

Analisis *Multiplier Effect* Kegiatan Pariwisata di Candi Prambanan dan Sekitar

Alfatika Citra Rahadevi¹, Aldi Wisnu Murti Sarwono², Nining Yuniati³

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta, Indonesia

E-mail: alfatikacitra@gmail.com¹

Article History:

Received: 02 April 2026

Revised: 18 April 2026

Accepted: 25 April 2026

Keywords: efek pengganda pariwisata, wisata warisan budaya, ekonomi lokal, ketenagakerjaan, Candi Prambanan

Abstract: Penilaian kontribusi ekonomi pariwisata memerlukan pemahaman mengenai efek pengganda terhadap perekonomian lokal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efek pengganda pariwisata pada Candi Prambanan sebagai destinasi wisata warisan budaya. Penelitian ini menggunakan kerangka analisis pengganda Keynesian dengan mempertimbangkan dampak langsung yang berasal dari pengeluaran wisatawan, dampak tidak langsung yang tercermin dalam pendapatan usaha lokal dan upah tenaga kerja, serta dampak lanjutan melalui pengeluaran terhadap produk dan jasa lokal. Data dikumpulkan melalui survei terhadap wisatawan serta wawancara dengan informan kunci yang mewakili pelaku usaha dan tenaga kerja di sektor pariwisata untuk menggambarkan struktur pendapatan, aktivitas operasional, dan pola pengeluaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas pariwisata di Candi Prambanan menghasilkan efek pengganda yang signifikan, tercermin dalam peningkatan sirkulasi pendapatan lokal dan keterkaitan konsumsi. Pengeluaran wisatawan berkontribusi terhadap pendapatan usaha dan tenaga kerja, yang selanjutnya mendorong aktivitas ekonomi lanjutan di tingkat lokal. Namun demikian, meskipun efek pengganda tergolong kuat, kontribusinya dalam penciptaan lapangan kerja masih terbatas dan belum optimal. Temuan ini menegaskan perlunya strategi pengembangan pariwisata yang lebih inklusif dan padat karya guna memaksimalkan manfaat ekonomi serta memperkuat penyerapan tenaga kerja lokal.

PENDAHULUAN

Pariwisata sebenarnya memiliki banyak manfaat bagi sebuah destinasi, seperti kemanfaatan dari sisi pelestarian lingkungan dan budaya, akulturasi, sosial masyarakat, akan tetapi yang paling banyak disorot adalah manfaatnya secara ekonomi (Thullah & Jalloh, 2021). Pariwisata bahkan telah menjadi sebuah kontroversi sejak awal abad 20 dari sisi manfaatnya secara ekonomi (Archer, 1973). Hal ini terjadi karena pada manfaat ekonomi nilainya dapat terukur jelas, sehingga bagi sebagian besar masyarakat manfaat ekonomi inilah yang paling banyak diharapkan.

Salah satu yang diperhitungkan adalah manfaat ekonomi yang disebut sebagai dampak

multiganda atau *multiplier effect*. Dampak multiganda adalah dampak yang timbulnya memiliki efek berantai, tidak berhenti pada dampak secara langsung (*direct effect*) tetapi kemudian memberikan dampak tidak langsung (*indirect effect*) dan ikutan (*induced effect*) (Nuryadin & Purwiyanta, 2023). Pada intinya dampak multiganda tidak berhenti pada dampak pertama yang ditimbulkan tetapi memiliki *domino effect* baik terhadap bidang yang berkaitan langsung dengan pariwisata maupun tidak memiliki keterkaitan secara langsung (Archer & Fletcher, 1988). Dampak ini mampu menstimulasi bidang atau sektor lain sehingga mampu memberikan manfaat dalam dimensi yang luas. Secara sederhana bahwa pengeluaran wisatawan tidak berhenti pada salah satu sektor perhotelan, sektor perjalanan, atau sektor atraksi wisata tetapi mampu menstimulasi pasokan bahan makanan dari petani ke hotel, menimbulkan kebutuhan tenaga kerja di sektor pertanian sebagai sumber pemasok bahan baku makanan, biaya transportasi yang bermanfaat dalam lapangan pekerjaan bidang transportasi, hingga pemasok suku cadang, dan seterusnya.

Analisis dampak multiganda dapat dilakukan dalam berbagai skala baik dalam lingkup lokal misalnya skala sebuah daya tarik wisata tertentu, mewakili suatu daerah tertentu propinsi atau kabupaten/kota, regional, hingga nasional (Crompton *et al.*, 2015). Telah ada sejumlah studi yang dilakukan di Indonesia terkait analisis dampak multiganda ini. Putra *et al.* (2017) pernah meneliti sebuah destinasi wisata di Banyuwangi dan mendapatkan hasil bahwa destinasi tersebut memiliki dampak penting bagi peningkatan ekonomi lokal. Sarjanti *et al.* (2019) meneliti dampak ganda pada sebuah objek wisata di Purbalingga dan hasilnya membuktikan bahwa objek wisata tersebut memiliki dampak signifikan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Hal serupa juga dilakukan oleh Pajriah *et al.* (2025) di Majalengka Jawa Barat, dan Ramadhan and Rifani (2023) dengan studinya di Pantai Likupang Manado Sulawesi Utara.

Atas alasan itulah penelitian dampak ekonomi dalam pariwisata tetap penting untuk dilakukan, terlebih dengan perkembangan dan dinamika pariwisata yang kompleks dan cepat (S. Ehimen *et al.*, 2021). Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya penelitian dampak multiganda pariwisata pada destinasi wisata *heritage* masih jarang dilakukan. Destinasi wisata *heritage* menjadi salah satu andalan daya tarik wisata di Yogyakarta.

Tabel 1. Jumlah Wisatawan pada Destinasi Heritage di Yogyakarta Tahun 2024

Nama DTW Heritage	Jumlah
Makam Raja-Raja Mataram Di Imogiri	9.352
Komplek Masjid Kotagede dan Makam Raja-Raja	39.785
Kawasan Cagar Budaya Jagalan	1.412
Bumi Mataram Pleret	18.962
Candi Prambanan	2.447.882
Candi Ratu Boko	133.506
Candi Gebang	411
Candi Sari	2.052
Candi Kalasan	3.908
Candi Sambisari	29.073
Candi Banyunibo	621
Candi Barong	132
Candi Ijo	28.481
Candi Kedulan	31
Tamansari	572.154
Benteng Vredeborg	599.392
Total Pengunjung Wisata Heritage	4.398.675

Sumber : Dinpar (2025)

Seberapa besar peran destinasi heritage ini dari segi dampaknya secara ekonomi? sejauh ini belum pernah ada *penelitian* yang secara khusus mengkaji. Penelitian tentang dampak multiganda yang pernah dilakukan di Yogyakarta adalah penelitian Fajar *et al.* (2025) tentang dampak ganda Kawasan Malioboro paska revitalisasi, kemudian ada penelitian Nuryadin and Purwiyanta (2023) yang mengkaji dampak ganda pariwisata secara umum di Yogyakarta, dan penelitian dampak ganda yang dilakukan di Kawasan Wisata Nglanggeran Gunung Kidul oleh Karyatun *et al.* (2020). Ketiga penelitian ini menyimpulkan bahwa dampak ganda yang dihasilkan ternyata signifikan dalam menyokong pertumbuhan ekonomi lokal dengan nilai pengganda yang relatif cukup besar. Penelitian terhadap destinasi heritage akan menjadi salah satu penelitian pertama terkait multiplier pariwisata di Yogyakarta. Penelitian akan dapat menjadi salah satu alat bantu dalam pengambilan keputusan terkait dengan pengembangan pariwisata heritage yang merupakan andalan Yogyakarta.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Candi Prambanan yang kunjungannya mencapai 2.447.882 wisatawan pada tahun 2024 merupakan jumlah tertinggi dari total destinasi wisata heritage di Yogyakarta. Perhitungan akan dilakukan dengan menggunakan metode analisis multiplier effect Keynesian yang dikembangkan pertama kali oleh John Maynard Keynes dalam bukunya *The General Theory of Employment, Interest, and Money* (1936) yang praktik penelitiannya dilakukan intensif oleh Brian Archer (Archer & Fletcher, 1988; Archer, 1982). Rumus yang digunakan dalam model analisis Multiplier Keynesian adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{keynesian income multiplier} &= \frac{D + N + U}{E} \\ \text{income ratio multiplier type 1} &= \frac{D + N}{D} \\ \text{income ratio multiplier type 2} &= \frac{D + N + U}{D} \end{aligned}$$

Keterangan:

- E : Jumlah pengeluaran wisatawan (IDR)
- D : Pendapatan lokal yang diperoleh secara langsung dari pengeluaran E (IDR)
- N : Pendapatan lokal yang diperoleh secara tidak langsung dari pengeluaran E (IDR)
- U : Pendapatan lokal yang diperoleh secara induced dari pengeluaran E (IDR).

Hasil perhitungan multiplier akan menghasilkan angka pengganda atau Indek yang dapat dibaca dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika nilai multiplier ≤ 0 artinya pariwisata tidak menimbulkan dampak ekonomi lokal
2. Jika nilai multiplier $0 < x < 1$ artinya pariwisata menimbulkan dampak ekonomi lokal tetapi masih sangat kecil dan tidak signifikan
3. Jika nilai multiplier ≥ 1 artinya pariwisata menimbulkan dampak ekonomi lokal setidaknya 1x lipat atau lebih besar
4. Semakin besar nilai multiplier yang dihasilkan semakin besar dampak ekonomi lokal yang ditimbulkan (akan mencakup dampak pada skala usaha lokal, dan dampak pendapatan masyarakat lokal, dan mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat)

Adaun perhitungan tersebut akan menggunakan beberapa asumsi yang dihasilkan dari perhitungan sampel baik sampel wisatawan, pelaku usaha, dan tenaga kerja sebagai berikut:

Tabel 2. Populasi dan Sample yang diobservasi di Area Candi Prambanan

Populasi Wisatawan	Jumlah Kunjungan Wisatawan Eksisting tahun 2024 2.447.882 (Data Dinas Pariwisata DIY)	Sampel berdasarkan Rumus Slovin dengan MoE* 10% adalah 100 Responden
Populasi Pelaku Usaha Pariwisata Lokal	Berdasarkan Data BPS (2024) Hotel (7) & Penginapan (15) Restoran Lokal (13) Toko souvenir & oleh-oleh (15) Toko kelontong sekitar DTW (19)	Sampel (Informan) Mewakili Jenis Usaha: Akomodasi Lokal (15) Restoran Lokal (8) Toko souvenir & oleh-oleh (8) Toko kelontong sekitar DTW (10)
Populasi Tenaga Kerja yang terlibat pariwisata	250 orang (Data Primer Peneliti, 2025)	10 Informan Akomodasi (2) Warung/Restoran (2) Toko Souvenir (2) Toko Kelontong (2) Paket Wisata (1) Transportasi (1)

MoE: margin of error

Wisatawan yang berkunjung tidak dibedakan antara wisman dan wisnus. Peneliti akan memilih berdasarkan karakteristik seperti misalnya keluarga, pasangan, individual, atau grup dengan harapan mendapatkan data yang diharapkan yaitu data pembelanjaan dan sedikit gambaran motivasi atau persepsi (Pajriah *et al.*, 2025; Putra *et al.*, 2017; Ramadhan & Rifani, 2023; Sarjanti *et al.*, 2019). Informasi dari pelaku usaha yang berada di sekitar DTW berasal dari informan yang mewakili suatu usaha tertentu (hotel, restoran, warung makan, pedagang oleh-oleh, penginapan). Informan adalah karyawan pada bidang usaha terkait. Sampel informasi ini juga mengacu pada model pada penelitian sebelumnya (Archer & Fletcher, 1988; Karyatun *et al.*, 2020; Ramadhan & Rifani, 2023). Model sampel informan juga digunakan untuk observasi data tenaga kerja adalah para pekerja yang terlibat pada berbagai jenis usaha (yang disebut di point.2). Sampel ini akan digunakan untuk menggali data terkait dengan pembelanjaan atau peningkatan ekonomi pada suatu keluarga dengan pendapatan yang diperoleh dari bekerja pada sektor usaha pariwisata. Model sampel ini juga telah diacu oleh para peneliti sebelumnya (Oka, 2016; Pajriah *et al.*, 2025; Putra *et al.*, 2017; Ramadhan & Rifani, 2023; Sarjanti *et al.*, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komponen Input Pembelanjaan Wisatawan (*Tourist Expenditure / E*)

Pembelanjaan wisatawan mencakup pada pembelanjaan yang dilakukan di luar area dan pembelanjaan di area lokasi wisata atau pembelanjaan terhadap usaha lokal. Pembelanjaan di kawasan ini cukup tinggi dengan rerata pembelanjaan mencapai Rp 965.563 rupiah per wisatawan per kunjungan, sedangkan akumulasi total pembelanjaan wisatawan mencapai Rp. 96.563.000,- dengan total belanja wisatawan yang dikeluarkan sejak berangkat dari daerah asal mencapai Rp. 213.663.000,-. (Tabel 3)

Komposisi persentasi pembelanjaan yang terjadi luar daerah sangat tinggi mencapai 54,8% sedangkan pembelanjaan lokal totalnya hanya 45,2%. Hal ini menginformasikan bahwa pengeluaran wisatawan terhadap jasa transportasi dari daerah asal sangat besar. Di dalam konteks analisis multiplier yang mencakup pada nilai dampak ekonomi makro maka angka kebocoran ekonomi (*economic leakage*) masih sangat besar, karena pembelanjaan di lokasi tujuan wisata jauh lebih sedikit dibandingkan dengan biaya transportasi yang digunakan.

Tabel 3. Profil Pembelanjaan Wisatawan

No	Variabel Pembelanjaan	Pembelanjaan Rata-Rata*	Total Belanja (Rupiah)	Persentase
1	Pembelanjaan di Luar Area			
a	Biaya perjalanan dll	3.307.630	117.100.000	54,8%
2	Pembelanjaan Lokal			
c	BBM	166.000	16.600.000	7,8%
d	Hotel/Akomodasi	243.011	22.600.000	10,6%
e	Makan dan Minum	227.500	22.750.000	10,6%
f	Oleh-Oleh/Suvenir	97.000	9.700.000	4,5%
g	Paket Wisata lokal	41.050	4.105.000	1,9%
h	Tiket masuk objek	170.300	17.030.000	8,0%
i	Parkir & Toilet	10.980	1.098.000	0,5%
j	Dokumentasi	25.700	2.570.000	1,2%
k	Lain-Lain	1.100	110.000	0,1%
	Total Pembelanjaan Lokal		96.563.000	45,2%
	Total Pembelanjaan **	965.563	213.663.000	100,0%

Sumber : Data sekunder yang diolah (2025)

*Pembelanjaan rata-rata = Total belanja : jumlah responden

** Total pembelanjaan = Pembelanjaan di Luar Area + Total Pembelanjaan Lokal

Komponen Input Pendapatan Sektor Usaha Pariwisata

1. Pendapatan Langsung (*Direct Income Generation / D*)

Pendapatan sektor usaha pariwisata dalam hal ini adalah pendapatan kotor (*revenue*) yang di dapatkan dari pendapatan bersih (*net income*) + biaya produksi dan operasional. Net income ini akan menjadi komponen perhitungan multiplier sebagai unsur pendapatan tak langsung (N). Restoran / warung lokal merupakan unit bisnis yang paling banyak memberikan kontribusi untuk pendapatan (42,5%), berikutnya adalah usaha toko souvenir/oleh-oleh (22,5%), penginapan atau jasa akomodasi (17,8%), disusul oleh, toko kelontong (10,4%), jasa transportasi (4,2%), dan paket wisata (2,6%). Total Net Income mencapai Rp. 102.000.000 dan total revenue mencapai Rp. 222.169.550. (Tabel 4).

Tabel 4. Pendapatan Bersih Usaha Lokal

Unit Usaha	Total Unit	Estimasi Pendapatan Bersih per Bulan	Net Income	Total Revenue	Persentase
Restaurant/Warung Lokal	13	3.000.000-35.000.000	35.000.000	94.469.550	42,5%
Homestay/Penginapan	19	5.000.000-24.000.000	24.000.000	39.600.000	17,8%
Toko Souvenir/Oleh-Oleh	22	2.000.000 - 20.000.000	20.000.000	50.000.000	22,5%
Kelontong	15	3.000.000 - 15.000.000	15.000.000	23.100.000	10,4%
Paket Wisata	2	750.000 - 4.000.000	4.000.000	5.700.000	2,6%
Transportasi	2	1.000.000 - 4.000.000	4.000.000	9.300.000	4,2%
Average Net Income			102.000.000	222.169.550	100%

Sumber : Data sekunder yang diolah (2025)

Pendapatan bersih pada tabel 4 di atas adalah penerimaan langsung dari aktifitas pariwisata di Prambanan. Usaha tersebut tergolong dalam UMKM yang beroperasi rata-rata lebih dari 5 tahun dan dimiliki oleh warga setempat. Lamanya wisatawan berada pada sebuah destinasi akan memiliki pengaruh terhadap pada peningkatan ekonomi. Dalam hal ini juga perlu dilakukan identifikasi biaya produksi (*production cost*) terhadap masing-masing jenis bisnis tersebut yang komponennya dapat dilihat pada tabel 5 di bawah ini:

Tabel 5. Proporsi Net Income terhadap Total Revenue pada Unit Usaha Pariwisata

Input variabel	Jumlah	Persentase	Kemanfaatan
Net Income	102.000.000	47,4%	Lokal
Production Costs			
1) Upah Tenaga Kerja	40.500.000	18,8%	Lokal
2) Bahan Mentah/Baku	38.769.550	18,0%	Lokal
3) Perawatan	4.200.000	2,0%	Lokal
4) Biaya Operasional Listrik & Air	9.100.000	4,2%	Bukan -Lokal
5) Angsuran Kredit	2.400.000	1,1%	Bukan -Lokal
6) Biaya makan harian	11.700.000	5,4%	Lokal
7) Transportasi lokal	4.000.000	1,9%	Lokal
8) Linen dan guest amenities	1.000.000	0,5%	Lokal
9) Packaging	1.500.000	0,7%	Lokal
10) Pajak	-	-	Bukan- Lokal
Total Produksi Dan Operasional	113.169.550	52,6%	
Total Revenue	215.169.550		
Potensi Kebocoran (Leakage)	11.500.000	5,3%	

Sumber : Data sekunder yang diolah (2025)

Pada tabel 5 menjelaskan bahwa dari total revenue sebenarnya ada beberapa komponen pendapatan yang tidak merembes masuk kemanfaatannya untuk masyarakat lokal (ditulis – bukan lokal) artinya pemasukan mengalir ke pihak lain di luar masyarakat setempat. Misalnya untuk biaya operasional listrik ke PLN, air ke PDAM, dan pajak ke kas daerah, angsuran kredit ke Bank. Dengan demikian dari total revenue adalah pemasukan lain sebesar $4,2\% + 1,1\% = 5,3\%$ yang masuk ke pihak lain dan bukan masyarakat setempat. Nilai sebesar 5,3% ini disebut sebagai kebocoran (*leakage*) pendapatan ekonomi.

Laba usaha dari usaha-usaha diperoleh dari total revenue dikurangi dengan biaya produksi, dan berdasarkan hasil perhitungan dari pendapatan rata-rata unit usaha pariwisata di Prambanan di dapatkan bahwa biaya terbesar adalah pada upah dan bahan baku. Dari tabel tersebut juga dapat terbaca bahwa kebutuhan modal usaha sektor pariwisata (*capital turnover*) secara keseluruhan mencapai Rp. 215.169.550.

2. Pendapatan Tidak Langsung (*Indirect Income Generation / N*)

Pendapatan tak langsung adalah pendapatan yang didapatkan oleh para pekerja di sektor usaha pariwisata (tourism unit business) lokal dan rerata pendapatan pekerja di area ini berkisar dari yang terendah sekitar Rp 1.000.000 dan tertinggi pada Rp. 2.250.000 dengan rata-rata gaji bersih sebesar Rp. 1.000.000 (Tabel 6). Proposi pendapatan terbesar adalah pada unit usaha dengan keterlibatan pekerja lokal yang paling banyak yaitu usaha restoran lokal sebesar 101 orang dengan kontribusi hingga 40,4%.

Tabel 6. Total Employee Income

Unit Usaha	Populasi Pekerja*	Estimasi Pendapatan Bersih per Bulan	Jumlah	Persentase
Restaurant Lokal	101	1.000.000	101.000.000	40,4%
Homestay/Penginapan	31	1.000.000	31.000.000	12,4%
Toko Suvenir/Oleh-Oleh	28	1.000.000	28.000.000	11,2%
Kelontong	44	1.000.000	44.000.000	17,6%
Paket Wisata	8	1.000.000	8.000.000	3,2%
Transportasi	8	1.000.000	8.000.000	3,2%
Lainnya (Parkir, Guide)	30	1.000.000	30.000.000	12,0%
Total	250		250.000.000	

Sumber : Data sekunder yang diolah (2025)

3. Pendapatan Induksi (Ikutan) (*Induced Income Generation / U*)

Pendapatan yang bersifat inudksi atau ikutan adalah pendapatan pekerja pada sektor usaha pariwisata lokal yang kemudian dibelanjakan pada produk lokal. Penghitungan belanja produk lokal adalah belanja makan dan kebutuhan harian dalam sebulan dan biaya sosial, sedangkan belanja lain diasumsikan sebagai belanja yang tidak memiliki efek tetesan terhadap ekonomi lokal seperti biaya transportasi dengan belanja BBM untuk pertamina, belanja listrik untuk PLN, belanja air untuk PDAM, dan internet untuk provider terkait dan seterusnya.

Dalam hal ini pendapatan ikutan dari belanja terhadap produk lokal adalah alokasi pembelanjaan terbesar (37,5%), lain-lain adalah belanja transportasi (22,5%), belanja listrik internet air (20%), biaya sosial, dan pajak.

Tabel 7. Pembelanjaan Tenaga Kerja terhadap Produk Lokal

Unit Usaha	Estimasi Alokasi Belanja per Bulan	Persemtase
Makan & kebutuhan harian (U)	1.000.000,00	28,6%
Biaya transportasi	900.000,00	25,7%
Listrik, Internet, Air	800.000,00	22,9%
Biaya sekolah	500.000,00	14,3%
Social cost	200.000,00	5,7%
Pajak	100.000,00	2,9%
	3.500.000,00	

Sumber : Data sekunder yang diolah (2025)

Berdasarkan pada tabal 7. di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa pendapatan induksi adalah sebagai berikut:

Makan & kebutuhan harian (U)	1.000.000 Rupiah
Social cost	200.000 Rupiah
Local spending	1.200.000 Rupiah
Estimasi jumlah pekerja pariwisata	250
Total pendapatan induksi	$1.200.000 * 250 = \text{Rp. } 300.000.000$

Analisis Multiplier Pariwisata di DTW Candi Prambanan

Apa yang sudah dihitung pada input pendapatan di atas, baik belanja wisatawan, pendapatan langsung, pendapatan tidak langsung, dan pendapatan induksi atau ikutan sebagai dampak dalam kegiatan pariwisata maka dapat dilakukan analisis perhitungan multiplier sebagai berikut :

INCOME MULTIPLIER ANALYSIS	Multiplier Input	Jumlah (Rp)
Pembelanjaan Wisatawan	E	96.563.000
Pendapatan usaha lokal pariwisata	D	102.000.000
Pendapatan pekerja lokal pariwisata	N	250.000.000
Pembelanjaan pekerja untuk konsumsi lokal	U	300.000.000

Maka dengan Rumus Keynes dapat dihitung nilai multiplier sebagai berikut :

Type Multiplier Effect	Multiplier Value	Multiplier Effect (Rp)
Keynesian Income Multiplier	6,75	6.520.695,50

Ratio Income Multiplier Type I	3,45	3.332.370,20
Ratio Income Multiplier Type II	6,39	6.172.458,43
Rata-rata Belanja Wisatawan di Candi Prambanan		
Total Pembelanjaan Wisatawan (TC)		96.563.000
Total Sampel (Q)		100
Rata-rata pembelanjaan wisatawan per orang per kunjungan (TC /Q)		965.630

Interpretasi Nilai Dampak Multiplier:

1. Semua nilai Multiplier berada di atas angka > 1 hal ini berarti bahwa dampak ekonomi pariwisata nyata dirasakan oleh Masyarakat di sekitar DTW Candi Prambanan dan sekitar yang diakibatkan oleh aktifitas pariwisata. Acuan minimal dari angka multiplier Keynesian adalah 1, sehingga angka 6,75 diartikan dengan dampak yang optimal pariwisata terhadap Masyarakat lokal. Rasio perputaran dampak multiplier terhadap kesejahteraan Masyarakat cukup baik.
2. Angka multiplier Keynesian ini memperlihatkan bagaimana rasio dampak akibat pembelanjaan per 1 wisatawan per kunjungan sebesar Rp 965.630 dengan nilai multiplier sebesar 6,75 maka setiap pembelanjaan sebesar 1 orang akan meningkatkan pendapatan ekonomi kawasan sebesar Rp. 6.520.000,-.
3. Pada Ratio Income multiplier Type I sebesar 3,45 artinya setiap pembelanjaan wisatawan sebesar Rp 965.630 akan meningkatkan pemasukan atau nilai tambah pada *business unit* usaha pariwisata lokal secara total sebesar Rp 3.332.370,20 pada total income, termasuk pada dampak langsung (*local business/UMKM*), dan tidak langsung (pada upah dan kesempatan penyediaan lapangan kerja pariwisata)
4. Pada ratio income multiplier Type II sebesar 6,39 artinya setiap pembelanjaan wisatawan sebesar Rp 965.630 akan meningkatkan pemasukan atau nilai tambah pada *business unit* usaha pariwisata lokal secara total sebesar Rp 6.172.458,43 pada total income, termasuk pada dampak langsung (*local business/UMKM*), dampak tidak langsung (pada upah dan penyediaan lapangan kerja pariwisata) dan dampak ikutan yaitu meningkatnya pembelanjaan pekerja sektor pariwisata terhadap produk lokal akibat meningkatnya upah yang dipengaruhi karena kenaikan pembelanjaan wisatawan.

Analisis Multiplier Pariwisata Pada Kemampuan Penyediaan Lapangan Pekerjaan di Area Prambanan dan Sekitar (*Employment Generation*)

Untuk dapat menghitung kemampuan dampak pariwisata terhadap penyerapan tenaga kerja perlu dihitung terlebih dahulu jumlah tenaga kerja yang terlibat dan koefisien tenaga kerja (*employment coefficient/Ek*) yang rumusnya adalah sebagai berikut:

$$EK = \frac{\text{Direct + indirect employment}}{\text{expenditure/spending}}$$

Tabel 8. Jumlah Tenaga Kerja Pariwisata di Prambanan dan Sekitar

Pekerja Langsung (<i>Direct Employment</i>)	
- Pekerja Warung makan/Restoran	101
- Pekerja toko suvenir/oleh-oleh	44
- Pekerja hotel/penginapan	28
- Pekerja warung kelontong	31
- Pekerja pengelola paket wisata	8
- Pekerja jasa transportasi	8
- Tukang parkir	16
- Guide local	14
TOTAL Direct Employment	250
Pekerja Tak Langsung (<i>Indirect Employment</i>)	
- Jasa Dokumentasi	25
- Jasa katering event	30
-Pemasok bahan produksi warung/katering	21
- Asongan musiman	25
-Tenaga lepas event	20
TOTAL Direct Employment	121
TOTAL TOURISM EMPLOYEMENT	371

Nilai Koefisien Tenaga Kerja (*Coefficient Employment / Ek*)

Total Pekerja Pariwisata =	371
Rata-Rata Pembelanjaan Wisatawan (E) =	Rp 965.630
Nilai Koefisien Tenaga Kerja (Ek) =	0.00000384
Peluang pekerjaan (Ek*E) =	3,71

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut dapat diartikan bahwa setiap peningkatan sebesar 1 rupiah pembelanjaan wisatawan mampu memberikan peluang pekerjaan sebesar 0.00000384 atau pada setiap pembelanjaan sebesar Rp 965.630 dari setiap kunjungan 1 orang wisatawan mampu memberikan peluang pekerjaan sebesar 3,71 atau kurang lebih 4 orang.

KESIMPULAN

Hasil perhitungan di dapatkan bahwa DTW Candi Prambanan dan sekitar memiliki nilai Multiplier Effect sebesar 6,75 dengan Ratio Income Multiplier Type 1, 3.45, dan Ratio Income Multiplier Type II 6,39. Dengan Tingkat pembelanjaan rata-rata wisatawan sebesar Rp 965.630 per kunjungan maka nilai tambah yang dihasilkan juga akan tinggi yang berdampak pada sektor usaha, tenaga kerja, dan dampak ikutannya. Peluang ketersediaan lapangan kerja pada setiap tambahan 1 kunjungan di area ini adalah 1 : 4 yang artinya 1 wisatawan sama dengan 4 pekerja. Perhitungan ini memperlihatkan bahwa pariwisata menopang dan berperan penting terhadap ekonomi Masyarakat di Prambanan dan sekitar. Namun demikian untuk memaksimalkan dampak *multiplier* dapat dilakukan hal-hal antara lain : 1) Meningkatkan peran Masyarakat lokal dalam mengembangkan usaha pariwisata yang berhubungan langsung dengan kegiatan wisatawan melalui kebijakan sinergi pemerintah dan pelaku usaha (membina UMKM, penyediaan ruko di sekitar DTW, homestay, warung lokal/khas). 2) Membatasi investor asing yang tidak kooperatif dengan penggunaan produk lokal. 3) Mensyaratkan para pelaku usaha untuk memaksimalkan pada penggunaan produksi lokal (hasil pertanian, bahan baku produksi. 4) Memaksimalkan tenaga kerja

lokal. 5) Melengkapi infrastruktur pariwisata. 6) Menambah atraksi baru. 7) Menambah jasa paket wisata terintegrasi untuk meningkatkan lama tinggal

DAFTAR REFERENSI

- Archer, B., & Fletcher, J. E. (1988). The Tourist Multiplier. *Économie du tourisme*, 7(3). <https://doi.org/10.7202/1080377ar>
- Archer, B. H. (1973). *The Impact of Domestic Tourism* Bangor Occasional Papers in Economics
- Archer, B. H. (1982). The Value of Multipliers and their Policy Implications. *Tourism Management*, 3(4), 236–241.
- Crompton, J. L., Jeong, J. Y., & Dudensing, R. M. (2015). Sources of Variation in Economic Impact Multipliers. *Journal of Interpretation Research*, 55(8). <https://doi.org/10.1177/00472875156172>
- Fajar, E. A., Pramono, R. W. D., & Hadiani, A. (2025). Analisis Jumlah Kunjungan Wisatawan Dan Multiplier Effect Kawasan Malioboro Pasca Revitalisasi. *Jurnal Cahaya Mandalika (JCM)*, 3(3). <https://www.ojs.cahayamandalika.com/index.php/jcm/article/view/2699>
- Karyatun, S., Wiweka, K., Demolingo, R. H., Adnyana, P. P., & Nurfikriyani, I. (2020). Tourist Village Multiplier Effect Studies: Small Scale Approach Best Practice Of Desa Wisata Nglanggeran, Yogyakarta, Indonesia. *International Journal of Management, Innovation & Entrepreneurial Research*, 6(2), 139-153. <https://doi.org/10.18510/ijmier.2020.6213>
- Nuryadin, D., & Purwiyanta. (2023). Multiplier Effects of Tourism Sector in Yogyakarta: Input-Output Analysis. *JEJAK Journal of Economics and Policy*, 1(16). <https://doi.org/10.15294/jejak.v1i1.40054>
- Oka, I. M. D. (2016). The Multiplier Effect Of Balinese Labor Working On Cruise Ship. *Journal of Business on Hospitality and Tourism JBHOST*, 2(1), 123-129.
- Pajriah, P. N., Sulaksana, J., & Umyati, S. (2025). Dampak Berganda (Multiplier Effect) Objek Wisata Terhadap Perekonomian Masyarakat Lokal. *Mahatani*, 8(1).
- Putra, A. P., Wijayanti, T., & Prasetyo, J. S. (2017). Analisis Dampak Berganda (Multiplier Effect) Objek Wisata Pantai Watu Dodol Banyuwangi. *Journal of Tourism and Creativity*, 1(2).
- Ramadhan, M. I., & Rifani, I. (2023). Analysis of Multiplier Effect Tourism in the National Tourism Strategic Area of Pulisan Beach, East Likupang. Proceedings of the Unima International Conference on Social Sciences and Humanities (UNICSSH 2022), Manado North Sulawesi.
- S. Ehimen, J. Ikechukwu Uduji, & Ugwuanyi, C. C. (2021). Hotel Guests' Experience, Satisfaction and Revisit Intentions: An Emerging Market Perspective. *African Journal of Hospitality Tourism and Leisure*, 10(1), 406-424. <https://doi.org/https://www.doi.org/10.46222/ajhtl.19770720-108>
- Sarjanti, E., Rahmawati, N. K., & Sriwanto, S. (2019). Kajian Persepsi Dan Dampak Berganda (Multiplier Effect) Masyarakat Untuk Pengembangan Pariwisata Lembah Asri Serang Di Desa Serang Kecamatan Karangreja Kabupaten Purbalingga. Prosiding Seminar Nasional Geografi : “Pengembangan Wilayah Berkelanjutan di Era Revolusi Industri 4.0”, Surakarta.
- Thullah, A., & Jalloh, S. A. (2021). A Review of the Economic, Social and Environmental Impacts of Tourism Development. *American Journal of Theoretical and Applied Business*, 7(2). <https://doi.org/10.11648/j.ajtab.20210702.12>
- BPS. (2024). *Kecamatan Prambanan Dalam Angka 2024*
- Dinpar, D. P. (2025). *Statistik Pariwisata DIY Tahun 2025*. Dinas Pariwisata Propinsi DIY. www.visitjogja.com