

Pemahaman Terhadap Faktor-Faktor yang Berpengaruh pada Peningkatan Pendapatan Perusahaan melalui Kajian Literatur

Puput Iswandyah Raysharie¹, Benius², Asti Diah Maharani³, Gemini Puspa Melati Pakpahan⁴, Natasha Diva Reggina Hutajulu⁵, Ragil Yudistira⁶, Rahayu Dwi Lestari⁷, Rio Alviandi⁸, Theresia Carolina⁹, Yayang¹⁰
**1,2,3,4,5,6,7,8,9,10 Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
UNIVERSITAS PALANGKA RAYA**

Email: [raysharie@feb.upr.ac.id¹](mailto:raysharie@feb.upr.ac.id), [benius@feb.upr.ac.id²](mailto:benius@feb.upr.ac.id), [maharaniasti116@gmail.com³](mailto:maharaniasti116@gmail.com), [pakpahangemini29@gmail.com⁴](mailto:pakpahangemini29@gmail.com), [natashadivapky@gmail.com⁵](mailto:natashadivapky@gmail.com), [yudistiraragil2@gmail.com⁶](mailto:yudistiraragil2@gmail.com), [rahayudwilestari2412@gmail.com⁷](mailto:rahayudwilestari2412@gmail.com), [rioalviandi86@gmail.com⁸](mailto:rioalviandi86@gmail.com), [theresiaa.carolina@gmail.com⁹](mailto:theresiaa.carolina@gmail.com), [yy6866262@gmail.com¹⁰](mailto:yy6866262@gmail.com),

Abstrak

Secara konsep, eksplorasi ini bertujuan untuk menyelidiki Faktor-faktor yang berdampak pada pendapatan organisasi/perusahaan. yang tentunya memiliki perbedaan antara buku harian yang satu dengan buku harian yang lain, serta mengupas beberapa hal mengenai kuantitas pekerja, jumlah klien, kemajuan, koneksi/asosiasi dan tarif. yang akan dibicarakan secara mendalam dan konsisten dalam buku harian ini. Pengumpulan data dan informasi yang digunakan dalam buku harian eksplorasi ini menggunakan strategi audit penulisan dengan mengumpulkan beberapa buku harian yang menyangkut faktor-faktor yang akan diteliti. Kemudian disusun, digali dan diperiksa dalam catatan harian ujian ini. Konsekuensi dari eksplorasi ini menunjukkan bahwa jumlah karyağan, jumlah pelanggan, promosi, koneksi/asosiasi dan tarif tidak serta merata mempengaruhi pendapatan.

Kata Kunci: Jumlah Karyawan, Jumlah Pelanggan, Pendapatan, Promosi, Relasi, Koneksi dan Tarif

Abstract

Conceptually, this exploration aims to investigate factors that have an impact on organizational/company revenue. which of course has differences between one diary and another, as well as discussing several things regarding the quantity of workers, number of clients, progress, association connections and rates. which will be discussed in depth and consistently in this diary. Collecting data and information used in this exploration diary uses strategic audit writing by collecting several diaries that discuss the factors to be studied. Then it is compiled, explored and examined in this exam diary. The essence of this exploration shows that the number of works, number of customers, promotions, connections/associations and rates do not affect income equally.

Keyword: : Number of Employees, Number of Customers, Revenue, Promotions, Relationships, Connections and Rates

PENDAHULUAN

Pendapatan adalah salah satu indikator utama keberhasilan suatu bisnis atau organisasi. Untuk memahami faktor yang mempengaruhi gaji, analisis yang komprehensif diperlukan. Dalam konteks ini, faktor-faktor yang umumnya dianggap mempengaruhi pendapatan adalah jumlah karyawan, jumlah pelanggan, promosi, relasi/koneksi, dan tarif. Analisis faktor-faktor ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pemilik bisnis atau manajer dalam mengoptimalkan pendapatan mereka.

Salah satu komponen penting yang mempengaruhi gaji adalah jumlah karyawan. Jumlah karyawan yang memadai dapat memastikan efisiensi operasional dan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Jumlah pelanggan juga merupakan faktor penting dalam mempengaruhi pendapatan. Semakin banyak pelanggan yang dilayani, semakin besar potensi pendapatan yang dapat dihasilkan. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang efektif dan upaya untuk mempertahankan pelanggan yang ada sangat penting dalam meningkatkan pendapatan.

Promosi juga memainkan peran penting dalam mempengaruhi pendapatan. Promosi yang tepat dapat menciptakan keinginan dan minat pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan pendapatan. Selanjutnya, relasi atau koneksi dengan pihak lain juga dapat mempengaruhi pendapatan. Memiliki jaringan yang kuat dengan mitra bisnis, pemasok, atau pelanggan potensial dapat membuka peluang akses baru dan berkembang ke pasar yang lebih luas. Asosiasi yang baik dapat membantu mengembangkan jangkauan bisnis dan memperluas pendapatan. Oleh karena itu, analisis yang cermat tentang tarif yang sesuai dengan pasar dan kebutuhan pelanggan sangat penting.

Pendapatan sebagai hasil kerja keras, pengerahan tenaga, atau upaya lain yang dilakukan seseorang (Culture, 2008). Gaji seseorang dapat berupa Pendapatan, tarif gaji, sewa, premi, komisi, pengeluaran dan tunjangan, sedangkan gaji itu sendiri menurut rujukan kata administrasi diartikan sebagai uang yang diterima oleh perseorangan, dunia usaha, dan berbagai perkumpulan. Poin finansial berkaitan dengan pencapaian terperinci, khususnya kelimpahan dan Pendapatan dari pekerjaan seseorang atau organisasi individu. Seseorang tidak sepenuhnya ditentukan oleh jenis pekerjaannya (Soekartawi, 2012).

Variabel	Peneliti	Jumlah Sampel/ data	Variabel	Peneliti	Jumlah Sampel/ data
Jumlah Karyawan	Ade Onny Siagia (2021)	77	Jumlah Karyawan	Nurmalasari (2022)	30
Jumlah Pelanggan	Wayan Jhony Hartawan dan I Made Jember	82	Jumlah Pelanggan	Putu Widyarningsih dan Made Kembar Sri Budhi	15
Promosi	Kadek Sri Novini, Komang Krishna Yogantara, dan Ni Nyoman Sri Rahayu Trisna Dewi (2023)	3	Promosi	Illa Alfatica Nur Laili dan Hendrato Setiabudi Nugroho (2022)	6
Relasi	Riski Amelia (2021)	53	Relasi	Budi Chandra	399
Tarif	Sunarto dan Reni Dyah Ayu Nur Fatimah (2012)	1	Tarif	Paula Elviera Mano, Gayatria Oktalina dan Rizal R. Manullang (2014-2018)	1

Konsekuensi penelitian Ade Onny Siagia (2021) dari 77 sampel menunjukkan bahwa (X1) variabel banyak karyawan mempunyai pengaruh positif (+) dan mendasar terhadap Gaji (Y), pekerjaan/pekerja mempunyai hubungan yang searah sebagai Pendapatan, dengan maksud bahwa dengan memperluas Pekerjaan dapat meningkatkan produktivitas waktu dalam bidang administrasi yang dapat meningkatkan gaji. Sementara konsekuensi pemeriksaan yang dipimpin As per Nurmalasari (2022) dari 30 sampel. Mengingat dampak dari pemeriksaan yang telah dilakukan, cenderung diasumsikan bahwa variabel pekerjaan/perwakilan mempengaruhi Pendapatan, yang berarti bahwa kenaikan Jumlah Karyawan tidak akan mempengaruhi Pendapatan. Konsekuensi eksplorasi I Wayan Jhony Hartawan dan I Made Jember dari 82 sampel menyatakan bahwa variabel (X2) jumlah pelanggan sampai taraf tertentu mempunyai pengaruh positif (+) dan positif terhadap gaji.

Pembayaran yang diperluas berasal dari klien sudah ada dan melalui perluasan klien baru sepanjang tahun. Sementara itu, hasil penelitian Putu Widyaningsih dan Made Kembar Sri Budhi dari 15 sampel menyatakan bahwa jumlah kunjungan wisatawan/jumlah Pelanggan tidak menunjukkan hubungan negatif yang besar (-) terhadap Pendapatan. Konsekuensi Penyelidikan Kadek Sri Novi Arsini, Komang Krishna Yogantara, dan Ni Nyoman Sri Rahayu Trisna Dewi (2023) Dari ketiga keterangan tersebut secara umum terlihat bahwa kondisi kesulitan (X3) Promosi Uang muka yang belum pernah dibayarkan mempunyai Itulah yang ditunjukkan oleh nilai positif dengan asumsi ada peningkatan biaya waktu terbatas, maka remunerasi selanjutnya akan meningkat.

Biaya waktu yang terbatas membuat salah satu variable pen tetap kemajuan bisnis, karena bertambah besar biaya promosi yang dikeluarkan untuk melaksanakan aktivitas luar biasa yang ditunjukkan untuk membangun dan menyediakan jenis bantuan yang dipromosikan maka semakin bertambah naik pula peluang penting untuk membangun usaha tersebut. tingkat hasil bisnis meningkat. Sementara itu, hasil penelitian Illa Alfatica Nur Laili dan Hendrato Setiabudi Nugroho (2022). Dari 6 data tersebut, biaya Promosi luar biasa tidak ada pengaruhnya terhadap tunjangan/gaji bersih, hal ini dikarenakan lembaga yang dijadikan tempat ujian sudah membuka diri terhadap dunia luar dan merupakan yayasan yang saat ini berperan besar. Bagian dalam tiba di daerah setempat.

Menurut Riski Amelia (2021) koneksi (X4) dari 53 sampel memainkan peran penting dalam meningkatkan Pendapatan, artinya semakin luas hubungan atau kolega, semakin besar pula Pendapatan bisnis. Sementara itu, menurut Budi Chandra, hasil penelitian dari 399 sampel menunjukkan bahwa koneksi atau asosiasi tidak mempengaruhi Pendapatan. Hasil Eksplorasi Sunarto Dan Reni Dyah Ayu Nur Fatimah (2012) dari 1 Pendapatan. Hal ini menunjukkan bahwa Tarif (X5) Tempat Liburan berpengaruh nyata terhadap Pendapatan dari Eksplorasi ini tidak ditegaskan karena hasil penelaahan ini menunjukkan bahwa Penetapan Pajak Tempat Liburan berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan. Lokal di Area tersebut. Sementara itu, hasil penelitian yang dilakukan oleh PAULA ELVIERA MANO, Gayatria Oktalina dan Rizal R. Manullang (2014-2018) dari salah satu contoh menunjukkan bahwa tarif kamar tidak terlalu mempengaruhi Pendapatan.

TINJAUAN PUSTAKA

a. Pendapatan

Sesuai (Stice, Skousen, 2004, 230). Pendapatan adalah pemasukkan dengan kata lain peningkatan nilai dalam suatu kurun waktu yang terjadi karena pengangkutan atau penciptaan produk, pengangkutan administrasi atau pelaksanaan aktivitas berbeda yang menyusun tugas. Kegiatan utama atau fokus yang berlangsung dari unit khusus.

b. Jumlah Karyawan/Tenaga Kerja

Sesuai DR Payaman Simanjuntak dalam bukunya "Prolog Masalah Keuangan Aset Pekerja manusia adalah manusia sedang bekerja atau masih bekerja, masih mencari pekerjaan, serta melakukan berbagai aktivitas seperti pergi ke kelas dan mengurus kerabat. Semua hal dianggap sama, makna kerja dan non-kerja seperti yang ditunjukkan olehnya hanya dipisahkan sejauh mungkin. Sebagaimana dikemukakan Simanjuntak (2001:3) angkatan perkerja terbagi menjadi dua, yaitu angkatan perkerja dan tidak angkatan perkerja. Khususnya angkatan perkerja, besar kecilnya timbunan Jumlah Karyawan adalah banyaknya individu yang mengajukan layanan untuk berkreasi.

c. Jumlah Pelanggan

Klien adalah individu yang membeli suatu barang tertentu sebagai tenaga kerja dan produk (Nasution, 2001). Banyak klien dapat diibaratkan sebagai jumlah pejualan atau klien yang lebih dari satu kali datang ke suatu tempat yang serupa untuk membeli barang atau mendapatkan pelayanan yang dibutuhkan karena senang dengan hasil pekerjaan dan produknya. Klien bukan hanya sekedar individu yang memberikan manfaat bagi organisasi atau visioner bisnis modern namun juga individu yang merasa dihargai dan menjadi bagian utama dari organisasi. Salah satu tujuan visioner bisnis adalah memberi kepada klien atau pembeli.

d. Promosi

Handayani (2010:174), menyatakan bahwa Promosi merupakan dorongan sesaat untuk menunjang suatu barang atau administrasi. Kemajuan bisnis ini harus dimungkinkan melalui konten, permainan, lotere, biaya, hadiah, penilaian, keterbukaan karir, batasan, hiburan, kemajuan perdagangan dan kupon hadiah.

e. Relasi/Koneksi

Ruben dan Stewart (2006) hubungan adalah hubungan dalam pandangan penanganan pesan yang saling melengkapi. Suatu hubungan terbentuk ketika penanganan pesan yang saling melengkapi terjadi. Sementara menurut Spradley dan McCurdy (1975), relasi atau koneksi yang terjadi antar manusia yang berlangsung cukup lama akan membentuk sebuah contoh, desain hubungan ini disebut juga dengan desain hubungan.

f. Tarif

Tarif adalah uang yang diharapkan memperoleh perpaduan barang dan administrasi (Basu Swastha, 1990: 241). Berbagai asosiasi harus memiliki tujuan khusus dalam menentukan nilai tenaga kerja dan barang-barangnya. Kita bisa mengetahui apa tujuan organisasi atau vendor dalam menetapkan harga barang mereka. Target-target ini mencakup: (a) Memperluas kesepakatan, (b) Mengikuti dan mengembangkan lebih lanjut, (c) Menyelesaikan retribusi, (d) Mencapai manfaat yang paling ekstrim.

Penelitian ini adalah literature yang bertujuan untuk memberikan garis besar Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan. Langkah yang dilakukan adalah mengumpulkan catatan harian yang kemudian disempurnakan dengan berbagai referensi, karya online yang terhubung dengan pusat ujian. Maka teknik penyusunan artikel logis ini adalah dengan menggunakan pendekatan konsentrasi penulisan (Library Exploration). Sumber-sumber yang dijadikan referensi antara lain Die Die, dunia keilmuan edu, sintakemendikbud, peneliti google, artikel logika online dan jurnal web logis. (Mushofa dkk. 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Pengaruh Jumlah Karyawan (X1) Terhadap Pendapatan (Y)

Temuan ini sesuai dengan teori margin produktivitas yang menyatakan bahwa menambahkan lebih banyak karyawan atau tenaga kerja ke dalam proses produksi akan meningkatkan pendapatan dan output. David Ricardo juga menjelaskan bahwa peningkatan jumlah pekerja akan meningkatkan produksi dan pendapatan, namun hukum pengurangan hanya memberikan hasil yang marginal. Sejalan dengan penelitian Ade Onny Siagia (2021) (X1), variabel pekerjaan berdampak positif (+) dan masif terhadap gaji (Y) pedagang kaki lima di Grogol Jakarta Barat. Pekerjaan berhubungan langsung dengan pendapatan. Dengan kata lain, melakukan lebih banyak pekerjaan dapat meningkatkan efisiensi waktu layanan Anda dan, pada gilirannya, meningkatkan penghasilan Anda. Hal ini juga sependapat dengan Aditya Prawira dan Siti Mutmaina Z (2019) bahwa jumlah pekerja berdampak pada gaji bisnis/organisasi. Hasil penelitian ini juga didukung oleh ahli lain seperti Deiral Diandrino (2018), I.B. Kresna Wajaya dan Made Suyana Utama (2016) dan Irfan Triplewanta (2017).

Teori Produktivitas Faktor Total (Total Factor Productivity) Menurut Nurmalasari (2022), pendapatan atau output suatu perusahaan atau Perekonomian tidak hanya bergantung pada kuantitas buruh/pekerja, namun juga pada faktor-faktor lain seperti modal, inovasi, produktivitas, dan lain sebagainya. Hipotesisnya adalah bahwa hal ini tidak sepenuhnya diselesaikan dengan) Mengingat konsekuensi dari eksplorasi yang diarahkan dengan baik, dapat diasumsikan bahwa variabel jumlah pekerja tidak mempengaruhi gaji. Hal ini juga sejalan dengan pendapat Pande Nyoman Handy Wiramartha dan Ini Luh Karmini (2019) yang mengatakan apabila variabel tenaga kerja tidak mempengaruhi gaji dan tidak signifikan. Hasil penelitian yang dilakukan juga dibagikan oleh peneliti lain yaitu Prisilia Monika Polandos, Diasy S.M Engka, Dan Krest D.Tolosang (2019), Ilham Hamdallah, Eni Setyowati (2023), Maryam, Muh Basir Paly, Astaty (2016) Didukung.

Jumlah karyawan dapat berpengaruh terhadap pendapatan perusahaan karena karyawan merupakan aset yang penting dalam menjalankan operasional bisnis. Dengan jumlah karyawan yang cukup, perusahaan dapat meningkatkan kapasitas produksi, memperluas jangkauan pemasaran, dan meningkatkan efisiensi operasional. Lebih banyak karyawan juga berarti lebih banyak tenaga kerja yang dapat menghasilkan produk atau layanan, Hal ini bisa meningkatkan penjualan perusahaan. Selain itu, karyawan yang bertalenta dapat memberikan kontribusi yang lebih besar dalam mencapai tujuan perusahaan, seperti meningkatkan kualitas produk dan layanan, memperluas pangsa pasar, dan membangun hubungan pelanggan yang positif.

2) Pengaruh Jumlah Pelanggan (X2) Terhadap Pendapatan (Y)

Teori Theodore Levitt menyatakan bahwa peningkatan jumlah pelanggan dapat memberikan dampak positif terhadap penjualan suatu perusahaan. Menurut peneliti I Wayan Jhony Hartawan dan I Made Jember, variabel (X2) banyak pembelian Memiliki akibat positif (+) dan benar secara langsung terhadap gaji. Pendapat ini di dukung pendapat peneliti lain yaitu fluktuasi jumlah pelanggan mempunyai pengaruh yang signifikan kepada gaji, dengan semakin tinggi pendapatan usaha maka semakin banyak pula jumlah pelanggannya. Sebaliknya jika jumlah pelanggan berkurang maka pendapatan operasional juga akan berkurang. Pendapat ini sejalan dengan Desak Nyoman Marantiani dan Made Kembar Sri Budi (2013), Astuti Purnamawati (2022) dan Ai Kadek Sastiwan Dana Putra dan Made Setiyadi Mustika.

Oleh karena itu, menurut teori trimming, jalur jumlah kunjungan wisatawan/jumlah pelanggan ke PAD dibuang atau dihilangkan. Hal ini sejalan dengan Wiley Mohammad dan Hanif Saifilaman dan didukung oleh penelitian lain yaitu Jihad Rausyan Fiqrussalam, Abdilah Umar Sulthoni dan Dzannun Fansyari Austi (2023), Hema Kartini Br Purba (2021) Selly Ardianti (2017) dan Novi Dwi Purwanti Dan Retno Mustika Dewi (2014). Penelitian Ini Bertujuan untuk Mengetahui apakah ada tidak akibat jumlah pembeli terhadap gaji. Selain itu, pelanggan yang puas dapat menjadi pelanggan setia dan menganjurkan barang atau fasilitas perusahaan kepada orang lain, yang dapat meningkatkan pendapatan jangka panjang.

3) Pengaruh Promosi (X3) Terhadap Pendapatan (Y)

Menampilkan hipotesis korespondensi yang dibuat oleh Philip Kotler. Hipotesis ini menekankan pentingnya berdiskusi secara nyata dengan pembeli melalui prosedur waktu terbatas yang berbeda seperti publikasi, penawaran langsung, dan pameran langsung. Sesuai hipotesis ini, kemajuan besar dapat meningkatkan kesadaran pembeli, minat, dan pada akhirnya membeli, yang pada gilirannya dapat membangun kesepakatan organisasi. Sesuai dengan Kadek Sri Novi Arshini, Koman Krishna Yogantara, Ni Nyoman Sri Rahayu Trisna Dewi (2023). Kondisi relaps (X3) biaya promosi pada gaji adalah positif, artinya semakin besar masalah periklanan, maka gaji yang didapat pun benar-benar berkembang. Hal ini juga sesuai dengan pendapat Ida Ayu Trisan Wijayanthi dan Ida Bagus Amerta Kusuma (2021) Dengan demikian, semakin besar biaya iklan, maka semakin besar pula biaya administrasinya. Hasil eksplorasi ini didukung oleh berbagai analisis, khususnya Gregoris Widiyanto, Heri Satrianto, Dan Fx. Pudjo Wibowo (2021), PAULA ELVIERA MANO, Gayatria Oktalina dan Rizal R. Manullang (2014-2018), dan Sri Fitri Handayani (2020).

Teori "Double Jeopardy" oleh Andrew Ehrenberg Teori ini menyatakan bahwa merek yang sudah populer cenderung mendapat manfaat lebih banyak dari promosi dibandingkan merek yang kurang terkenal. Menurut Ehrenberg, dan sejalan dengan pendapat peneliti lain, faktor-faktor seperti ukuran kesadaran dan pangsa pasar memiliki dampak yang lebih besar terhadap penjualan dibandingkan aktivitas periklanan itu sendiri. Menurut Illa Alfatica Nur Laili dan Hendrato Setiabudi Nugroho (2022). Alasan mengapa beban iklan tidak mempengaruhi laba bersih atau penjualan adalah karena perusahaan yang digunakan dalam sampel terdaftar dan memiliki pangsa pasar sosial yang besar, hal ini karena tidak diperlukannya biaya iklan. Jika produknya sudah dikenal dalam tahap pengembangan, tanpa perlu promosi besar-besaran karena sudah banyak digunakan di masyarakat, hal ini (2012) juga terkonfirmasi dan didukung. Sartono Maya Saputra dan Retno Ibut Utami (2017), Ika Nur Yuliani dan Isro Iyatul Mubaroka (2012-2019). target dari penyelidikan ini adalah untuk memahami apakah promosi berpengaruh terhadap pendapatan.

4) Pengaruh Relasi/Koneksi (X4) Terhadap Pendapatan (Y)

Hipotesis dan teori hubungan manusia yang dibuat oleh Elton Mayo menunjukkan bagaimana pemenuhan pekerjaan dan hubungan antar perwakilan dapat berdampak pada efisiensi organisasi dan implikasinya pada kesepakatannya. Menurut pakar lain, khususnya Riski Amelia (2021), hubungan sosial (X4) berperan penting dalam meningkatkan gaji. Dengan cara ini, hubungan sosial secara signifikan mempengaruhi gaji. Hal ini sejalan dengan pendapat para ahli lainnya, khususnya Indah Rini Handdayani (2014) yang menemukan bahwa semakin luas koneksi dan asosiasi suatu organisasi maka semakin besar pula gaji yang dihasilkan. Penelitian ini juga didukung oleh ilmuwan lain seperti Evariani (2018), Anik Malikhah, dan Indriyani Dwi Putri Dan Supatni (2022).

Teori bahwa hubungan dan koneksi tidak berpengaruh terhadap pendapatan adalah teori "modal manusia" Gary Becker. Teori ini berfokus pada investasi dalam peningkatan keterampilan dan pendidikan sebagai penentu utama pendapatan, sementara mengabaikan aspek interpersonal dan aspek keterhubungan dalam analisis ekonomi. Hasil Menurut Budhi Chandra, hubungan dan koneksi tidak berdampak pada laba atau keuntungan bersih. Hal ini juga didukung dan diamini oleh Andre Rull Mumu (2015), Ernie Riswandari dan Kevin Bagaskara (2020), serta Indah Rini Handdayani (2014). Motivasi dibalik eksplorasi ini adalah untuk melihat apakah koneksi/asosiasi mempengaruhi gaji.

5) Pengaruh Tarif (X5) Terhadap Pendapatan (Y)

Teori bahwa tarif mempengaruhi pendapatan adalah teori perdagangan internasional. Teorinya, tarif dan hambatan perdagangan lainnya dapat mempengaruhi pendapatan suatu negara atau perusahaan. Tarif yang tinggi dapat membatasi akses pasar, meningkatkan biaya impor, dan membuat produk menjadi kurang kompetitif, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi penjualan bisnis dan pendapatan nasional secara keseluruhan. Tarif yang lebih rendah dan liberalisasi perdagangan meningkatkan akses pasar, memperluas peluang ekspor, dan meningkatkan pendapatan. Menurut Sunarto Dan Reni Dyah Ayu Nur Fatimah (2012), hal ini menunjukkan bahwa retribusi objek wisata (X5) berdampak positif pada gaji unik lokal. Investigasi ini tidak mendukung penelitian tersebut, karena hasil investigasi ini menunjukkan bahwa pilihan permintaan destinasi liburan tidak mempengaruhi pendapatan lokal. Hal serupa juga terjadi pada Angit Septiawan Hartadi Rusdiansyah (2019), Saskia R.E. setuju. Hal ini berarti bahwa pungutan dapat mempengaruhi gaji. Hal ini juga didukung oleh ilmuwan lain, Egeten, Ita PF Rorong dan Jacline I. Sumual (2022), Wahyu Haryadi dan Binar Dwiyanto Pamungkas2 (2012-2016), Kadek Sri Novi Arsini, Komang Krishna Yogantara dan Ni Nyoman Sri Rahayu Trisna Dewi (2023).

Teori bahwa tarif tidak berpengaruh terhadap pendapatan merupakan teori ekonomi klasik yang dikenal dengan teori keseimbangan umum. Teori ini menyatakan bahwa tarif yang dikenakan terhadap barang impor tidak memiliki dampak yang positif terhadap gaji secara keseluruhan. Menurut teori ini, tarif hanya mengubah alokasi sumber daya dalam perekonomian dan tidak mempengaruhi pendapatan secara keseluruhan. Teori ini didasarkan pada asumsi bahwa pasar berfungsi penuh dan bebas dari distorsi dan gangguan lainnya. Namun, teori ini kontroversial, dan banyak teori lain yang mengakui bahwa tarif dapat mempengaruhi pendapatan melalui pengaruhnya terhadap perdagangan internasional dan distribusi sumber daya. Menurut PAULA ELVIERA MANO, Gayatria Oktalina, Rizal R. Manullang (2014-2018). Hasil Eksplorasi ini menunjukkan bahwa tarif kamar tidak memberikan pengaruh yang Positif terhadap pendapatan hotel.

Para peneliti mewawancarai para pelaku bisnis perhotelan dan menemukan bahwa strategi mengenakan pajak yang relatif tinggi mempunyai dampak mengurangi atau mengurangi tingkat hunian kamar, berdampak pada pendapatan, dan memastikan bahwa fasilitas kamar tamu tidak memenuhi standar. Tarif ditetapkan oleh masing-masing hotel tipe ruangan. Hal tersebut antara lain Adrian Darryl Hess, Daisy Shirley Mulhany Enka, Wenji F.I. Rompas (2023), Iftakhtul Rizkiyah, Astri Birinkanae, Rahman Gumawati Tammu (2021), Arda Amelia Siregar, dan Kusmilawati (2022) sependapat.

Tarif tidak berpengaruh terhadap pendapatan karena konsumen dapat mengalihkan permintaan ke produk tarif dapat menjadi sumber pendapatan bagi pemerintah, yang dapat digunakan untuk membiayai proyek pembangunan atau program sosial, yang pada gilirannya dapat meningkatkan pendapatan masyarakat secara keseluruhan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengumpulan data, Mengingat konsekuensi dari eksplorasi yang diarahkan, maka dapat diasumsikan bahwa faktor jumlah pekerja, jumlah Pelanggan, Promosi, koneksi/asosiasi dan Tarif tidak serta merta memberikan perbedaan/pengaruh positif terhadap Pendapatan. Oleh karena itu, organisasi tidak perlu terus-menerus memusatkan perhatian pada faktor jumlah Karyawan, jumlah pelanggan, Promosi, koneksi/asosiasi dan pajak karena dapat berdampak pada peningkatan pendapatan.

SARAN

Kami selaku penulis memiliki saran yaitu Menurut kami, Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan tidak hanya jumlah karyawan, jumlah pelanggan, promosi, relasi/jaringan, dan tarif. Berikut:

1. Modal bisnis. Hampir sama dengan asumsi seorang visioner bisnis menambah modal usaha, meningkatkan jumlah dan jenis barang dagangan yang dijual, oleh karena itu Pendapatan visioner bisnis dapat meningkat.
2. hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor jam kerja juga mempengaruhi Pendapatan.

DAFTAR PUSTAKA

- AMELIA, R. (2021). PENGARUH RELASI SOSIAL DAN LAMA USAHA TERHADAP PENDAPATAN PENJAHIT RUMAHAN DI KECAMATAN WARU TIMUR KOTA PALOPO.<http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/4127>
- Arsini, K. S., Yogantara, K. K., & Dewi, N. S. (2023, Juni). PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN TARIF KAMAR TERHADAP PENDAPATAN PADA DISCOVERY KARTIKA PLAZA HOTEL. *Journal Research of Accounting*, 4(2), 258-270.<https://doi.org/10.51713/jarac.v4i2.88>
- Chandra, B. (2021). Pengaruh koneksi politik, kinerja perusahaan dan karakteristik perusahaan terhadap manajemen laba di indonesia. 17(1), 35-45.<https://doi.org/10.30872/jinv.v17i1.9167>
- Hartawan, I. J., & Jember, I. PERAN LAMA USAHA DALAM MEMODERASI PENGARUH MODAL USAHA, JUMLAH VARIASI PRODUK DAN JUMLAH PELANGGAN TERHADAP PENDAPATAN. *E-JURNAL EKONOMI PEMBANGUNAN UNIVERSITAS UDAYANA*, 11(1), 235-269.<https://doi.org/10.24843/EEP.2022.v11.i01.p10>
- Laili, I. A., & Nugroho, H. S. PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN PROMOSI TERHADAP LABA BERSIH. *Journal Competency of Business*.<https://doi.org/10.30872/jakt.v20i2.13440>
- Mano, P. E., Oktalina, G., & Manullang, R. R. (2019, November). PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN TARIF KAMAR TERHADAP PENDAPATAN HOTEL NOVILLA BOUTIQUE & RESORT, SUNGAILIAT BANGKA (Studi Kasus Pada Hotel Novilla, sungailiat Periode 2014- 2018). *JURNAL AKUNTANSI BISNIS DAN KEUANGAN (JABK), STIE-IBEK*, 6(2), 102-109.
- Nurmalasari. PENGARUH TENAGA KERJA DAN MODAL TERHADAP PENDAPATAN USAHA BATU BATA DI DESA HARAPAN KECAMATAN MAPPEDECENG KABUPATEN LUWU UTARA.<http://repository.umpalopo.ac.id/id/eprint/3127>
- Universitas Muhammadiyah Palopo.Siagian, A. O. (2021, Januari). Pengaruh faktor - faktor terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Grogol Jakarta Barat. *Journal Economy And Currency Study*, 3(1), 1-10.<https://doi.org/10.51178/jecs.v3i1.81>

Sunarto, & Fatimah, R. D. (2016, Desember). PENGARUH PENERIMAAN RETRIBUSI DAN PENETAPAN TARIF OBYEK WISATA TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH KABUPATEN GUNUNG KIDUL TAHUN 2013-2015. JURNAL AKUNTANSI Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta.4(2).<https://jurnalfe.ustjogja.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/237>

Widyaningsih, P., & Budhi, M. K. PENGARUH JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN TERHADAP PENERIMAAN PAJAK HOTEL, PAJAK RESTORAN DAN PENDAPATAN ASLI DAERAH. Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Udayana, 3(4), 155-163.<https://ojs.unud.ac.id/index.php/eep/article/view/8170>