

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif variabel-variabel penelitian disajikan pada Tabel

4.1 berikut:

Tabel 4.1.
Statistik Deskriptif

Variabel	N	<i>Min</i>	<i>Max</i>	<i>Mean</i>	Std. Dev
Bpm	30	30310000,00	3212215000,00	698836593,33	883023212,75
PADht	30	5313250,00	32473840945,14	8087755820,62	11376470799,88
PADrs	30	45342900,00	16758882195,78	4086387362,70	5558212906,80
Km	30	1728304000,00	7422123000,00	4025474396,75	1805712079,79

Sumber: Hasil olah data.

Tabel 4.1 menunjukkan variabel belanja promosi wisata (Bpm) memiliki rata-rata sebesar 698836593,33 dengan standar deviasi 883023212,75. PAD pajak hotel (PADht) memiliki rata-rata sebesar 8087755820,62 dengan standar deviasi sebesar 11376470799,88. PAD pajak restoran (PADrs) memiliki rata-rata sebesar 4086387362,70 dengan standar deviasi 5558212906,80. Kesejahteraan masyarakat memiliki rata-rata sebesar 4025474396,75 dengan standar deviasi 1805712079,79.

B. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas menggunakan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* yang hasilnya disajikan pada tabel 4.2 berikut:

Tabel 4.2.

Uji Normalitas

<i>Unstandardized residual</i>	Z	<i>p-value</i>	Keterangan
Pengaruh Bpm terhadap PADht	1,308	0,065	Data berdistribusi normal
Pengaruh Bpm terhadap PADrs	1,326	0,060	Data berdistribusi normal
Pengaruh Bpm, PADht dan PADrs terhadap Km	0,766	0,600	Data berdistribusi normal

Sumber: Hasil olah data.

Tabel 4.2 diperoleh nilai *p-value* dari KSZ *unstandardized residual* pada ketiga persamaan regresi lebih besar dari $\alpha = 0.05$, maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan dengan uji Durbin Watson statistics yang hasilnya disajikan pada table 4.3 berikut:

Tabel 4.3.

Uji Autokorelasi

	DW	Du	4-dU	Keterangan
Pengaruh Bpm terhadap PADht	2,482	1,490	2,510	Tidak terdapat masalah autokorelasi
Pengaruh Bpm terhadap PADrs	2,198	1,490	2,510	Tidak terdapat masalah autokorelasi
Pengaruh Bpm, PADht dan PADrs terhadap Km	1,817	1,650	2,350	Tidak terdapat masalah autokorelasi

Sumber: Hasil olah data.

Hasil pengujian pada Tabel 4.3 menunjukkan bahwa nilai DW-test pada ketiga persamaan regresi berada pada daerah $dU < DW < 4-dU$, artinya model regresi tidak terjadi autokorelasi.

3. Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas menggunakan metode *variance inflation factor* (VIF) disajikan pada tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4.

Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Bebas	Collinearity Statistics		Kesimpulan
	Tolerance	VIF	
Bpm	0,263	3,796	Tidak ada multikolinearitas
PADht	0,205	4,875	Tidak ada multikolinearitas
PADrs	0,177	5,644	Tidak ada multikolinearitas

Hasil perhitungan nilai *tolerance* menunjukkan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,1. Hasil perhitungan nilai *variance inflation factor* (VIF) menunjukkan tidak ada satu variabel bebas memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan tidak ada multikolinearitas dalam model regresi.

4. Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser disajikan pada table 4.5 berikut:

Tabel 4.5.
Uji Heteroskedastisitas

Variabel Terikat	Variabel bebas	Sig.t	Keterangan
Abse1	Bpm	0,802	Tdk terjadi heteroskedastisitas
Abse2	Bpm	0,303	Tdk terjadi heteroskedastisitas
Abse3	Bpm	0,711	Tdk terjadi heteroskedastisitas
	PADht	0,277	Tdk terjadi heteroskedastisitas
	PADrs	0,332	Tdk terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Hasil olah data.

Hasil perhitungan Tabel 4.5 menunjukkan tidak ada satupun variabel bebas yang signifikan terhadap nilai absolute dari residual (abse), hal ini terlihat dari nilai Sig. $t > 0,05$. Jadi dapat disimpulkan model regresi tidak menunjukkan adanya heteroskedastisitas

C. Pengujian Hipotesis

1. Uji hipotesis 1

Pengujian hipotesis pertama dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Hasil perhitungan pengaruh belanja promosi wisata (bpm) terhadap PAD pajak hotel (PADht) disajikan pada tabel 4.6.

Tabel 4.6.
Hasil Perhitungan Pengaruh Bpm terhadap PADht

Variabel	B	Beta	Prob (t-stat)	Keterangan
Konstanta	732888990,131		0,643	
Bpm	10,524	0,817	0,000	Signifikan
R square	0,667			
F Statistic	56,162			
Prob (F-stat)	0,000			

Sumber: Hasil olah data.

Hasil perhitungan pada Tabel 4.6 diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$\text{PADht} = 732888990,131 + 10,524 \text{ bpm} + e$$

Variabel belanja promosi wisata (Bpm) memiliki koefisien positif sebesar 10,524 dengan *p-value* (sig) 0,000 < α (0,05), berarti belanja promosi wisata berpengaruh positif terhadap PAD pajak hotel. Hipotesis pertama (H_1) dalam penelitian ini terbukti/diterima.

Nilai *R square* sebesar 0,667 menunjukkan bahwa 66,7% variasi PAD pajak hotel dapat dijelaskan oleh faktor belanja promosi wisata. Sedangkan sisanya sebesar 33,3% dijelaskan oleh variabel bebas lainnya yang tidak diamati dalam penelitian ini

2. Uji hipotesis 2

Pengujian hipotesis kedua dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Hasil perhitungan pengaruh belanja promosi wisata (bpm) terhadap PAD pajak restoran (PADrs) disajikan pada tabel 4.7.

Tabel 4.7.

Hasil Perhitungan Pengaruh Bpm terhadap PADrs

Variabel	B	Beta	Prob (t-stat)	Keterangan
Konstanta	372965426,35		0,604	
Bpm	5,314	0,844	0,000	Signifikan
<i>R square</i>	0,713			
<i>F Statistic</i>	69,439			
Prob (F-stat)	0,000			

Sumber: Hasil olah data.

Hasil perhitungan pada Tabel 4.7 diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$\text{PADrs} = 372965426,35 + 5,314 \text{ bpm} + e$$

Variabel belanja promosi wisata (bpm) memiliki koefisien positif sebesar 0,048 dengan *p*-value (sig) 0,033 < α (0,05), berarti belanja promosi wisata berpengaruh positif terhadap PAD pajak restoran. Hipotesis kedua (H_2) dalam penelitian ini terbukti/diterima.

Nilai *R square* sebesar 0,713 menunjukkan bahwa 71,3% variasi PAD pajak restoran dapat dijelaskan oleh faktor belanja promosi wisata.

Sedangkan sisanya sebesar 28,7% dijelaskan oleh variabel bebas lainnya.

3. Uji hipotesis 3, 4 dan 5

Pengujian hipotesis ketiga hingga kelima dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Hasil perhitungan regresi pengaruh belanja promosi wisata (bpm), PAD pajak hotel (PADht) dan PAD pajak restaurant (PADrs) terhadap kesejahteraan masyarakat (Km) disajikan pada tabel 4.8.

Tabel 4.8.

Hasil Perhitungan Pengaruh Bpm, PADht dan PADrs terhadap Km

Variabel	B	Beta	Prob (t-stat)	Keterangan
Konstanta	2950732036,15		0,000	
bpm	-0,519	-0,254	0,199	Tidak signifikan
PADht	0,097	0,614	0,009	Signifikan
PADrs	0,159	0,489	0,047	Signifikan
<i>Adjusted R²</i>	0,716			
<i>F Statistic</i>	25,403			
<i>Prob (F-stat)</i>	0,000			

Sumber: Hasil olah data.

Hasil perhitungan pada Tabel 4.8 diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Km = 2950732036,15 + 0,097 \text{ PADht} + 0,159 \text{ PADrs} + e$$

a. Uji Statistik t

1) Pengujian hipotesis ketiga (H_3)

Variabel belanja promosi wisata (bpm) memiliki koefisien regresi negatif sebesar -0,519 dengan *p-value* (sig) 0,199 $> \alpha$ (0,05), berarti belanja promosi wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat. Hipotesis kedua (H_3) dalam penelitian ini tidak terbukti/ditolak.

2) Pengujian hipotesis keempat (H_4)

Variabel PAD pajak hotel (PADht) memiliki koefisien positif sebesar 0,097 dengan *p-value* (sig) $0,009 < \alpha (0,05)$, berarti PAD pajak hotel berpengaruh positif terhadap kesejahteraan masyarakat. Hipotesis keempat (H_4) dalam penelitian ini terbukti/diterima.

3) Pengujian hipotesis kelima (H_5)

Variabel PAD pajak restoran (PADrs) memiliki koefisien positif sebesar 0,159 dengan *p-value* (sig) $0,047 < \alpha (0,05)$, berarti PAD pajak restoran berpengaruh positif terhadap kesejahteraan masyarakat. Hipotesis kelima (H_5) dalam penelitian ini terbukti/diterima.

b. Koefisien Determinasi (*Adjusted R-square*)

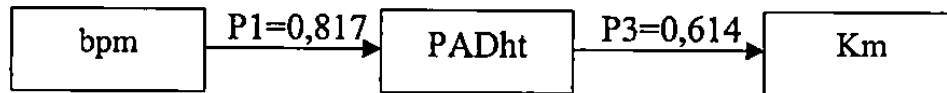
Nilai *adjusted R square* sebesar 0,716 menunjukkan bahwa 71,6% variasi kesejahteraan masyarakat dapat dijelaskan oleh faktor-faktor belanja promosi wisata, PAD pajak hotel dan PAD pajak restoran. Sedangkan sisanya sebesar 28,4% dijelaskan oleh variabel bebas lainnya yang tidak diamati dalam penelitian ini.

4. Pengujian Hipotesis 6

Uji H_6 menggunakan analisis jalur (*path analisis*) untuk menguji pengaruh belanja promosi wisata terhadap kesejahteraan masyarakat melalui variabel PAD pajak hotel sebagai variabel *intervening*.

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada Tabel 4.6 dan Tabel 4.8

diperoleh gambar analisis jalur sebagai berikut:



Gambar 4.1. Analisis Jalur

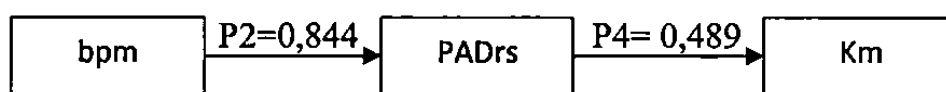
Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa besarnya koefisien pengaruh bpm terhadap PADht adalah 0,817. Koefisien pengaruh PADht terhadap Km sebesar 0,614.

Sehingga besarnya koefisien pengaruh tidak langsung bpm terhadap Km melalui PADht adalah sebesar $0,817 \times 0,614 = 0,502$. Oleh karena koefisien P1 dan P3 signifikan maka hipotesis keenam (H_6) diterima.

5. Pengujian Hipotesis 7

Uji H_7 menggunakan analisis jalur (*path analysis*) untuk menguji pengaruh belanja promosi wisata terhadap kesejahteraan masyarakat melalui variabel PAD pajak restoran sebagai variabel *intervening*.

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada Tabel 4.7 dan Tabel 4.8 diperoleh gambar analisis jalur sebagai berikut:



Gambar 4.1. Analisis Jalur

Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa besarnya koefisien pengaruh bpm terhadap PADrs adalah 0,844. Koefisien pengaruh PADrs terhadap Km sebesar 0,489. Sehingga besarnya koefisien pengaruh tidak langsung bpm terhadap Km melalui PADrs adalah sebesar $0,844 \times 0,489 = 0,413$. Oleh karena koefisien P2 dan P4 signifikan maka hipotesis ketujuh (H_7) diterima.

D. Pembahasan

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan belanja promosi wisata berpengaruh positif terhadap PAD pajak hotel. Semakin tinggi belanja promosi wisata maka akan lebih meningkatkan kegiatan promosi wisata di suatu daerah. Hal ini akan menambah jumlah wisatawan yang berkunjung. Para wisatawan ini akan menginap di hotel-hotel yang ada di daerah itu, berarti akan menambah PAD pajak hotel dari daerah tersebut. Hasil pengujian untuk hipotesis pertama selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sabatini dan Purwanti (2013) yang menyatakan bahwa tingkat hunian kamar rata-rata, PDRB, dan jumlah wisatawan berpengaruh positif terhadap penerimaan pajak hotel. Selain itu, hasil pengujian ini selaras juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari (2013) dengan studi kasus di Kota Bali yang menyatakan bahwa jumlah kunjungan wisatawan mancanegara berdampak pada PAD Provinsi Bali.

Pengujian hipotesis kedua menunjukkan belanja promosi wisata berpengaruh positif terhadap PAD pajak restoran. Semakin tinggi belanja

promosi wisata maka akan lebih meningkatkan kegiatan promosi wisata di suatu daerah. Hal ini akan menambah jumlah wisatawan yang berkunjung. Secara tidak langsung, para wisatawan akan tertarik untuk mencicipi wisata kuliner makanan. Hal itu akan menambah PAD pajak restoran dari daerah tersebut.

Pengujian hipotesis ketiga menunjukkan belanja promosi wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat. Hasil yang tidak signifikan disebabkan masyarakat tidak merasakan dampak langsung dari belanja promosi wisata. Manfaat belanja promosi wisata lebih banyak dinikmati oleh pengusaha hotel dan restoran yang jumlahnya relatif masih sedikit. Hasil pengujian untuk hipotesis ketiga tidak selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Bati (2011) dengan belanja modal sebagai variabel independen dan menyatakan bahwa belanja modal mempunyai pengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.

Pengujian hipotesis keempat menunjukkan PAD pajak hotel berpengaruh positif terhadap kesejahteraan masyarakat. Semakin tinggi PAD pajak hotel dapat lebih meningkatkan kesejahteraan masyarakat, karena semakin meningkatnya pendapatan pada suatu daerah menunjukkan bahwa daerah tersebut mampu mengurus pemerintahannya sendiri. Hasil pengujian untuk hipotesis keempat selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Khairunnisa (2011) dengan studi penelitian di Kota Bandung

dan menyatakan bahwa data PAD tahun 2004-2008 untuk sektor pajak hotel bagi PAD memberikan kontribusi terbesar.

Pengujian hipotesis kelima menunjukkan PAD pajak restoran berpengaruh positif terhadap kesejahteraan masyarakat. Semakin tinggi PAD pajak restoran, maka akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, karena pajak restoran juga merupakan sektor pajak yang memberikan kontribusi yang besar bagi PAD dari suatu daerah. Hasil pengujian untuk hipotesis kelima selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Khairunnisa (2011) yang menyatakan bahwa selain pendapatan dari sektor pajak hotel, pendapatan dari sektor pajak restoran juga memberikan kontribusi yang cukup besar dari realisasi PAD.

Pengujian hipotesis keenam menunjukkan belanja promosi wisata berpengaruh positif terhadap PAD pajak hotel untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Apabila pemerintah daerah mampu membelanjakan dana untuk promosi wisatanya dengan baik, maka akan meningkatkan perkembangan di sektor pariwisata. Semakin berkembangnya sektor pariwisata dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke daerah tersebut. Para wisatawan yang berkunjung akan mendatangi hotel untuk tempat peristirahatan. Hal ini akan meningkatkan PAD pajak hotel dari daerah tersebut, dengan meningkatnya PAD pajak hotel, maka kesejahteraan masyarakat akan semakin tinggi. Hasil pengujian untuk hipotesis keenam selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Widiastuti (2013)

dengan studi penelitian di Bali, yang menyatakan bahwa sektor pariwisata berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan daerah dan kesejahteraan masyarakat.

Pengujian hipotesis ketujuh menunjukkan belanja promosi wisata berpengaruh positif terhadap PAD pajak restoran untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Semakin tinggi belanja promosi wisata, maka *event* promosi yang dilakukan akan semakin tinggi. Hal tersebut dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung. Para wisatawan yang berkunjung akan mencoba wisata kuliner yang ada di daerah tersebut. Hal ini akan menambah PAD pajak restoran, yang berdampak semakin meningkatnya kesejahteraan masyarakat. Hasil penelitian ketujuh selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Widiastuti (2011) yang menyatakan bahwa semakin berkembangnya sektor pariwisata menyebabkan semakin besar potensi PAD sehingga dapat menunjang kemandirian suatu daerah serta meningkatkan penerimaan pemerintah untuk menyelenggarakan