

BAB III

METODA PENELITIAN

A. Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pemerintahan Kota dan kabupaten di DIY serta Kabupaten Magelang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode sensus. Metode sensus adalah metode pengumpulan data dimana seluruh populasi diselidiki tanpa terkecuali. Alasan pemilihan sampel ini adalah Kabupaten di DIY dan Magelang memiliki letak yang strategis dan memiliki latar belakang obyek wisata yang cukup banyak serta lebih menarik para wisatawan untuk berkunjung.

B. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah data sekunder (*secondary data*), yaitu data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh, dikumpulkan, dan diolah oleh pihak lain). Studi kasus penelitian ini dilakukan di 5 Kabupaten di Yogyakarta (Yogyakarta, Bantul, Gunungkidul, Sleman, dan Kulonprogo) serta data dari Kabupaten Magelang. Sumber data yang digunakan menggunakan dengan data belanja promosi wisata periode 2007-2011, PAD pajak hotel dan restoran periode 2008-2012, dan DPRD periode 2000-2013

C. Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan adalah dengan metode dokumentasi yaitu pengumpulan data dengan melihat dokumen-dokumen dan data-data yang diperlukan dari instansi-instansi terkait. Dalam hal ini diperoleh dari data-data yang diambil dari DPPKAD, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata di setiap Kabupaten di Yogyakarta (Sleman, Bantul, Gunungkidul, Kulonprogo), serta Kota Yogyakarta. Selain itu satu kabupaten di Magelang.

Di DPPKAD didapat data mengenai PAD pajak hotel dan restoran, kemudian dari Dinas Pariwisata didapat data anggaran belanja promosi wisata, sedangkan dari website Dirjen Pertimbangan Keuangan Pemerintah Daerah, didapat data PDRB.

D. Definisi Operasional dan Variabel Penelitian

1. Variabel Independen

a) Belanja Promosi Wisata

Belanja promosi wisata adalah belanja yang dilakukan pemerintah daerah untuk membeli produk-produk/bahan-bahan yang akan digunakan untuk kelancaran promosi wisata.

Belanja promosi wisata di setiap daerah dapat berupa

display leaflet tourism map, guidebook, calendar of event, brochure, internet

Menurut Yonathan (2011) cara mengukur belanja promosi wisata:

Belanja promosi wisata : belanja *display* + belanja *leaflet* + belanja *tourism map* + belanja *guidebook* + belanja *calendar of event* + belanja brosur + belanja untuk program internet + belanja pameran

Kesejahteraan masyarakat adalah kondisi dimana masyarakat pada suatu daerah terlihat makmur karena pendapatan yang mereka peroleh dapat mencukupi kebutuhan sehari-hari, baik itu kebutuhan dalam hal pangan, sandang, papan, maupun tersier (Widiastuti, 2011). Kesejahteraan masyarakat dalam penelitian ini dapat dilihat dari PDRB pada tiap Kabupaten di Yogyakarta dan Magelang.

PDRB adalah jumlah nilai tambah barang dan jasa yang dihasilkan dari seluruh kegiatan perekonomian di seluruh daerah dalam tahun tertentu dan biasanya satu tahun (Widiastuti, 2011).

Cara menghitung PDRB menggunakan beberapa metode, yaitu

1) Pendekatan Produksi

Pendekatan Produksi = nilai output yang dihasilkan – biaya antara dari masing nilai produksi sebagai input

2) Pendekatan Pendapatan

Nilai tambah ekonomi = upah dan gaji + penyusutan + pajak tak langsung

3) Pendekatan Pengeluaran

Pendekatan pengeluaran = total pengeluaran dari komponen barang
dan jasa – nilai ekspor netto

Penjumlahan seluruh komponen pengeluaran akhir ini disebut PDRB atas dasar harga pasar.

4) Metode Alokasi

Nilai tambah suatu unit produksi di daerah tersebut dihitung dengan menggunakan data yang telah dialokasikan dari sumber yang tingkatnya lebih tinggi. Beberapa alokator yang digunakan adalah nilai produksi bruto atau netto, jumlah produksi fisik, tenaga kerja, penduduk, dan alokator lainnya yang dianggap cocok untuk menghitung nilai suatu unit produksi

3. Variabel *Intervening*

a) Pajak Hotel

Pajak hotel adalah pajak yang dikenakan atas pelayanan yang disediakan hotel termasuk rumah penginapan/fasilitas tinggal jangka pendek, pelayanan penunjang, fasilitas olah raga dan hiburan yang disediakan atau dikelola hotel dengan pembayaran (Khairunnisa, 2011).

Cara mengukur pajak hotel menurut pasal 36 UU No 28 Tahun 2009:

Pajak hotel = tarif pajak hotel tiap daerah x dasar pengenaan pajak

Menurut pasal 35 UU NO 28 Tahun 2009 tarif pajak hotel ditetapkan paling tinggi sebesar 10%

b) Pajak Restoran

Pajak Restoran adalah pajak yang dikenakan atas pelayanan yang disediakan restoran termasuk rumah makan, *cafe*, *bar*, dan sejenisnya, tidak termasuk usaha jasa boga dan katering (Khairunnisa, 2011).

Cara mengukur pajak restoran menurut pasal 41 UU No 28 Tahun 2009:

Pajak restoran = tarif pajak restoran tiap daerah x dasar pengenaan pajak

Menurut pasal 40 UU NO 28 Tahun 2009 tarif pajak restoran ditetapkan paling tinggi sebesar 10%

E. Metode Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis ini menggunakan alat-alat seperti rata-rata (*mean*), nilai maksimum, minimum dan standar deviasi. Analisis ini ditujukan untuk memberikan gambaran awal tentang belanja promosi wisata, PAD pajak hotel dan restoran, dan PDRB. *Mean* digunakan untuk memperkirakan besarnya rata-rata populasi yang dilihat dari sampel. Standar deviasi digunakan untuk menilai dispersi rata-rata dari sampel. Maksimum-minimum digunakan untuk melihat nilai minimum dan maksimum dari suatu populasi. Hal itu perlu dilakukan untuk melihat gambaran dari

sampel yang berhasil dikumpulkan dan telah memenuhi syarat untuk dijadikan sampel penelitian.

2. Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi terhadap data.

a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi, variabel dependen dan variabel independen telah terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang tepat adalah mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan One Sampel Kolmogorov Smirnov. Data berdistribusi normal apabila tingkat signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05.

b) Uji Multikolinieritas

Ini digunakan untuk menguji apakah di dalam model regresi ditemukan korelasi yang kuat antar variabel independen. Ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance (VIF)*. Jika nilai *Tolerance value* $> 0,10$ dan $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinieritas (Ghozali dalam Frelistiyani, 2010). Namun, jika nilai *tolerance* $\leq 0,10$ dan $VIF > 10$, maka dapat diartikan bahwa terdapat multikolinieritas pada penelitian tersebut.

c) Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu ke pengamatan lain. Heteroskedastisitas merupakan penyebaran titik data populasi pada bidang regresi tidak konstan. Dapat disebut homoskedastisitas apabila *variance* dari residual suatu pengamatan lain tetap, dan akan disebut Heteroskedastisitas apabila *variance* dari suatu pengamatan lain berbeda. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas. (Ghozali dalam Permana, 2013). Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui korelasi variabel independen dengan nilai absolute residual. Uji heteroskedastisitas menggunakan uji Gleser dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Jika hasilnya lebih besar dari t-signifikansi ($\alpha = 5\%$) maka tidak mengalami heteroskedastisitas

d) Uji Autokorelasi

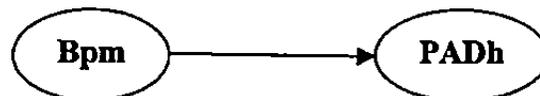
Autokorelasi adalah adanya hubungan antara kesalahan-kesalahan yang muncul pada data runtun waktu (*time series*). Untuk menguji ada atau tidaknya autokorelasi dapat dilakukan uji *Durbin Watson (DW)*. Setelah dilakukan regresi, lalu dihitung nilai *Dw*nya. Dengan jumlah sampel tertentu dan jumlah variabel tertentu diperoleh nilai kritis d_l (batas bawah) dan d_u (batas atas) dalam tabel daftar distribusi *DW* dengan berbagai nilai α . Apabila $d < d_l$ terdapat gejala autokorelasi positif, $d > (4 - d_l)$ terdapat gejala autokorelasi negatif, $d_u < d < (4 - d_l)$ tidak ada masalah

autokorelasi. Jadi, $d_l < d < d_u$ tidak dapat ditarik kesimpulan. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.

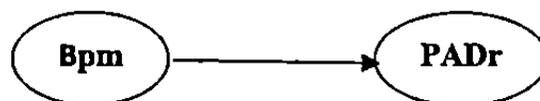
F. Uji Hipotesis

Setelah melakukan uji statistik deskriptif, uji normalitas data, dan uji asumsi klasik selanjutnya dilakukan analisis regresi yang berguna untuk melihat apakah variabel independen memiliki pengaruh atau tidak dengan variabel dependen. Hipotesis diuji menggunakan uji *path analysis*.

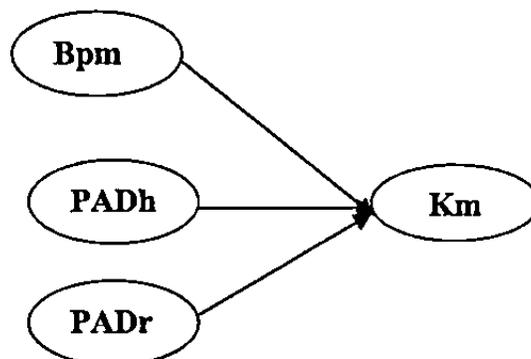
Model Regresi



Gambar 3.1. Substruktur 1



Gambar 3.2. Substruktur 2



Gambar 3.3. Substruktur 3

Substruktur 1 menjelaskan bahwa belanja promosi wisata

berpengaruh terhadap PAD pajak hotel. Hal tersebut dapat dilihat dari persamaan:

$$PAD_{ht} = \alpha + \beta B_p + \epsilon \dots \dots \dots (1)$$

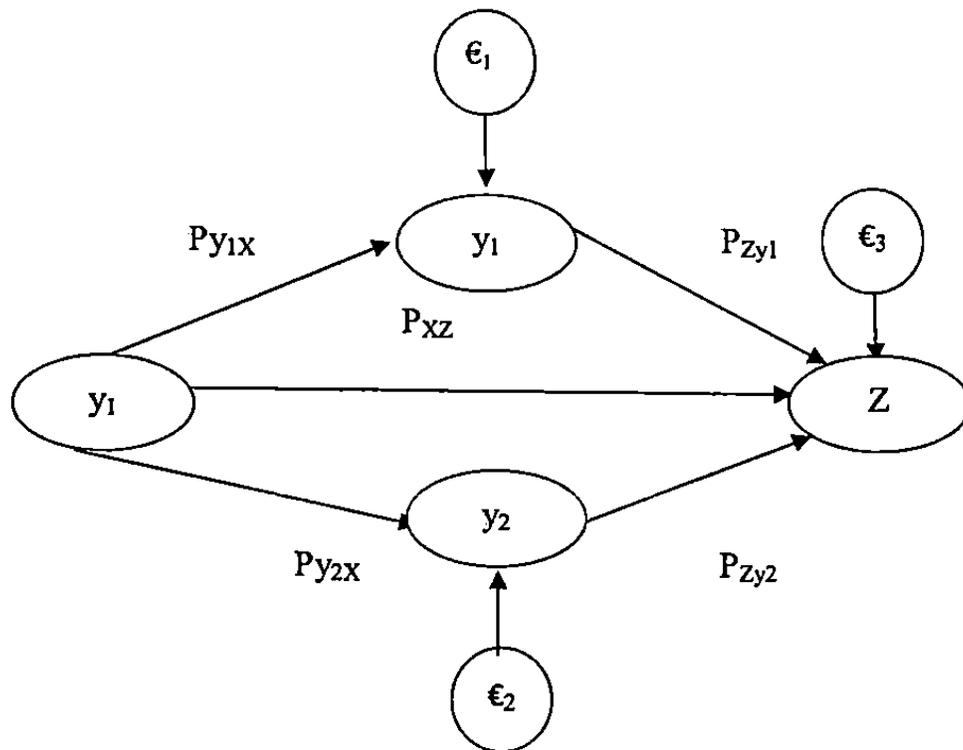
Substruktur 2 menjelaskan bahwa belanja promosi wisata berpengaruh terhadap PAD pajak restoran. Hal tersebut dapat dilihat dari persamaan:

$$PAD_{rs} = \alpha_1 + \beta_1 B_p + \epsilon \dots \dots \dots (2)$$

Substruktur 3 menjelaskan bahwa belanja promosi wisata, PAD pajak hotel dan restoran berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat. Hal tersebut dapat dilihat dari persamaan:

$$K = \alpha_2 + \beta_2 PAD_{ht} + \beta_3 PAD_{rs} + \epsilon \dots \dots \dots (3)$$

Selain itu, untuk menguji pengaruh *variableintervening* dalam model penelitian digunakan analisis jalur (*path analysis*). Variabel intervening dalam penelitian ini adalah PAD pajak hotel dan restoran.



Gambar 3.4. Gabungan substruktur model regresi

Suatu variabel dapat disebut sebagai variabel intervening jika hubungan tidak langsung lebih besar dari hubungan langsung.

Besarnya hubungan tidak langsung : $(P_{y_1x}) \times (P_{z_1y_1})$

$(P_{y_2x}) \times (P_{z_2y_2})$

Besarnya hubungan langsung : $(P_{y_1x}) \times (P_{z_1y_1}) > P_{xz}$

$(P_{y_2x}) \times (P_{z_2y_2}) > P_{xz}$

Secara statistik, ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dengan nilai statistik t dan koefisien

deteminasi. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak).

Kriteria untuk penerimaan hipotesis adalah :

- Uji Hipotesis 1 didukung apabila nilai probabilitas (sig) $< \alpha=5\%$.
- Uji Hipotesis 2 didukung apabila nilai probabilitas (sig) $< \alpha=5\%$.
- Uji Hipotesis 3 didukung apabila nilai probabilitas (sig) $< \alpha=5\%$.
- Uji Hipotesis 4 didukung apabila nilai probabilitas (sig) $< \alpha=5\%$.
- Uji Hipotesis 5 didukung apabila nilai probabilitas (sig) $< \alpha=5\%$.
- Uji Hipotesis 6 didukung apabila nilai probabilitas (sig) $< \alpha=5\%$.
- Uji Hipotesis 7 didukung apabila nilai probabilitas (sig) $< \alpha=5\%$.