

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengatasi kesulitan devisa Indonesia melalui peningkatan penerimaan devisa ekspor pariwisata Indonesia dengan cara mengetahui letak kekuatan dan kelemahan ekspor pariwisata Indonesia ke 13 negara dengan sumbangan terbesar terhadap devisa ekspor pariwisata Indonesia. Periode waktu yang digunakan terbagi menjadi dua periode yaitu “sebelum” (tahun 2012-2014) dan “pada saat” (tahun 2014-2016) pemerintahan Presiden Joko Widodo. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Constant Market Share* (CMS). Penelitian ini tidak memasukkan efek distribusi pasar (EDP), karena negara-negara yang digunakan dalam penelitian bukan merupakan suatu integrasi ekonomi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terjadi perubahan letak kekuatan sektor pariwisata Indonesia dari yang semula terletak pada efek pertumbuhan ekspor dunia (EPED) di era “sebelum”, berubah menjadi terletak pada efek komposisi komoditas (EKK) di era “pada saat”. Hal ini menunjukkan bahwa berwisata ke Indonesia telah menjadi pilihan prioritas bagi wisatawan. Selain itu hasil efek daya saing (EDS) di kedua era menunjukkan hasil yang bervariasi. Ada negara yang secara konsisten menganggap pariwisata Indonesia relatif murah, ada negara yang secara konsisten menganggap pariwisata Indonesia relatif mahal, dan ada pula negara yang menganggap pariwisata Indonesia menjadi semakin relatif murah. Namun tidak ada negara yang menganggap bahwa pariwisata Indonesia menjadi semakin relatif mahal.

Kata kunci: Pariwisata Indonesia, peningkatan devisa ekspor, *Constant Market Share* (CMS), efek pertumbuhan ekspor dunia, efek komposisi komoditas, efek daya saing

## **ABSTRACT**

*This study aims to address Indonesia's foreign exchange difficulties through increasing Indonesia's foreign exchange export earnings by knowing the strengths and weaknesses of Indonesia's tourism exports to 13 countries with the largest contribution to Indonesia's tourism export foreign exchange. The time period used is divided into two periods, namely "before" (in 2012-2014) and "at the time" (2014-2016) of President Joko Widodo's government. The analytical tool used in this study is Constant Market Share (CMS). This research does not include the market effect (EDP), because the countries used in research are not an economic integration. The results showed that there was a change in the position of the power of the Indonesian tourism sector from what had originally been in the world growth effect (EPED) in the "before" era, changed to lie in the commodity effect (EKK) in the "at the moment" era. This shows that traveling to Indonesia has become a priority choice for tourists. In addition, the results of the competitive effect (EDS) in both eras showed mixed results. There are countries that consistently consider Indonesian tourism to be relatively cheap, there are countries that consistently consider Indonesian tourism relatively expensive, and there are also countries that consider Indonesian tourism to be increasingly cheaper. But no country considers that Indonesian tourism is becoming increasingly expensive.*

*Keywords: Indonesian tourism, increased export foreign exchange, Constant Market Share (CMS), world growth effect, commodity effect, competitive effect*