

Preferensi Pariwisata Alam Generasi Z dan Peran Sektor Pariwisata dalam Struktur Pendapatan Daerah Kota Yogyakarta (2022–2025)

Aurel Celia Anggraini¹, Tiara Zahrotul Anja², Indra Devian Lumban Gaol³

^{1,2,3} Universitas Negeri Surabaya

email: 25112064014@mhs.unesa.ac.id, 25112064069@mhs.unesa.ac.id, indragaol@unesa.ac.id

Published: September, 2026

ABSTRAK

Artikel ini membahas penelitian yang bertujuan menganalisis hubungan antara pertumbuhan sektor pariwisata dengan PAD Kota Yogyakarta, serta mengevaluasi pengaruh preferensi wisata generasi Z terhadap potensi pendapatan daerah. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif deskriptif dengan memanfaatkan data sekunder pada tahun 2022-2025, serta memanfaatkan data primer dalam bentuk kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sektor pariwisata memberikan kontribusi pada PAD Kota Yogyakarta, meskipun bukan kontribusi langsung dan bukan dalam bentuk linier. Hal ini disebabkan adanya mekanisme tidak langsung melalui sektor pendukung seperti akomodasi, transportasi, konsumsi, serta adanya efek jeda (lag) dalam konversi aktivitas pariwisata menjadi PAD. Preferensi generasi Z dalam memilih wisata alam sebenarnya tidak menurunkan potensi PAD Kota Yogyakarta, melainkan meningkatkan kedudukan Kota Yogyakarta sebagai pusat ekonomi pariwisata (tourism service hub). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan jumlah pengunjung bukanlah cukup untuk mengoptimalkan PAD jika tidak dapat meningkatkan kontribusi terhadap PAD dengan lebih efektif.

Kata Kunci: *PAD, Sektor Pariwisata, Preferensi Wisata Generasi Z, Tourism Service Hub, Kontribusi Tidak Langsung, Kota Yogyakarta*

ABSTRACT

This study aims to analyze the relationship between tourism sector growth and Regional Original Revenue (PAD) in Yogyakarta City, as well as to evaluate the influence of Generation Z's tourism preferences on regional revenue potential. This research employs a descriptive quantitative method using secondary data from 2022–2025 and primary data collected through questionnaires. The findings indicate that the tourism sector contributes to PAD in Yogyakarta City, although the contribution is indirect and non-linear. This occurs due to indirect mechanisms through supporting sectors such as accommodation, transportation, and consumption, as well as a time lag effect in converting tourism activities into regional revenue. Furthermore, Generation Z's preference for nature tourism does not reduce PAD potential; instead, it strengthens Yogyakarta City's position as a tourism service hub. These findings suggest that increasing tourist arrivals alone is insufficient to optimize PAD without enhancing the quality of economic activities generated by tourism.

Keywords: PAD, tourism sector, Generation Z tourism preferences, tourism service hub, indirect contribution, Yogyakarta City

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan salah satu indikator utama untuk menilai kemandirian keuangan suatu daerah. Semakin besar sumbangan PAD dalam total pendapatan suatu daerah, maka akan semakin tinggi kemampuan daerah dalam membiayai pembangunan secara mandiri tanpa bergantung kepada pemerintah pusat (Halim, 2016). Menurut Mardiasmo (2018), PAD mencerminkan kapasitas fiskal daerah dalam menggali dan mengelola sumber-sumber pendapatan yang berasal dari potensi ekonomi lokal. Daerah yang memiliki PAD tinggi umumnya memiliki tingkat kemandirian yang lebih baik dalam menjalankan fungsi pemerintahan, pembangunan, dan pelayanan publik. Sejalan dengan itu, Mahmudi (2019) menjelaskan bahwa peningkatan PAD menjadi salah satu tujuan utama desentralisasi fiskal karena dapat memperkuat kemampuan pemerintah daerah dalam

menentukan prioritas pembangunan sesuai kebutuhan masyarakat setempat. Oleh karena itu, pengoptimalan sumber-sumber PAD menjadi strategi utama dalam meningkatkan kemampuan keuangan suatu daerah, termasuk melalui pengembangan sektor-sektor potensial seperti pariwisata.

Sektor pariwisata termasuk salah satu bidang penting yang memberikan kontribusi besar bagi perekonomian daerah dan menjadi sumber potensial untuk meningkatkan PAD. Menurut Yoeti (2016), pariwisata merupakan industri yang mampu menghasilkan devisa sekaligus menciptakan berbagai peluang ekonomi bagi masyarakat di sekitar destinasi wisata. Selain memberikan kontribusi langsung berupa pendapatan dari pajak daerah dan retribusi, pariwisata juga mempunyai efek pengganda (*multiplier effect*) terhadap sektor lain seperti transportasi, perdagangan, perhotelan, dan akomodasi (Pitana & Diarta, 2016). Spillane (2018) menyatakan bahwa perkembangan sektor pariwisata mampu mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui peningkatan aktivitas konsumsi wisatawan yang berdampak pada meningkatnya pendapatan pelaku usaha serta penyerapan tenaga kerja. Dengan demikian, sektor pariwisata tidak hanya berperan sebagai sumber pendapatan daerah, tetapi juga sebagai instrumen pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

Perkembangan industri pariwisata secara global saat ini juga tidak terlepas dari pengaruh kemajuan teknologi digital. Menurut Buhalis dan Law (2008), transformasi digital telah mengubah cara wisatawan mencari informasi, merencanakan perjalanan, melakukan pemesanan, hingga membagikan pengalaman wisata mereka kepada publik. Xiang dan Gretzel (2017) menjelaskan bahwa internet dan media sosial telah menjadi sumber informasi utama dalam proses pengambilan keputusan perjalanan wisata. Kemunculan berbagai platform digital menyebabkan wisatawan lebih mudah memperoleh informasi mengenai destinasi wisata yang ingin dikunjungi. Dalam konsep *electronic word of mouth (e-WOM)*, ulasan dan pengalaman wisatawan yang dibagikan secara daring memiliki pengaruh besar terhadap persepsi calon wisatawan terhadap suatu destinasi (Litvin et al., 2018). Oleh karena itu, perkembangan teknologi informasi telah menjadi salah satu faktor penting yang menentukan daya saing destinasi wisata di era modern.

Kota Yogyakarta sebagai salah satu destinasi wisata favorit di Indonesia memiliki keistimewaan sebagai pusat kebudayaan, sejarah, pendidikan, dan pariwisata. Menurut Pitana dan Gayatri (2015), daya tarik utama Yogyakarta terletak pada kekayaan budaya yang masih terjaga serta keberadaan berbagai situs sejarah yang memiliki nilai edukatif dan budaya tinggi. Kehadiran destinasi wisata terkenal seperti Jalan Malioboro, Keraton Yogyakarta, Taman Sari, Museum Benteng Vredeburg, serta berbagai pusat seni dan budaya menjadikan kota ini sebagai salah satu pusat kegiatan pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta. Selain itu, keberadaan fasilitas pendukung seperti hotel, penginapan, restoran, pusat perbelanjaan, dan sarana transportasi yang memadai turut meningkatkan daya tarik wisatawan untuk berkunjung. Menurut Cooper et al. (2018), keberhasilan suatu destinasi wisata sangat dipengaruhi oleh empat komponen utama yang dikenal sebagai konsep *4A*, yaitu *attraction*, *accessibility*, *amenities*, dan *ancillary services*. Keempat komponen tersebut relatif telah dimiliki oleh Kota Yogyakarta sehingga mampu mempertahankan posisinya sebagai salah satu destinasi unggulan nasional.

Dalam beberapa tahun terakhir, jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Yogyakarta menunjukkan tren pertumbuhan yang signifikan. Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa jumlah wisatawan meningkat dari 7.444.888 wisatawan pada tahun 2022 menjadi 11.011.254 wisatawan pada tahun 2025. Peningkatan tersebut juga diikuti oleh bertambahnya jumlah hotel, penginapan, restoran, dan berbagai usaha pendukung pariwisata lainnya yang menunjukkan adanya pertumbuhan aktivitas ekonomi berbasis pariwisata. Menurut Damanik dan Weber (2016), peningkatan jumlah kunjungan wisatawan akan menghasilkan peningkatan permintaan terhadap berbagai produk dan jasa lokal yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan daerah. Dalam teori ekonomi pariwisata, peningkatan aktivitas wisata tersebut akan memberikan dampak positif terhadap PAD melalui penerimaan pajak hotel, pajak restoran, pajak hiburan, serta berbagai bentuk retribusi daerah lainnya.

Namun demikian, dinamika pariwisata saat ini tidak hanya dipengaruhi oleh jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga oleh perubahan karakteristik dan preferensi wisatawan. Haddouche dan Salomone (2018) menjelaskan bahwa generasi Z memiliki kecenderungan untuk mencari pengalaman wisata yang unik, autentik, dan memiliki nilai visual tinggi yang dapat dibagikan melalui media sosial. Generasi ini lebih mengutamakan pengalaman dibandingkan kepemilikan (*experience over ownership*) serta lebih dipengaruhi oleh rekomendasi digital dibandingkan promosi konvensional. Selain itu, Lehto (2019) menyatakan bahwa media sosial telah berkembang menjadi sumber informasi yang sangat penting dalam menentukan pilihan destinasi wisata. Kaplan dan Haenlein (2019) juga menegaskan bahwa platform media sosial mampu membentuk persepsi dan citra suatu destinasi melalui konten yang dibuat oleh pengguna (*user-generated content*). Kondisi ini kemudian memengaruhi pola kunjungan wisatawan, termasuk kecenderungan wisatawan untuk memilih destinasi wisata alam yang banyak terdapat di Kabupaten Gunungkidul, Kabupaten Sleman, dan Kabupaten Bantul dibandingkan kawasan perkotaan seperti Kota Yogyakarta.

Fenomena tersebut menjadi menarik untuk dikaji karena Kota Yogyakarta tidak memiliki keunggulan wisata alam yang dominan sebagaimana kabupaten lain di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Meskipun demikian, kontribusi sektor pariwisata terhadap PAD Kota Yogyakarta tetap menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun.

Menurut Inskeep (2017), kontribusi ekonomi pariwisata tidak hanya berasal dari objek wisata utama, tetapi juga dari fungsi suatu wilayah sebagai pusat aktivitas wisata, pusat akomodasi, pusat perdagangan, dan pusat distribusi perjalanan wisata. Dalam konteks ini, Kota Yogyakarta berperan sebagai *tourism hub* yang menjadi pusat pergerakan wisatawan sebelum mengunjungi berbagai destinasi di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Peran tersebut menyebabkan aktivitas ekonomi yang berkaitan dengan pariwisata tetap terkonsentrasi di Kota Yogyakarta sehingga mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap PAD.

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis sumbangan sektor pariwisata terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Yogyakarta serta mengidentifikasi dinamika pertumbuhan pariwisata yang terjadi selama beberapa tahun terakhir. Penelitian ini juga diharapkan mampu mengkaji bagaimana perubahan minat wisatawan, khususnya generasi Z, memengaruhi pola kunjungan wisata dan potensi penerimaan daerah dari sektor pariwisata. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis dalam pengembangan kajian ekonomi pariwisata serta menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan pengembangan pariwisata yang adaptif terhadap perubahan perilaku wisatawan di era digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif untuk menganalisis hubungan antara pertumbuhan sektor pariwisata dan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Yogyakarta serta mengidentifikasi preferensi wisata Generasi Z terhadap berbagai jenis destinasi wisata. Pendekatan deskriptif kuantitatif dipilih karena mampu memberikan gambaran empiris mengenai perkembangan sektor pariwisata dan kontribusinya terhadap pendapatan daerah secara sistematis, objektif, dan terukur berdasarkan data numerik yang tersedia.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data sekunder dan data primer. Data sekunder diperoleh dari berbagai publikasi resmi pemerintah, terutama Badan Pusat Statistik (BPS) dan Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta. Data tersebut meliputi Pendapatan Asli Daerah (PAD), penerimaan pajak daerah dan retribusi daerah, jumlah kunjungan wisatawan, jumlah objek wisata, serta jumlah hotel dan fasilitas akomodasi yang tersedia selama periode 2022–2025. Selain itu, penelitian juga memanfaatkan data kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara pada berbagai destinasi wisata di Kota Yogyakarta untuk mengidentifikasi perkembangan aktivitas pariwisata dari tahun ke tahun.

Sementara itu, data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang termasuk dalam kategori Generasi Z, yaitu individu yang lahir pada rentang tahun 1997–2012. Pemilihan responden dilakukan menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria bahwa responden pernah melakukan aktivitas wisata di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Kuesioner disebar secara daring untuk memperoleh informasi mengenai preferensi wisata responden, termasuk kecenderungan memilih wisata alam atau wisata perkotaan, frekuensi perjalanan wisata, serta faktor-faktor yang memengaruhi pemilihan destinasi wisata.

Dataset penelitian mencakup berbagai variabel yang berkaitan dengan perkembangan sektor pariwisata dan keuangan daerah Kota Yogyakarta. Variabel tersebut meliputi data PAD Kota Yogyakarta tahun 2022–2025, data pajak daerah dan retribusi daerah, jumlah kunjungan wisatawan, jumlah objek wisata, serta jumlah hotel dan akomodasi yang beroperasi pada periode penelitian. Keseluruhan data tersebut digunakan untuk menggambarkan perkembangan sektor pariwisata dan kontribusinya terhadap perekonomian daerah.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dan penyebaran kuesioner. Studi dokumentasi digunakan untuk memperoleh data sekunder dari laporan statistik dan publikasi resmi pemerintah daerah yang berkaitan dengan sektor pariwisata dan keuangan daerah. Seluruh data yang diperoleh kemudian disusun dan dikelompokkan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Adapun pengumpulan data primer dilakukan melalui distribusi kuesioner kepada responden Generasi Z untuk memperoleh informasi mengenai pola preferensi wisata yang berkembang di kalangan generasi muda.

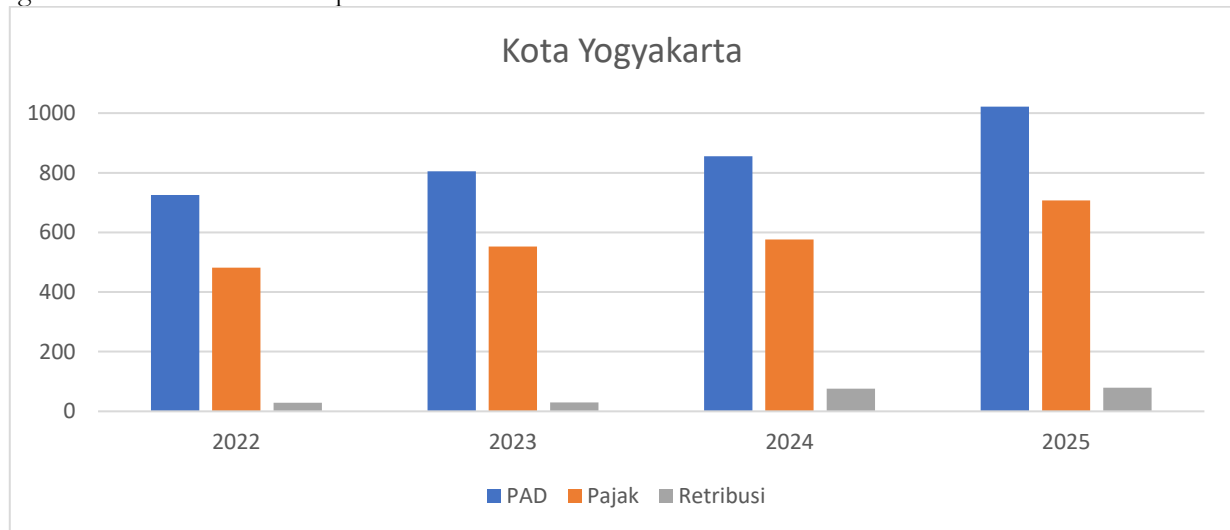
Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan deskriptif, komparatif, dan interpretatif. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan tren perkembangan sektor pariwisata dan PAD Kota Yogyakarta selama periode penelitian. Analisis komparatif digunakan untuk membandingkan perkembangan indikator pariwisata dan keuangan daerah antar tahun sehingga dapat diketahui pola pertumbuhan yang terjadi. Selanjutnya, analisis interpretatif digunakan untuk memahami keterkaitan antara preferensi wisata Generasi Z dengan dinamika perkembangan sektor pariwisata di Kota Yogyakarta.

Penelitian ini tidak menghitung kontribusi sektor pariwisata terhadap PAD secara langsung melalui model statistik inferensial, melainkan menggunakan pendekatan deskriptif-komparatif dengan membandingkan perkembangan PAD terhadap indikator-indikator pariwisata, seperti jumlah kunjungan wisatawan, jumlah objek wisata, serta jumlah fasilitas akomodasi. Melalui pendekatan tersebut, penelitian berupaya mengidentifikasi hubungan antara pertumbuhan sektor pariwisata, perubahan preferensi wisata generasi muda, dan potensi kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Yogyakarta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Perkembangan Pendapatan Asli Daerah Kota Yogyakarta (2022–2025)

Hasilnya menunjukkan bahwa Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Yogyakarta mengalami peningkatan yang stabil dari tahun 2022 sampai tahun 2025.



Pada tahun 2022, jumlah total PAD direkam sebesar 725,5 juta dan terus meningkat hingga melampaui jumlah 1,02 miliar pada tahun 2025. Hal ini menandai adanya peningkatan kapasitas fiskal daerah yang berkelanjutan dari masa tersebut. Melihat pada pajak daerah, memainkan peran krusial sebagai komponen utama bagi PAD. Nilainya menunjukkan peningkatan yang signifikan sebesar 482 juta pada tahun 2022 dan melampaui 707 juta pada tahun 2025. Hal ini menandai bahwa ketergantungan PAD terhadap pajak daerah memang besar dan sekaligus menandai bahwa pajak daerah yang mencerminkan meningkatnya aktivitas ekonomi. Sementara itu, retribusi daerah menunjukkan pola berbeda. Di tahun 2022 dan 2023, angkanya cenderung tetap di sekitar 29 juta. Namun, di tahun 2024 terjadi peningkatan signifikan hingga mencapai sekitar 76 juta, dan kembali mengalami kenaikan pada tahun 2025 menjadi sekitar 79 juta. Peningkatan ini adalah bentuk perbaikan dalam manajemen layanan publik berbayar atau penyesuaian kebijakan tarif daerah yang berdampak langsung pada peningkatan penerimaan daerah.

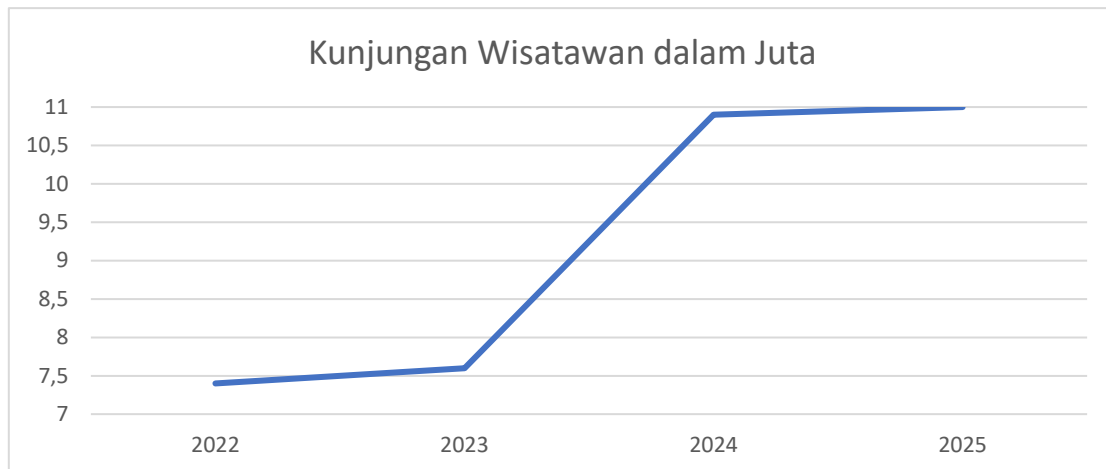
Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat peningkatan kapasitas fiskal daerah yang stabil dari tahun ke tahun. Jika dilihat dari segi persentase, terdapat peningkatan sekitar 11% dari tahun 2022 sampai tahun 2023, lalu sekitar 6% dari tahun 2023 sampai tahun 2024, serta peningkatan signifikan sekitar 19% dari tahun 2024 sampai tahun 2025. Karena peningkatan pada tahun terakhir ini, diduga terdapat faktor pendorong yang lebih kuat dibandingkan sebelumnya, seperti meningkatnya aktivitas ekonomi lokal, yaitu pariwisata.

Tren yang menunjukkan peningkatan pada PAD juga menunjukkan bahwa terdapat hubungan keterkaitan yang kuat antara pertumbuhan ekonomi dengan peningkatan pada pendapatan daerah. Dalam hal ini, pariwisata berperan signifikan sebagai salah satu penggerak utama aktivitas ekonomi, meskipun hal ini lebih banyak bersifat tidak langsung dalam hal pengenaan pajak dan retribusi daerah. Meskipun demikian, terdapat peningkatan yang signifikan pada PAD, perlu dilakukan penelitian yang lebih mendalam untuk mengetahui seberapa besar peningkatan tersebut memiliki hubungan langsung dengan perkembangan sektor pariwisata tersebut, terutama dalam hal jumlah kedatangan wisatawan dan aktivitas ekonomi yang dihasilkannya.

2. Perkembangan Sektor Pariwisata Kota Yogyakarta

Jumlah Kunjungan Wisatawan

Jumlah kedatangan pengunjung di Kota Yogyakarta menunjukkan tren peningkatan yang cukup signifikan sejak tahun 2022 hingga tahun 2025.



Kenaikan jumlah pengunjung yang sangat besar sejak tahun 2024 menandakan adanya pemulihan yang kuat dalam sektor pariwisata. Hal ini disebabkan oleh kembalinya kegiatan sosial dan ekonomi setelah adanya pandemi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kota Yogyakarta merupakan destinasi wisata yang menarik bagi setiap pengunjung baik yang berasal dari dalam negeri maupun luar negeri.

Akan tetapi, peningkatan jumlah pengunjung sejak tahun 2024 hingga tahun 2025 dapat disebut minimal apabila dibandingkan dengan peningkatan jumlah pengunjung sebelumnya. Hal ini menandakan bahwa keadaan ini dapat disebabkan oleh kondisi stabilisasi. Dari kondisi tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah pengunjung mulai menyesuaikan jumlahnya dan tidak terlalu besar setelah mengalami kenaikan yang cukup signifikan sebelumnya.

Secara keseluruhan, peningkatan jumlah kunjungan ini dapat dianggap sebagai tanda signifikan bahwa pariwisata di daerah ini mengalami perkembangan baik. Meskipun begitu, peningkatan jumlah kunjungan ini tidak dapat dianggap sebagai peningkatan kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) sebanding dengan jumlah kunjungan ini, karena terpengaruhi oleh pola konsumsi serta kegiatan wisatawan selama berada di lokasi tujuan.

Jumlah Objek Wisata

Dari data jumlah tempat wisata di Kota Yogyakarta, dapat dilihat bahwa perubahan-perubahan dalam hal tersebut cukup bervariasi.

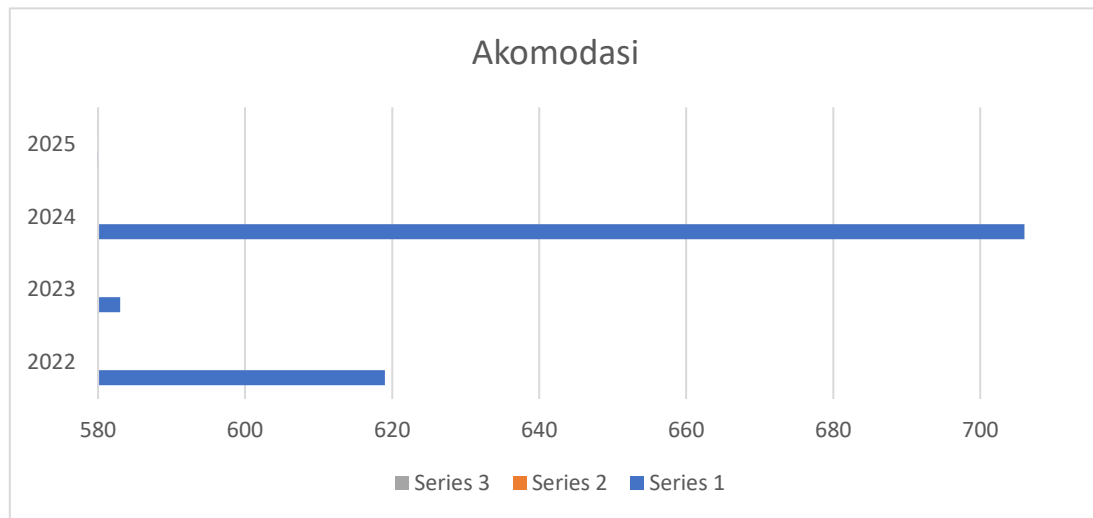
Tahun	Jumlah Objek Wisata	Status
2022	24 objek	Meningkat dari sebelumnya (23)
2023	65 objek	Meningkat dari sebelumnya
2024	58 objek	Menurun dari sebelumnya
2025	86 objek	Meningkat dari sebelumnya

Dari perubahan-perubahan tersebut, dapat dilihat bahwa terjadi perubahan-perubahan dalam hal pengelolaan dan pengembangan tempat-tempat wisata. Kemudian, penurunan pada tahun 2024 bisa disebabkan oleh berbagai hal, seperti penutupan sementara, revitalisasi, dan perubahan jenis objek wisata. Sementara itu, peningkatan pada tahun 2025 menandakan adanya usaha perluasan dan pengembangan lokasi wisata baru oleh pemerintah daerah dan pihak swasta.

Secara teori, penambahan jumlah objek wisata akan meningkatkan daya tarik daerah tersebut karena akan lebih banyak pilihan untuk para wisatawan. Namun, tidak selalu jumlah objek wisata seiring dengan kualitas pengalaman berwisata. Karena itu, pengelolaan menjadi bagian krusial untuk menjamin bahwa pertambahan jumlah objek wisata sebenarnya akan meningkatkan daya saing pariwisata daerah tersebut.

Jumlah Akomodasi (Hotel dan Penginapan)

Jumlah akomodasi di Kota Yogyakarta juga menunjukkan suatu dinamika sebagai berikut:



Hal itu menunjukkan akomodasi pada tahun 2022 menurun menjadi pada tahun 2023. Hal ini disebabkan oleh efek dari pandemi yang terus meningkat pada dunia perhotelan dan akomodasi. Namun, pada tahun 2024, total akomodasi meningkat secara drastis sebesar. Maka ada suatu proses pemulihan di dunia perhotelan sejalan dengan meningkatnya jumlah wisatawan. Hal ini juga menunjukkan bahwa para pelaku usaha mulai menanamkan modalnya lagi demi memenuhi kebutuhan pasar.

Walaupun data pada tahun 2025 belum sepenuhnya tersedia, suatu pola dapat ditarik bahwa jumlah akomodasi cenderung meningkat secara signifikan sejalan dengan meningkatnya jumlah wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak wisatawan datang, semakin meningkat pula kebutuhan akan akomodasi dan beberapa pendukung lainnya. Di sini, peran akomodasi sangatlah penting dalam mendukung sumbangan pariwisata bagi PAD, terutama dalam bentuk pajak hotel dan jasa akomodasi lainnya. Hal ini relevan untuk memahami bagaimana kegiatan pengunjung dapat diubah menjadi pendapatan daerah.

3. Analisis Keterkaitan Sektor Pariwisata dengan Pendapatan Asli Daerah

Dari perbandingan antara jumlah kunjungan wisatawan dan PAD di Kota Yogyakarta, tampak adanya hubungan yang positif namun tidak linier. Kemudian, peningkatan jumlah wisatawan antara tahun 2022 dan 2025 berkorelasi dengan peningkatan PAD. Hal ini menunjukkan bahwa pariwisata memberikan kontribusi di daerah tersebut.

Namun, jika dilakukan analisis yang lebih mendalam, tampak tidak adanya hubungan proporsional secara langsung dari peningkatan jumlah wisatawan tersebut. Contohnya, peningkatan jumlah wisatawan yang sangat signifikan terjadi pada tahun 2024, namun tidak terpengaruh oleh peningkatan PAD yang signifikan terjadi pada tahun 2025. Situasi ini menunjukkan ada efek *lag* atau jeda waktu antara peningkatan aktivitas pariwisata dan realisasi daerah penerimaan. Aktivitas pariwisata yang meningkat selama suatu periode tidak akan segera menghasilkan perolehan PAD pada periode yang sama dan akan membutuhkan waktu untuk terjadi melalui mekanisme ekonomi suatu bisnis, suatu transaksi pajak, dan suatu administrasi keuangan.

Sektor pariwisata juga akan dipengaruhi oleh pola perilaku dan pengeluaran dari para wisatawan tersebut. Tidak semua wisatawan akan memiliki pengeluaran ekonomi yang sebanding satu sama lain. Para wisatawan yang menginap di hotel, menggunakan jasa transportasi, makan di restoran, dan menggunakan pusat perbelanjaan akan memberikan kontribusi yang lebih besar pada PAD dibandingkan dengan para wisatawan yang hanya melakukan kunjungan singkat tanpa menggunakan jasa berbayar. Dalam hal ini, dapat dilihat bahwa kualitas wisatawan tidak bisa ditentukan dari jumlahnya. Kualitas dalam hal ini mencakup lamanya tinggal, besarnya uang yang dikeluarkan, dan jenis aktivitas yang dilakukan ketika berada di daerah wisata.

Kesimpulan tersebut menjelaskan indikasi bahwa sumbangan sektor pariwisata pada PAD Kota Yogyakarta bersifat tidak langsung dan dikuasai oleh sektor pendukung seperti akomodasi, restoran, dan lainnya. Hal tersebut memperkuat posisi Kota Yogyakarta sebagai pusat kegiatan dan pusat pariwisata di mana pergerakan wisatawan tetap memberikan pengaruh ekonomi meskipun tujuan utama terletak di daerah kabupaten sekitarnya. Sehingga tidak hanya dipengaruhi jumlah kunjungan wisatawan yang menentukan hubungan antara sektor pariwisata dan PAD, tetapi juga efektivitas daerah dalam menganalisis dan mengoptimalkan kegiatan ekonomi yang dihasilkan dari sektor-sektor tersebut. Dengan demikian, strategi untuk pengembangan pariwisata tidak saja

menekankan pada peningkatan jumlah kunjungan pengunjung, melainkan juga menekankan pada peningkatan kualitas kegiatan ekonomi.

4. Preferensi Wisata Generasi Z dan Implikasinya terhadap Pendapatan Asli Daerah

Berdasarkan survei yang telah dilakukan, mayoritas responden dari generasi Z lebih menyukai melakukan wisata alam dibandingkan melakukan wisata kota. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal, seperti keinginan untuk mendapatkan pengalaman yang lebih nyata, kebutuhan untuk mendapatkan konten yang lebih menarik dalam bentuk visual, dan kecenderungan untuk menjauhi kerumunan orang di daerah perkotaan. Fenomena ini menandakan menguatnya tren pariwisata pada jenis wisata alam. Lokasi-lokasi seperti Kabupaten Gunungkidul, Kabupaten Sleman, dan Kabupaten Bantul semakin populer di kalangan para wisatawan, terutama dari kalangan generasi muda.

Meskipun demikian, hal ini belum secara langsung mempengaruhi PAD Kota Yogyakarta dengan dampak negatif. Hal ini dikarenakan sifat Kota Yogyakarta bukan hanya digunakan sebagai tempat wisata saja, tetapi juga sebagai pusat layanan dan akomodasi pariwisata di daerah. Mayoritas pengunjung yang berkunjung ke objek wisata alam di daerah kabupaten masih menjadikan Kota Yogyakarta sebagai pusat perjalanan. Pengunjung biasanya akan tinggal di hotel, memanfaatkan transportasi, dan makan di restoran yang berlokasi di dalam kota sebelum melanjutkan perjalanan ke tempat tujuan. Dengan demikian, Kota Yogyakarta menjadi pusat transit dan distribusi bagi para wisatawan dalam pariwisata regional yang dapat dipahami sebagai *tourism service hub*. Kegiatan ekonomi yang berlangsung dalam sektor akomodasi, transportasi, dan sebagainya menjadi salah satu sumber pendapatan bagi daerah melalui pajak dan retribusi.

Fenomena ini menjelaskan alasan di balik peningkatan PAD Kota Yogyakarta, meskipun tren preferensi wisata menunjukkan penguatan pada wisata alam yang sebagian besar berada di luar wilayah administratif kota. Dengan kata lain, sumbangan sektor pariwisata untuk PAD tidak hanya dipengaruhi oleh adanya objek wisata di kota, tetapi juga oleh posisi strategis kota dalam jaringan pergerakan wisatawan.

Walaupun demikian, pertumbuhan PAD yang cenderung lebih lambat dibandingkan dengan meningkatnya jumlah pengunjung menunjukkan bahwa potensi sektor pariwisata belum dimaksimalkan secara efektif. Ini menunjukkan perlunya strategi pengelolaan yang lebih efektif dan efisien untuk memperpanjang lama tinggal wisatawan, mendorong peningkatan pengeluaran wisatawan, serta memperkuat hubungan antara sektor pariwisata dan ekonomi lokal. Maka dari itu, tantangan utama bagi Kota Yogyakarta tidak hanya terletak pada Upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga pada kemampuan untuk mengoptimalkan aktivitas pariwisata agar dapat dikonversi secara maksimal menjadi Pendapatan Asli Daerah.

KESIMPULAN

Sektor pariwisata berkontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Yogyakarta. Namun, kontribusi dari sektor pariwisata terhadap PAD tidak secara langsung tetapi berkorelasi melalui sektor ekonomi lain yang terkait dengan sektor pariwisata. Hal ini terlihat dari peningkatan PAD yang tidak proporsional jika dilihat bersama dengan lonjakan jumlah kunjungan wisatawan yang terjadi. Sehingga terdapat mekanisme tidak langsung dan efek jeda (*lag*) yang terjadi dalam konversi aktivitas pariwisata menjadi PAD.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kecenderungan wisata alam yang dipilih oleh generasi Z tidak secara otomatis akan menurunkan potensi PAD di Kota Yogyakarta. Sebaliknya, hal tersebut malah memperkuat lagi posisi strategis dari kota sebagai pusat layanan dan kegiatan ekonomi pariwisata. Dalam hal ini, Yogyakarta bukanlah pusat pariwisata alam, melainkan pusat ekonomi pariwisata. Sehingga, terciptalah aktivitas ekonomi yang signifikan melalui konsumsi layanan yang terdapat di area kota itu sendiri. Dengan demikian, strategi pengembangan pariwisata di Kota Yogyakarta tidak hanya ditujukan untuk meningkatkan jumlah wisatawan, tetapi juga untuk meningkatkan aktivitas ekonomi yang timbul dari kedatangan wisatawan tersebut, seperti memperpanjang masa tinggal wisatawan, meningkatkan pengeluaran wisatawan melalui penggunaan jasa berbayar oleh lokal, serta mengintegrasikan sektor pendukung pariwisata agar dapat meningkatkan kontribusi terhadap PAD secara lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kota Yogyakarta. (2023). *Kota Yogyakarta dalam angka 2023*. Yogyakarta: Badan Pusat Statistik Kota Yogyakarta.
- Badan Pusat Statistik Kota Yogyakarta. (2024). *Kota Yogyakarta dalam angka 2024*. Yogyakarta: Badan Pusat Statistik Kota Yogyakarta.
- Badan Pusat Statistik Kota Yogyakarta. (2025). *Kota Yogyakarta dalam angka 2025*. Yogyakarta: Badan Pusat Statistik Kota Yogyakarta.

- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609–623.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2018). *Tourism: Principles and practice* (6th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Damanik, J., & Weber, H. F. (2016). *Perencanaan ekowisata: Dari teori ke aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta. (2025). *Laporan statistik kepariwisataan Kota Yogyakarta tahun 2022–2025*. Yogyakarta: Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta.
- Haddouche, H., & Salomone, C. (2018). Generation Z and the tourist experience: Tourist stories and use of social networks. *Journal of Tourism Futures*, 4(1), 69–79.
- Halim, A. (2016). *Manajemen keuangan sektor publik: Problematika penerimaan dan pengeluaran pemerintah*. Jakarta: Salemba Empat.
- Inskeep, E. (2017). *Tourism planning: An integrated and sustainable development approach*. New York, NY: Van Nostrand Reinhold.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2019). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Lehto, X. Y. (2019). Social media in tourism and hospitality: The role of information search and decision making. *Journal of Travel Research*, 58(3), 1–14.
- Litvin, S. W., Goldsmith, R. E., & Pan, B. (2018). Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. *Tourism Management*, 29(3), 458–468.
- Mahmudi. (2019). *Analisis laporan keuangan pemerintah daerah* (4th ed.). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Mardiasmo. (2018). *Otonomi dan manajemen keuangan daerah*. Yogyakarta: Andi.
- Pitana, I. G., & Diarta, I. K. S. (2016). *Pengantar ilmu pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Pitana, I. G., & Gayatri, P. G. (2015). *Sosiologi pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Spillane, J. J. (2018). *Ekonomi pariwisata: Sejarah dan prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Xiang, Z., & Gretzel, U. (2017). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31(2), 179–188.
- Yoeti, O. A. (2016). *Perencanaan dan pengembangan pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.