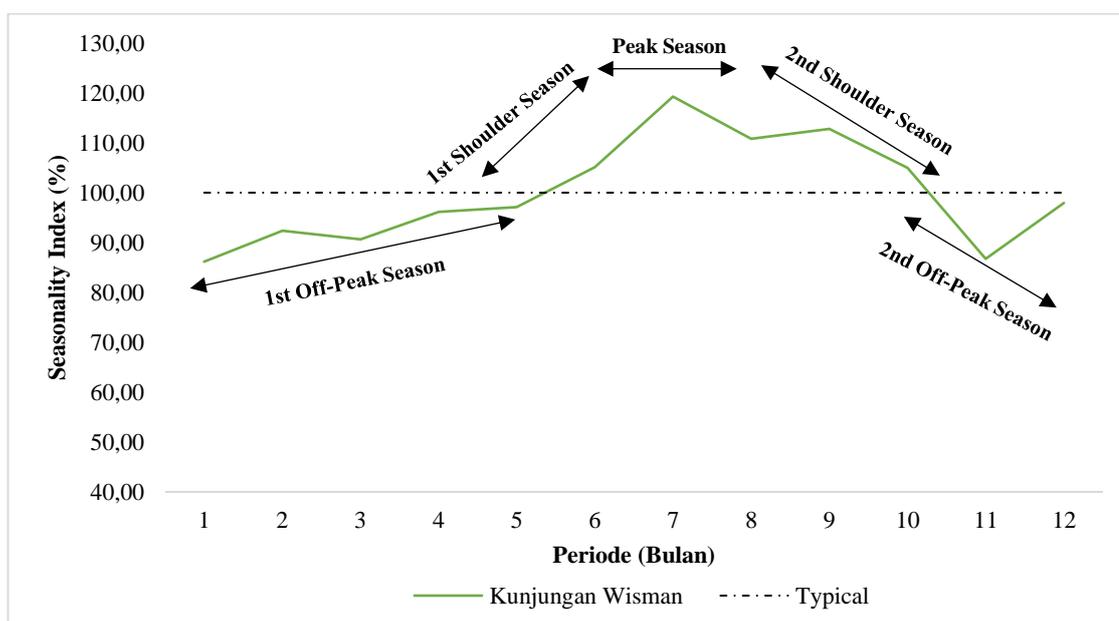
Gambar 3. Lorenz Curve dan Gini Coefficient (G) Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Bali, Periode 2015—2019

Tabel 3. Perhitungan Seasonality Index (I) Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Bali, Periode 2015—2019

| Periode | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
|------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|-------|
| Rata ² v_n/\bar{v} | 0,86 | 0,92 | 0,91 | 0,96 | 0,97 | 1,05 | 1,19 | 1,11 | 1,13 | 1,05 | 0,87 | 0,98 |
| I | 86,16 | 92,37 | 90,64 | 96,15 | 97,08 | 105,12 | 119,27 | 110,78 | 112,79 | 104,99 | 86,70 | 97,95 |

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 202

Identifikasi pola musiman selama 5 tahun terakhir secara jelas dapat dilihat pada gambar 4 berikut:



Gambar 4. *Seasonality Index (I)* Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Bali, Periode 2015—2019

Gambar 4 memperlihatkan bahwa selama kurun waktu 5 tahun terakhir pola kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali adalah sebagai berikut. Pertama, *1st off-peak season* terjadi pada bulan ke-1 (Januari) hingga bulan ke-5 (Mei). Kedua, *1st shoulder season* terjadi pada bulan ke-6 (Juni). Ketiga, *peak season* terjadi pada bulan ke-7 (Juli). Keempat, *2nd shoulder season* terjadi pada bulan ke-8 (Agustus) hingga bulan ke-10 (Oktober). Kelima, *2nd off-peak season* terjadi pada bulan ke-11 (November) dan 12 (Desember). Ini menunjukkan bahwa pola musiman menuju ke *peak season* cenderung mengalami peningkatan drastis dengan hanya berselang 1 bulan saja, yaitu bulan Juni, sedangkan pola pada saat meninggalkan *peak season* cenderung bertahap selama 3 bulan yaitu bulan Agustus, September, dan Oktober. Periode *peak season* hanya terkonsentrasi pada 1 periode bulan saja yaitu bulan ke-7 (Juli) selama periode 5 tahun terakhir.

SIMPULAN

Berdasarkan kajian ini didapatkan beberapa temuan terkait pola musiman kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali. Pertama, dari perhitungan *seasonality ratio* menemukan bahwa kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali menunjukkan tingkat variasi yang tidak signifikan dan ditemukan persamaan pola variasi musiman pada tahun 2015, 2016, dan 2019. Tiga periode tersebut memiliki kesamaan, yaitu memiliki periode di atas *off-peak season* sebanyak enam kali dalam satu tahun. Kedua, perhitungan *gini coefficients* menunjukkan bahwa kunjungan memiliki sebaran per bulan yang relatif merata dengan tingkat musiman yang rendah atau selisih antara kunjungan wisatawan mancanegara per bulannya memiliki perbedaan nilai yang tidak signifikan. Ketiga, perhitungan *seasonality index* menunjukkan bahwa *peak season* selama 5 tahun terakhir terkonsentrasi pada bulan Juli dengan pola menuju *peak season* atau *1st shoulder season* terjadi pada bulan Juni sedangkan pola meninggalkan *peak*

season atau 2nd *shoulder season* terjadi pada bulan Agustus, September, dan Oktober. Periode *off-peak season* umumnya terjadi pada bulan Januari hingga Mei serta November dan Desember.

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan dalam membuat kebijakan yang terkait dengan pemasaran pariwisata Indonesia, khususnya yang terkait dengan pasar wisatawan mancanegara untuk Bali. Kajian ini memberi informasi tentang kapan waktu yang tepat untuk melakukan aktivasi kegiatan pemasaran dan bagaimana memosisikan Bali pada pasar internasional. Optimalisasi kegiatan yang mampu menambah periode *peak season* penting untuk dilakukan sehingga kurva kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali memiliki periode *peak season* relatif lebih lama (lebih dari satu bulan). Pengemasan atraksi wisata yang tidak hanya membuat wisatawan tertarik melihat pertunjukan tetapi juga ikut serta dalam aktivitas wisata, mengikuti rangkaian kegiatan kebudayaan, serta menggabungkan berbagai jenis wisata sehingga memperpanjang durasi tinggal wisatawan. Optimalisasi periode *off-season* (1st *off-peak season*, dan 2nd *off-peak season*) dapat terwujud dengan melakukan kegiatan pemasaran dan promosi untuk mengisi kekosongan pasar internasional pada periode-periode tersebut.

Penelitian lebih lanjut dari pola musiman diperlukan untuk memastikan pemahaman yang lebih baik terhadap fenomena penyebab musiman, kuantifikasi implikasi, serta strategi (Corluka, 2019). Penulis menyadari bahwa kajian ini memiliki keterbatasan sehingga perlu kajian lain yang mampu memperkaya hasil kajian ini. Kajian lain seperti menghubungkan pola kunjungan/permintaan pasar dengan kondisi sosial-budaya, ekonomi, dan

politik, perlu dilakukan untuk melihat faktor-faktor apa saja yang mampu mempengaruhi pola musiman dari kunjungan wisatawan mancanegara.

DAFTAR PUSTAKA

Buku/Laporan

- Andres, E. A. S., Cheok, D., & Othman, L. (2016). *Tourist Arrivals and Inclusive Growth* (Advance Free Trade for Asia-Pacific Prosperity No. Issue Paper No. 11). Heng Mui Keng Terrace. Retrieved from https://www.apec.org/-/media/APEC/Publications/2016/8/Tourist-Arrivals-and-Inclusive-Growth/Tourist-Arrivals-and-Inclusive-Growth_final-report_11Aug2016.pdf.
- BPS-Statistics Indonesia. (2020). *National Tourism and Transportation Development Statistics December 2019* (in bahasa). Jakarta. Diakses dari <https://www.bps.go.id/pressrelease/download.html?nrbfveve=MTcxMQ%3D%3D&sdfs=ldjfdifsdjkfahi&twoadfnofeuf=MjAyMC0wMy0xMSAxNT00MzoyMw%3D%3D>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. (2020). *Perkembangan Pariwisata Provinsi Bali Desember 2019*. Diakses dari <https://bali.bps.go.id/pressrelease/download.html?nrbfveve=NzE3MzI1&sdfs=ldjfdifsdjkfahi&twoadfnofeuf=MjAyMC0wNC0wOCAwOTowMDozOQ%3D%3D>.
- Butler, R. W. (2001). Sesonality in Tourism: Issues and Implications. In S. Page (Ed.), *Advances in Tourism Research Series* (pp. 5–21). Kidlington: Elsevier Science Ltd.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, & International Labour Organization. (2012). *Rencana Strategis Pariwisata Berkelanjutan dan Green Jobs untuk Indonesia*. Jakarta. Diakses dari https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/---ilo-jakarta/documents/publication/wcms_209132.

- Lundtorp, S. (2001). Measuring Tourism Seasonality. In S. Page (Ed.), *Advances in Tourism Research Series* (pp. 23–50). Kidlington: Elsevier Science Ltd.
- Tourism Australia. (2018). *High Value Traveller Snapshot*. Diakses dari <https://www.tourism.australia.com/content/dam/assets/document/1/7/5/e/w/2013224.pdf>.
- Jurnal/Prosiding**
- Algieri, B., Aquino, A., & Succurro, M. (2018). International Competitive Advantages in Tourism: An Eclectic View. *Tourism Management Perspectives*, 25 (November 2017), 41–52. Diakses dari <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.11.003>
- Alzboun, N. (2018). Measuring Seasonality of Tourism Demand in Petra, Jordan (2006–2017). *Modern Applied Science*, 12(9), 131–139. Diakses dari <https://doi.org/10.5539/mas.v12n9p131>
- Antara, M., & Prameswari, Y. A. (2018). Push and Pull Factors of Tourists Visit the Tourism Destination of Bali, Indonesia. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 6(1), 2372–5133. diakses dari <https://doi.org/10.15640/jthm.v6n1a11>
- Antara, M., & Sumarniasih, M. S. (2017). Role of Tourism in Economy of Bali and Indonesia. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 5(2), 34–44. Diakses dari <https://doi.org/10.15640/jthm.v5n2a4>
- Artal-Tur, A., Pallardó-López, V. J., & Requena-Silvente, F. (2016). Examining The Impact of Visa Restrictions on International Tourist Flows Using Panel Data. *Estudios de Economia*, 43(2), 265–279. Diakses dari <https://doi.org/10.4067/S0718-52862016000200005>
- Battour, M., Hakimian, F., Ismail, M., & Boğan, E. (2018). The Perception Of Non-Muslim Tourists Towards Halal Tourism: Evidence From Turkey And Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 9(4), 823–840. Diakses dari <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2017-0072>
- Cannas, R. (2012). An Overview of Tourism Seasonality: Key Concepts and Policies. *Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 3(5), 40–58. Diakses dari <https://almatourism.unibo.it/article/view/3120>
- Choe, Y., Kim, H., & Joun, H.-J. (2019). Differences in Tourist Behaviors Across The Seasons: The Case of Northern Indiana. *Sustainability, MDPI, Open Journal Access*, 11(16), 1–16. Diakses dari <https://doi.org/10.3390/su11164351>
- Cooper, C. (2016). *Essentials of Tourism (Second Edi)*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Corluka, G. (2019). Tourism Seasonality – An Overview. *Journal of Business Paradigms*, 4(1), 21–43. Diakses dari https://www.researchgate.net/profile/Goran_Corluka/publication/336085306_TOURISM_SEASONALITY_-_AN_OVERVIEW/links/5d8dbedb299bf10cff12cbaf/TOURISM-SEASONALITY-AN-OVERVIEW.pdf
- Fernández-morales, A. (2014). Leisure , Sport & Tourism Education. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 15, 116–123. Diakses dari <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2014.08.001>
- Firawan, I. G. N. F., & Suryawan, I. B. (2016). Potensi Daya Tarik Wisata Air Terjun Nungnung Sebagai Daya Tarik Wisata Alam. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 4(2), 92. Diakses dari <https://doi.org/10.24843/jdepar.2016.v04.i02.p15>
- Gnanapragasam, S. R. (2018). Tourist Arrivals in Sri Lanka: A Comparative Study of Holt-Winter's versus Box-Jenkin's Modeling Methods. *OUSL Journal*, 13(1), 65–91. Diakses dari <https://doi.org/DOI:http://doi.org/10.4038/ouslj.v13i1.73>

- 95
- Jangra, R., & Kaushik, S. P. (2018). Analysis of Trends and Seasonality in the Tourism Industry : The Case of A Cold Desert Destination-Kinnaur, Himachal Pradesh. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 7(1), 1–16. Diakses dari ajhtl.com/uploads/7/1/6/3/7163688/article_15_vol_7__1__2018.pdf
- Jayaprakash, K. (2017). Factors Influencing The Tourists to Visit Udhagamandalam. *International Journal of Management & Social Science Research Review*, 1, 40–44. Diakses dari https://www.researchgate.net/profile/Jayaprakash_k/publication/321051267_FACTORS_INFLUENCING_THE_TOURISTS_TO_VISIT_UDHAGAMANDALAM/links/5a0ac88ba6fdcc2736dece20/FACTORS-INFLUENCING-THE-TOURISTS-TO-VISIT-UDHAGAMANDALAM.pdf
- Jin, Q., Hu, H., & Kavan, P. (2016). Factors influencing perceived crowding of tourists and sustainable tourism destination management. *Sustainability* (Switzerland), 8(10), 1–17. Diakses dari <https://doi.org/10.3390/su8100976>
- Karamustafa, K., & Ulama, S. (2010). Measuring The Seasonality in Tourism with The Comparison of Different Methods. *EuroMed Journal of Business*, 5(2), 191–214. Diakses dari <https://doi.org/10.1108/14502191011065509>
- Kastenholz, E., & Almeida, A. L. de. (2015). Analyzing Seasonal Differences in A Destination's Tourist Market: *The Case of Minho. Marketing Places and Spaces*, 10, 253–267. Diakses dari <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/S1871-317320150000010018>
- Lim, C., & McAleer, M. (1999). A Seasonal Analysis of Malaysian Tourist Arrivals to Australia. *Mathematics and Computers in Simulation*, 48(4), 573–583. Diakses dari [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0378-4754\(99\)00038-5](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0378-4754(99)00038-5)
- Liu, J., Pan, H., & Zheng, S. (2019). Tourism Development, Environment and Policies: Differences Between Domestic and International Tourists. Sustainability, *MDPI, Open Journal Access*, 11(1390), 1–15. Diakses dari <https://doi.org/10.3390/su11051390>
- Liu, X., Li, J. J., & Kim, W. G. (2015). The Role of Travel Experience in The Structural Relationships Among Tourists' Perceived Image, Satisfaction, and Behavioral Intentions. *Tourism and Hospitality Research*, 1–12. Diakses dari <https://doi.org/10.1177/1467358415610371>
- Mariyono, J. (2017). Determinants of Demand for Foreign Tourism in Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 18(1), 82–92. Diakses dari <https://doi.org/https://doi.org/10.23917/jep.v18i1.2042>
- Maulana, A. (2019). Kajian Perhitungan Global Gross Travel Propensity (GTP) Dan Country Potential Generation Index (CPGI) 2016. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 4(2), 139–148. Diakses dari <https://doi.org/https://doi.org/10.26905/jpp.v4i2.2594>
- Mishra, S. S., & Bansal, V. (2017). Role of source-destination proximity in international inbound tourist arrival : empirical evidences from India Role of source-destination proximity in international inbound tourist. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 540–553. Diakses dari <https://doi.org/10.1080/10941665.2017.1287107>
- Moon, H., & Han, H. (2018). Tourist Experience Quality and Loyalty to An Island Destination: The Moderating Impact of Destination Image. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 1–17. Diakses dari <https://doi.org/10.1080/10548408.2018.1494083>
- Mylonopoulos, D., Moira, P., & Kikilia, A. (2016). The Travel Advice as an

- Inhibiting Factors of Tourism Movement. *Originalni Članak*, 10, 13–26. Diakses dari <https://doi.org/10.5937/timsact10-9902>
- Nugroho, I. A., Gunawan, S., Awirya, A. A., & Nurman, P. (2017). The Effect of Exchange Rate Fluctuations on Bali Tourism Sector. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 1(Desember), 4–6. Diakses dari <https://doi.org/10.14203/JEP.25.1.2017.15-26>
- Ob, E., & Mp, D. (2018). The Influence of Visa Restrictions on the Choice of Travel Destination among the Academic and Senior Staff of Michael Okpara University of Agriculture, Umudike. *Journal of Tourism & Hospitality*, 7(2), 1–8. Diakses dari <https://doi.org/10.4172/2167-0269.1000351>
- Secareanu, C., & Firoiu, D. (2011). Statistical methods Used In The Analysis And Forcast of The Tourism Activity Affected by Seasonality. *Romanian Economic and Business Review*, 6(4), 150–157. Diakses dari <http://www.rebe.rau.ro/RePEc/rau/journal/W111/REBE-W111-A14.pdf>
- Šergo, Z., Matošević, I., & Zanini-Gavranić, T. (2016). Seasonality In Tourism Demand: Panel Models With Censored Data. In *Interdisciplinary Management Research XII* (pp. 1–10). Opatija. Diakses dari https://www.researchgate.net/profile/Goran_Corluka/publication/336085306_TOURISM_SEASONALITY_-_AN_OVERVIEW/links/5d8dbedb299bf10cff12cbaf/TOURISM-SEASONALITY-AN-OVERVIEW.pdf
- Suastika, I. G. Y., & Yasa, I. N. M. (2015). Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan, Lama Tinggal Wisatawan dan Tingkat Hunian Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah dan Kesejahteraan Masyarakat Pada Kabupaten/Kota di Provinsi Bali. *Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 6(7), 1332–1362. Diakses dari <https://ojs.unud.ac.id/index.php/eep/article/view/29349>
- Subadra, I. N., Sutapa, I. K., Artana, I. W. A., Yuni, L. K. H. K., & Sudiarta, M. (2019). Investigating Push and Pull Factors of Tourists Visiting Bali as a World Tourism Destination. *International Journal of Multidisciplinary Educational Research*, 8(8(7)), 253–269. Diakses dari <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.9916247>
- Sukaatmadja, I. P. G., Wardana, M., Purbawangsa, I. B. A., & Rahanatha, G. B. (2017). Pariwisata Spiritual: Berbasis Event-Event Upadara Agama Hindu. In *Prosiding Seminar Nasional AIMI* (pp. 27–28). Diakses dari https://repository.unja.ac.id/3829/61/529_538_aimi.pdf
- Sukirman, O. (2017). Apakah Anggaran Pemasaran Pariwisata Pemerintah Efektif dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan? *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal*, 7(2), 121–128. Diakses dari <https://doi.org/https://doi.org/10.17509/thej.v7i2.9018.g5613>
- Theara, C. (2017). On the Investigation of Factors Affecting International Tourist Arrivals to Cambodian Market: A Static and Dynamic Gravity Approach On the Investigation of Factors Affecting International Tourist. *Southeast Asian Journal of Economics*, 5(2), 115–138. Diakses dari https://mpr.aub.uni-muenchen.de/83813/1/MPRA_paper_83813.pdf
- Turrión-Prats, J., & Duro, J. A. (2018). Tourist seasonality and the role of markets. *Journal of Destination Marketing and Management*, 8(November), 23–31. Diakses dari <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.11.004>
- Utama, I. G. B. R. (2016a). Destination Image of Bali Based on the Push Motivational Factors, Identity and

- Destination Creations in the Perspective of Foreign Senior Tourist. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 18(1), 16–24. Diakses dari <https://doi.org/10.9744/jmk.18.1.16>
- Utama, I. G. B. R. (2016b). Keunikan Budaya dan Keindahan Alam sebagai Citra Destinasi Bali menurut Wisatawan Australia Lanjut Usia. *Jurnal Kajian Bali*, 06(1), 149–172. Diakses dari <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/JKB.2020.v10.i01>
- Windayani, I. A. R. S., & Budhi, M. K. S. (2017). Pengaruh Kunjungan Wisatawan, Tingkat Hunian Hotel, Pengeluaran Wisatawan Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja dan Pertumbuhan Ekonomi Di Provinsi Bali. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 6(2), 195–224. Retrieved from Diakses dari <https://ojs.unud.ac.id/index.php/eep/article/view/27267/17564>
- Yusup, M. F., Kanyan, A., Kasuma, J., Kamaruddin, H., & Adlin, J. (2016). Determinants of Factors and The Growth of Tourism Industry in Langkawi Island. *Journal of Scientific Research and Development*, 3(2), 13–20. Diakses dari https://www.researchgate.net/profile/Jati_Kasuma/publication/302896554_Determinants_of_factors_and_the_growth_of_tourism_industry_in_Langkawi_Island/links/5732b8f508ae9ace840486d2/Determinants-of-factors-and-the-growth-of-tourism-industry-in-Langkawi-Isla
- Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe Penelitian Deskriptif dalam Ilmu Komunikasi. *Jurnal Diakom*, 1(2), 83–90. Diakses dari <https://doi.org/https://doi.org/10.17933/diakom.v1i2.20>
- Pórhallsdóttir, G., & Ólafsson, R. (2017). A method to Analyse Seasonality in The Distribution of Tourists in Iceland. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 19 (December 2016), 17–24. Diakses
- dari <https://doi.org/10.1016/j.jort.2017.05.001>