

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu daerah. Objek wisata yang dikelola dengan baik dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pendapatan daerah, membuka lapangan pekerjaan, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Oleh karena itu, analisis pendapatan objek wisata menjadi hal yang penting untuk menilai efektivitas pengelolaan dan potensi pengembangan lebih lanjut.

Menurut Nugraha (2023) Indonesia mempunyai potensi serta daya tarik pariwisata bersama dengan keragaman dan keindahan alam baik di dasar lautan maupun di daratan Indonesia yang terus mengalami peningkatan dari waktu ke waktu, dan dapat terlihat dari wisatawan yang berkunjung ke daerah tujuan wisata di Indonesia, yang mana mereka berkunjung ke destinasi tersebut karena keindahan alam dan keunikan dari suatu destinasi serta keanekaragaman budayanya. Daya tarik industri pariwisata di Indonesia didorong untuk menjadi salah satu sektor yang memberikan modal besar dalam peningkatan perekonomian. Dapat dilihat dari para wisatawan yang berkunjung ke suatu destinasi wisata dengan tujuan untuk dapat melihat secara langsung keindahan alam, keunikan serta keanekaragaman budaya.

Pariwisata merupakan perpindahan atau perputaran dari suatu daerah tertentu dan akan kembali lagi ke titik semula, sehingga bernilai sesuatu perjalanan yang berputar. Pengertian pariwisata telah menjadi perhatian banyak kalangan, baik dari pakar ekonomi, sosial, budaya, politik, sosiologi, dan yang lainnya (Wirawan, 2022)

Bagi sebagian besar masyarakat yang daerahnya tidak memiliki sumber daya alam maupun yang daerahnya bukan daerah industri namun sebaliknya memiliki sumber daya budaya maka pariwisata menjadi pilihan sebagai tulang punggung perekonomian. (Riani, 2021).

Pendapatan objek wisata dapat berasal dari berbagai sumber, seperti tiket masuk, parkir, jasa pemandu wisata, penyewaan fasilitas, serta kerja sama dengan pihak ketiga. Namun, besarnya pendapatan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti jumlah kunjungan wisatawan, nilai tambah objek wisata, strategi promosi, fasilitas yang tersedia, dan kebijakan pemerintah daerah dalam mendukung sektor pariwisata.

Indonesia dikenal sebagai salah satu destinasi wisata utama di Asia. Indonesia memiliki kekayaan daya tarik wisata yang meliputi wisata budaya, sejarah, alam, hingga wisata buatan. Seperti diprovinsi Bali yang merupakan salah satu destinasi pariwisata utama di Indonesia yang memiliki kontribusi besar terhadap pendapatan daerah maupun nasional. Keunggulan Bali terletak pada kekayaan wisata budaya, alam, dan wisata buatan yang terintegrasi dengan kearifan lokal. Keberadaan pantai, pura, kawasan seni, serta pusat hiburan menjadikan Bali sebagai tujuan wisata favorit bagi wisatawan domestik dan mancanegara. Sektor pariwisata menjadi tulang punggung perekonomian Provinsi Bali, sehingga peningkatan pendapatan wisata menjadi prioritas dalam pembangunan daerah.

Pendapatan wisata di Provinsi Bali sangat bergantung pada tingkat kunjungan wisatawan. Dalam teori permintaan, keputusan wisatawan untuk berkunjung dipengaruhi oleh harga, kualitas layanan, serta daya tarik wisata yang ditawarkan. Harga tiket masuk objek wisata merupakan salah satu komponen penting dalam pengeluaran wisatawan. Penetapan harga tiket yang tidak sesuai dengan daya beli dan persepsi nilai wisatawan dapat menurunkan minat kunjungan. Sebaliknya, harga tiket yang proporsional dan kompetitif berpotensi meningkatkan jumlah kunjungan serta pendapatan wisata di Provinsi Bali.



Gambar 1.1 Perkembangan Jumlah Objek Daya Tarik Wisata Komersial di Indonesia 2019-2023, BPS

Berdasarkan Grafik 1.1 dari data BPS pada tahun 2023 menunjukan bahwa jumlah objek daya tarik wisata di Indonesia pada tahun 2023 mencapai 4.206, jumlah tersebut meningkat dari data yang di muat BPS pada tahun 2022 yang berjumlah 2.930 di Indonesia. Presentase meningkatnya objek daya tarik wisata yang mencapai 43,55%, jumlah tersebut menyakup objek daya tarik wisata alam, budaya, buatan, taman hiburan, kawasan pariwisata, wisata tirta

Daya tarik wisata merupakan salah satu konsep kunci dalam pariwisata. Secara teoritis, daya tarik wisata menggambarkan keseluruhan karakteristik suatu destinasi yang mampu memicu ketertarikan wisatawan untuk berkunjung, baik berupa unsur alam, budaya, buatan, maupun pengalaman yang unik. Daya tarik juga berperan sebagai kebutuhan internal wisatawan, yang menyebabkan wisatawan dapat memiliki niat untuk melakukan kunjungan pada suatu destinasi wisata.

Menurut Pakpahan (2024) Daya tarik wisata menjadi salah satu faktor dalam menghasilkan kepuasan pengunjung. Daya tarik wisata adalah sesuatu yang mendorong individu atau kelompok untuk melakukan perjalanan ke suatu lokasi karena memiliki tujuan tertentu. Tempat wisata yang memiliki daya tarik akan membuat pengunjung datang. Daya tarik ini bisa berupa keindahan, keunikan, makna sejarah, makna budaya dan lain sebagainya. Timbulnya keputusan berkunjung terjadi karena beberapa faktor seperti adanya daya tarik wisata, harga dan fasilitas. Pengunjung biasanya dapat mempertimbangkan ketiga faktor tersebut sebelum memutuskan untuk mengunjungi suatu objek wisata. (Frisnanda & Susanti 2025).

Menurut Ahmad (2022), Objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Berdasarkan teori kesejahteraan, sebuah pembangunan yang difokuskan pada peningkatan kesejahteraan dapat berlangsung dengan melakukan pemberian peran. Pemberian peran tersebut yang lebih penting atau terutama kepada negara, yakni dalam memberikan pelayanan sosial secara universal dan komperhensif.

Beberapa provinsi dengan jumlah objek wisata tinggi tidak selalu memiliki tingkat pendapatan yang sebanding. Kondisi ini mengindikasikan bahwa peningkatan kuantitas objek wisata belum tentu diikuti oleh efektivitas dalam menghasilkan pendapatan.

Pendapatan usaha objek daya tarik wisata di Indonesia menunjukkan distribusi yang tidak merata antarprovinsi. Meskipun secara nasional sektor pariwisata terus berkembang, tidak seluruh daerah mengalami peningkatan pendapatan yang sebanding dengan pertumbuhan jumlah objek wisata. Beberapa provinsi dengan jumlah usaha DTW yang relatif banyak tidak selalu memiliki tingkat pendapatan yang tinggi, sedangkan terdapat provinsi dengan jumlah objek wisata lebih sedikit namun mampu menghasilkan pendapatan yang lebih besar. Kondisi ini mengindikasikan adanya faktor lain yang memengaruhi efektivitas pengelolaan dan kemampuan objek wisata dalam menghasilkan pendapatan.

Selain itu, variasi dalam penetapan harga tiket masuk serta ketersediaan fasilitas pendukung juga diduga berperan dalam membentuk perbedaan tingkat pendapatan antarwilayah. Oleh karena itu, analisis terhadap kondisi pendapatan objek wisata menjadi penting untuk memahami sejauh mana faktor daya tarik wisata, harga tiket, dan fasilitas berkontribusi terhadap pendapatan usaha objek daya tarik wisata di Indonesia. Kondisi tersebut menimbulkan pertanyaan apakah jumlah objek daya tarik wisata, strategi harga tiket, dan ketersediaan fasilitas benar-benar berperan dalam menentukan besarnya pendapatan objek wisata.

Data BPS tahun 2023 menunjukkan bahwa pendapatan usaha objek daya tarik wisata komersial di Indonesia memiliki variasi yang cukup besar antarprovinsi. Terdapat provinsi dengan jumlah usaha DTW yang relatif tinggi namun tidak diikuti oleh tingkat pendapatan yang sebanding. Sebaliknya, terdapat provinsi dengan jumlah objek wisata yang lebih sedikit tetapi mampu menghasilkan pendapatan yang lebih besar. Kondisi ini mengindikasikan bahwa peningkatan kuantitas objek wisata belum tentu mencerminkan efektivitas dalam menghasilkan pendapatan. Selain itu, perbedaan struktur harga tiket dan ketersediaan fasilitas seperti restoran dan rumah makan diduga turut memengaruhi variasi pendapatan tersebut.

Berdasarkan data BPS tahun 2023, pendapatan usaha objek daya tarik wisata komersial menunjukkan disparitas yang sangat signifikan antarprovinsi. Pendapatan tertinggi tercatat di DKI Jakarta sebesar Rp 2.361.880,08 juta atau sekitar 2,36 triliun, sedangkan pendapatan terendah tercatat di Papua Barat sebesar Rp 282,33 juta atau sekitar 282 juta rupiah. Selisih keduanya mencapai Rp 2.361.597,75 juta. Selain itu, sebagian besar pendapatan terkonsentrasi pada beberapa provinsi seperti DKI Jakarta, Bali, dan Jawa Tengah, sementara provinsi lainnya berada pada tingkat pendapatan yang relatif rendah. Kondisi ini menunjukkan adanya ketimpangan regional dalam kemampuan objek wisata menghasilkan pendapatan.

Contoh perkembangan objek wisata di Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki potensi pariwisata unggulan dengan karakteristik wisata alam, budaya, serta pengembangan wisata halal. Keberadaan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika sebagai destinasi pariwisata super prioritas nasional menjadi pendorong utama pertumbuhan sektor pariwisata di NTB. Pengembangan kawasan ini diharapkan mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan serta memberikan dampak positif terhadap pendapatan wisata dan perekonomian daerah.

Pendapatan wisata di Provinsi NTB sangat dipengaruhi oleh tingkat kunjungan wisatawan. Dalam teori permintaan, keputusan wisatawan untuk berkunjung ditentukan oleh harga dan kualitas produk wisata yang ditawarkan. Harga tiket masuk objek wisata menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi minat berkunjung wisatawan. Penetapan harga tiket yang terlalu tinggi berpotensi menurunkan minat wisatawan, sedangkan harga tiket yang proporsional dapat meningkatkan jumlah kunjungan dan pendapatan wisata. Oleh karena itu, strategi penetapan harga tiket yang tepat sangat diperlukan dalam pengelolaan destinasi wisata di Provinsi NTB.



Gambar 1.2 Jenis Usaha Objek Daya Tarik Wisata Komersial menurut Tiga Besar Provinsi di Indonesia, BPS

Penetapan harga tiket yang tidak sesuai dengan persepsi nilai wisatawan dapat berdampak negatif terhadap pendapatan wisata. Harga tiket yang terlalu tinggi berpotensi menurunkan minat kunjungan, terutama bagi wisatawan domestik dengan daya beli terbatas. Sebaliknya, harga tiket yang terlalu rendah memang dapat meningkatkan jumlah kunjungan, tetapi belum tentu mampu mengoptimalkan pendapatan apabila tidak diimbangi dengan volume kunjungan yang memadai atau pengelolaan biaya yang efisien. Oleh karena itu, kebijakan harga tiket perlu mempertimbangkan keseimbangan antara keterjangkauan harga, kualitas layanan, serta nilai pengalaman yang diperoleh wisatawan.



Keberadaan dan kualitas DTW sangat berpengaruh terhadap tingkat pendapatan wisata. DTW yang memiliki keunikan, nilai autentik, serta daya saing tinggi cenderung mampu menarik jumlah wisatawan yang lebih besar dan mendorong kesediaan wisatawan untuk membayar harga tiket yang ditetapkan. Selain itu, DTW yang dikelola secara profesional dengan konsep yang jelas dan berkelanjutan dapat meningkatkan lama tinggal wisatawan serta mendorong

pengeluaran tambahan di dalam kawasan wisata, sehingga berdampak langsung pada peningkatan pendapatan wisata di Indonesia.

Sebaliknya, DTW yang kurang terawat, tidak memiliki diferensiasi, atau tidak mampu menyesuaikan diri dengan tren dan preferensi wisatawan berpotensi mengalami penurunan jumlah kunjungan dan pendapatan. Oleh karena itu, pengembangan DTW yang berorientasi pada kualitas daya tarik, pelestarian nilai budaya dan lingkungan, serta inovasi produk wisata menjadi faktor penting dalam meningkatkan pendapatan wisata di Indonesia.



Dari data yang diperoleh dari beberapa provinsi yang berada di 4 provinsi besar tersebut Bali menjadi magnet bagi pengunjung asing untuk berkunjung ke Indonesia. Sekitar 75,86 persen atau 4,01 juta pengunjung asing mengunjungi Bali. Selain Bali, usaha DTW di pulau Jawa juga berhasil menarik pengunjung asing. Provinsi Jawa Tengah dikunjungi sekitar 9,13 persen (0,48) juta pengunjung asing, Jawa Timur dikunjungi 5,16 persen (0,27) juta pengunjung asing, dan DI. Yogyakarta dikunjungi sebesar 0,16 juta pengunjung asing atau sekitar 3,02 persen.



Gambar 1.5 Pendapatan dan Pengeluaran Usaha Objek Daya Tarik Wisata Komersial di Indonesia (miliar rupiah), 2024, BPS

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Usaha objek daya tarik wisata komersial menjadi bagian penting dalam industri pariwisata karena mampu menghasilkan pendapatan serta membuka lapangan kerja. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), perkembangan pendapatan dan pengeluaran usaha objek daya tarik wisata komersial di Indonesia menunjukkan dinamika yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir.

Pada tahun 2021, pendapatan usaha objek daya tarik wisata komersial tercatat sebesar 1.954 miliar rupiah, sedangkan pengeluarannya mencapai 2.163 miliar rupiah. Hal ini menunjukkan bahwa pengeluaran usaha lebih besar dibandingkan pendapatan, sehingga usaha objek wisata pada periode tersebut mengalami kondisi keuangan yang kurang menguntungkan. Kondisi ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor seperti rendahnya jumlah kunjungan wisatawan, terbatasnya aktivitas pariwisata yang dikarenakan masih adanya wabah COVID 19, serta tingginya biaya operasional yang tetap harus dikeluarkan oleh pengelola objek wisata.

Pada tahun-tahun berikutnya, pendapatan usaha objek daya tarik wisata mulai mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Pada tahun 2022 pendapatan meningkat menjadi 3.637 miliar rupiah, dan kemudian melonjak secara drastis pada tahun 2023 menjadi 11.144 miliar rupiah, hingga mencapai 11.631 miliar rupiah pada tahun 2024. Sementara itu, pengeluaran usaha juga mengalami peningkatan namun tidak sebesar pertumbuhan pendapatan, yaitu dari 2.946 miliar rupiah pada tahun 2022 menjadi 4.765 miliar rupiah pada tahun 2023 dan 5.038 miliar rupiah pada tahun 2024.

Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa sektor usaha objek daya tarik wisata komersial di Indonesia mengalami perbaikan kinerja ekonomi yang cukup signifikan setelah tahun 2021. Namun demikian, perbedaan antara pendapatan dan pengeluaran serta perubahan naik turun yang terjadi menunjukkan adanya dinamika dalam pengelolaan usaha pariwisata yang perlu dikaji lebih lanjut. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang lebih mendalam untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan pendapatan dan pengeluaran usaha objek daya tarik wisata komersial di Indonesia.

Keberadaan dan kualitas DTW sangat berpengaruh terhadap tingkat pendapatan wisata. DTW yang memiliki keunikan, nilai autentik, serta daya saing tinggi cenderung mampu menarik jumlah wisatawan yang lebih besar dan mendorong kesediaan wisatawan untuk membayar harga tiket yang ditetapkan. Selain itu, DTW yang dikelola secara profesional dengan konsep yang jelas dan berkelanjutan dapat meningkatkan lama tinggal wisatawan serta mendorong pengeluaran tambahan di dalam kawasan wisata, sehingga berdampak langsung pada peningkatan pendapatan wisata di Indonesia.

Harga tiket adalah harga yang harus dibayar wisatawan untuk memasuki atau menggunakan suatu fasilitas/objek wisata. Dalam teori pemasaran jasa, harga bukan hanya jumlah uang yang dibayar, tetapi juga cerminan dari nilai yang diterima oleh konsumen. Harga yang dirasakan sepadan dengan manfaat akan meningkatkan kepuasan pada konsumen dan banyaknya kunjungan yang dilakukan oleh konsumen.

Menurut Tasari (2025), Harga juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan karena merupakan nilai sejumlah dana yang harus dibayar sebagai imbalan atas suatu barang atau jasa yang berupa produk atau layanan, sementara itu harga tempat wisata merupakan nilai atau nilai biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk mengakses berbagai fasilitas atau layanan yang ditawarkan di suatu lokasi wisata. Harga adalah salah satu aspek yang mempunyai posisi penting dalam pendekatan pemasaran yang dapat menjadi sumber pendapatan. Secara umum, harga yaitu nilai dari suatu produk atau layanan yang disebutkan dalam bentuk uang. Sementara itu (Tina & Kholid, 2020).

Menurut Rukmana & Halik (2026) Persepsi wisatawan tentang harga di latar belakang oleh kondisi ekonomi dan lingkungan tiap individu yang berbeda-beda. Harga tiket juga menjadi salah satu pertimbangan utama bagi wisatawan dalam memutuskan untuk mengunjungi kembali suatu destinasi wisata. Harga tiket wisata yang diberlakukan dapat menciptakan berbagai persepsi bagi para wisatawan, seperti sepadan atau tidaknya harga tiket dengan daya tarik wisata yang dirasakan atau harga tiket yang cukup mahal karena belum termasuk biaya parkir atau tambahan biaya lainnya untuk menikmati fasilitas yang tersedia.



Gambar 1.6 Banyaknya Fasilitas yang Tersedia di Usaha Objek Daya Tarik Wisata Komersial, 2022, BPS

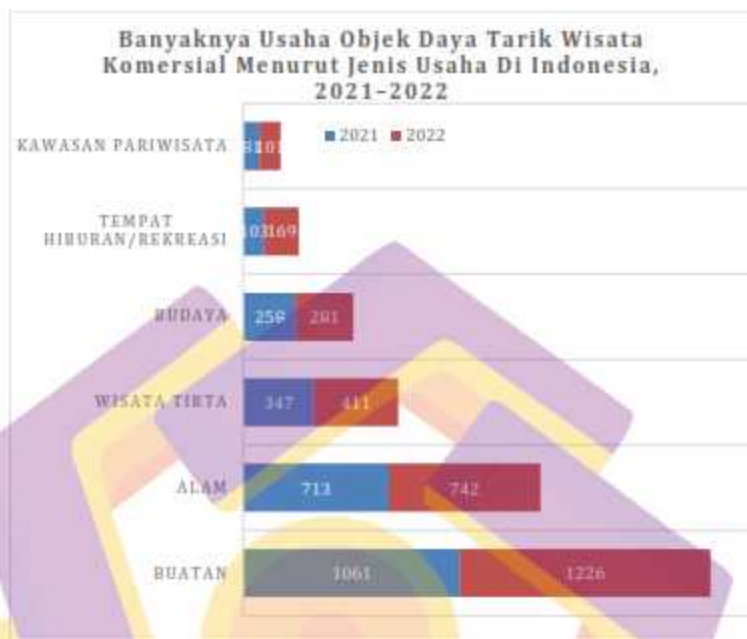
Dari Grafik diatas Toilet dan area parkir menjadi fasilitas yang paling dibutuhkan oleh pengunjung atau wisatawan di tempat wisata. Berdasarkan gambar 9 terlihat bahwa ketersediaan toilet di usaha DTW komersial sudah mencapai 94,10 persen atau 2.757 usaha, sedangkan untuk area parkir sebanyak 2.716 usaha atau sekitar 92,70 persen usaha. Usaha DTW yang memiliki tempat ibadah sebanyak 2.224 usaha atau sekitar 75,90 persen, jalur evakuasi sebanyak 2.050 usaha atau sekitar 69,97 persen, pusat informasi sebanyak 2.006 usaha atau sekitar 68,46 persen, prosedur pelaksanaan kegiatan/SOP sebanyak 1.988 usaha atau sekitar 67,85 persen dan resto/tempat makan sudah terdapat di 1.611 usaha DTW komersial atau sekitar 54,98 persen.

Terdapat beberapa fasilitas yang keberadaannya masih dibawah lima puluh persen dari total keseluruhan usaha DTW komersial. Usaha DTW yang memiliki panduan objek wisata sekitar 48,05 persen, sedangkan yang menerapkan pembatasan pengunjung sebanyak 36,08 persen. Fasilitas pemandu wisata sebesar 36,66 persen, toko/kios cinderamata (33,04 persen), dan asuransi (28,43 persen).

Dalam teori pelayanan pariwisata, fasilitas termasuk hal mempengaruhi persepsi kualitas layanan dan nilai yang dirasakan. Semakin lengkap fasilitas pada suatu wisata dapat menjadi sesuatu nilai tambah pada wisata tersebut, semakin tinggi pula pengalaman positif yang dirasakan wisatawan, dan ini dapat meningkatkan pendapatan pada wisata tersebut.

Menurut Tasari (2025) Fasilitas yang mencakup fasilitas dan infrastruktur yang disediakan guna mendukung kenyamanan, keamanan, dan kemudahan bagi pengunjung atau pengguna suatu tempat atau layanan. Fasilitas termasuk dalam sumber daya berwujud yang diperlukan sebelum produk jasa dipasarkan kepada pelanggan. Elemen penting pada layanan jasa sehingga fasilitas, tampilan interior dan eksterior serta aspek kebersihan perlu mendapatkan perhatian khusus karena akan berdampak langsung pada pengalaman pengunjung.

Menurut Anggraita (2023) Tersedianya fasilitas yang memenuhi segala kebutuhan wisatawan sewaktu menikmati destinasi wisata menciptakan nilai tersendiri bagi wisatawan. Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen.



Gambar 1.7 Banyaknya Usaha Objek Daya Tarik Wisata Komersial menurut Jenis Usaha di Indonesia, 2021-2022, BPS

Pertumbuhan usaha DTW menurut jenis usaha di Indonesia semuanya positif di tahun 2022. Usaha DTW komersial menurut jenis usaha terbagi menjadi 6 kelompok yaitu Daya Tarik Wisata Alam, Daya Tarik Wisata Budaya, Daya Tarik Wisata Buatan, Taman Hiburan dan Rekreasi, Kawasan Pariwisata, serta Wisata Tirta.

Keberadaan usaha DTW komersial buatan pada tahun 2022 selalu ada di setiap provinsi di Indonesia. Jumlah usaha DTW komersial didominasi oleh Daya Tarik Wisata buatan sebanyak 1.226 usaha (41,84 persen dari total DTW). Sedangkan pertumbuhan terbesar pada Taman Hiburan dan Rekreasi yaitu sebesar 64,08 persen dari 103 usaha di tahun 2021 menjadi 169 usaha di tahun 2022.

Sementara itu, Objek Daya Tarik Wisata Alam sebanyak 742 usaha atau bertumbuh sebesar 4,07 persen dibanding tahun lalu dengan jumlah usaha DTW wisata alam sebesar 713. Diikuti oleh Wisata Tirta sebanyak 411 usaha dengan pertumbuhan sebesar 18,44 persen dibanding tahun sebelumnya. Sedangkan Wisata Budaya tumbuh sebesar 8,91 persen (dari 258 usaha menjadi 281 usaha). Kawasan Pariwisata di Indonesia bertumbuh sebesar 24,69 persen, dari 81 usaha menjadi 101 usaha.

Menurut Gunggung (2024), Atraksi wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keindahan, keunikan, baik kekayaan budaya maupun hasil buatan manusia yang menjadi faktor daya tarik dan menjadi tujuan wisatawan untuk berkunjung, sehingga menjadikan wisatawan termotivasi untuk berkunjung ke objek wisata tersebut.

Namun, dalam praktiknya belum banyak yang menjelaskan sejauh mana pengaruh daya tarik wisata, harga tiket, dan fasilitas terhadap pendapatan wisata di Indonesia. Hal ini mendorong perlunya penelitian yang tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga analitis, sehingga dapat memberikan rekomendasi yang bermanfaat bagi pengelola obyek wisata, pemerintah daerah, dan pelaku industri pariwisata. Penelitian sebelumnya belum menganalisis secara simultan pada provinsi secara nasional menggunakan data BPS 2023.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pendapatan suatu objek wisata, mengidentifikasi faktor-faktor yang berpengaruh, serta memberikan rekomendasi yang dapat diterapkan guna meningkatkan pendapatan objek wisata.

1.2. Rumusan Masalah

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki objek wisatanya di tiap kepulauannya, dan dalam pertumbuhan ekonomi objek wisata memiliki pada sektor pariwisatanya masih kurang stabilnya pendapatan pariwisata, dengan ini penulis ingin mengetahui peran beberapa hal yang dapat mempengaruhi perkembangan pendapatan objek wisata. Dengan adanya latar belakang, berikut pertanyaan yang dapat di angkat dalam penelitian ini :

1. Bagaimana pengaruh jumlah objek daya tarik wisata pada pendapatan objek wisata?
2. Bagaimana pengaruh harga tiket wisata pada pendapatan objek wisata?
3. Bagaimana pengaruh fasilitas pada pendapatan objek wisata?
4. Bagaimana pengaruh simultan jumlah objek wisata, harga tiket dan fasilitas pada pendapatan objek wisata?

1.3. Tujuan Penelitian

Dengan adanya rumusan masalah di atas, adapun beberapa manfaat penelitian ini sebagai berikut

1. Menganalisis pengaruh jumlah objek wisata pada pendapatan objek wisata.
2. Menganalisis pengaruh harga tiket wisata pada pendapatan objek wisata.
3. Menganalisis pengaruh fasilitas pada pendapatan objek wisata.
4. Menganalisis pengaruh jumlah objek wisata, harga tiket, dan fasilitas pada pendapatan objek wisata.

1.4. Manfaat Penelitian

Dengan tujuan penelitian di atas, adapun beberapa manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini sebagai tugas akhir dan salah satu syarat kelulusan dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Amikom Yogyakarta. Penelitian ini juga dapat memberikan pengetahuan dan wawasan peneliti terkait hal yang berpengaruh dalam pendapatan objek wisata di Indonesia

2. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang dapat dipertanggung jawabkan tentang objek wisata yang berapa di Indonesia dan dapat menanggulangi masalah yang ada dalam pengelolaan objek wisata yang dapat mempengaruhi pendapatan objek wisata.

3. Bagi Akademisi

Peneletian ini dapat dijadikan sumber informasi dan literasi terkait pendapatan objek wisata dan pariwisata.

1.5. Sistematika Bab

Adapun sistematika penelitian yang di susun dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang uraian landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang jenis dan sumber data, objek penelitian, definisi oprasional variable penelitian, model penelitian dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai hasil analisis data yang diperoleh dari perhitungan dan pembahasan berdasarkan masalah yang ada.

BAB V PENUTUP

Bab ini mengenai uraian tentang kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian dan saran.