

## BAB V

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai hasil dari analisis PDRB, jumlah penduduk, dan jumlah industri terhadap penerimaan pajak reklame. Untuk menganalisis variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dilakukan regresi dengan metode *Ordinary Least Square* (OLS). Analisis regresi linier berganda dengan menggunakan metode OLS akan menghasilkan koefisien regresi dari masing-masing variabel yang merupakan estimasi dari masing-masing faktor yang berpengaruh dan sejauh mana pengaruh dari faktor-faktor tersebut secara bersama-sama dalam mempengaruhi penerimaan pajak reklame. Selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis yang meliputi uji secara parsial (Uji-t) dan uji secara serempak (Uji-F).

#### A. Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui parameter dalam model yang digunakan maka penelitian ini diuji dengan menggunakan model regresi asumsi klasik sehingga tidak terjadi penyimpangan terhadap asumsi autokorelasi, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Sebelum dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu dilakukan

$$\begin{aligned}
 PR &= -18.9180 + 3.0756 \text{ PDRB} + 1.5558 \text{ PDDK} + 0.9045 \text{ INDT} - 0.6583 \text{ PJLN} \\
 \text{S.E} &= (4,7661) \quad (0,7213) \quad (0,6685) \quad (1,7249) \quad (1,5887) \\
 \text{t-stat} &= (-3,9692) \quad (4,2634) \quad (2,3273) \quad (0,5243) \quad (-0,4143) \\
 R^2 &= 0,9257 \\
 F &= 109,0383 \\
 \text{D-W} &= 0,2074
 \end{aligned}$$

Dari hasil regresi terlihat variabel yang signifikan yaitu, PDRB dan jumlah penduduk (PDDK). Sebelum dilakukan uji selanjutnya, ada baiknya dilakukan dulu pengujian masalah dalam regresi linier klasik.

### 1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Dengan kata lain terindikasi multikolinearitas apabila terdapat hubungan linier diantara variabel independen yang digunakan dalam model. Dalam penelitian ini, untuk menguji ada tidaknya multikolinearitas dengan melihat koefisien korelasi antar variabel independen atau melalui matriks korelasi antar variabelnya. Menurut Gujarati, multikolinearitas terjadi jika korelasi antar variabelnya lebih besar dari 0,80. Koefisien matriks korelasi antara

**Tabel 5.1**  
**Hasil Uji Multikolinearitas 1 (Matrik Korelasi)**

	PDRB	PDDK	INDT	PJLN
PDRB	1.000000	-0.151194	0.920287	0.859840
PDDK	-0.151194	1.000000	-0.445959	0.289783
INDT	0.920287	-0.445959	1.000000	0.665387
PJLN	0.859840	0.289783	0.665387	1.000000

Sumber : Output Pengolahan Data dengan Eviews 6 (Lampiran 2.3)

Dari hasil matriks korelasi diatas terdapat multikolinearitas antara variabel PDRB dengan jumlah industri dengan koefisien sebesar 0,9202 dan antara variabel PDRB dengan panjang jalan dengan koefisien sebesar 0,8598, sehingga patut diduga adanya hubungan linier antara variabel tersebut. Melihat hasil tersebut diatas, maka diambil keputusan untuk menghilangkan variabel panjang jalan karena diduga variabel ini sebagai penyebab adanya multikolinearitas yang tinggi dan mempertahankan variabel PDRB dan jumlah industri sebagai variabel utama dalam model. Setelah variabel panjang jalan tidak diikutsertakan ke dalam model dan dilakukan transformasi data yang memiliki hubungan linier yang kuat yaitu, jumlah industri, maka hasil dari matriks korelasi adalah sebagai berikut:

**Tabel 5.2**  
**Hasil Uji Multikolinearitas 2 (Matrik Korelasi)**

	PDRB	PDDK	DINDT
PDRB	1.000000	-0.194335	0.159712
PDDK	-0.194335	1.000000	0.340069
DINDT	0.159712	0.340069	1.000000

Dari uji tahap kedua semua variabel independen tidak terdapat multikolinearitas atau tidak adanya hubungan linier antar variabel independen. Hal ini terlihat dari hasil matriks korelasi antar variabel bebas lebih kecil dari 0,80.

## 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi perbedaan varian dari residual variabel independen yang diketahui. Dalam penelitian ini, menggunakan uji white untuk mengidentifikasi ada tidaknya heteroskedastisitas. Pada uji tahap pertama terdapat masalah heteroskedastisitas dengan probability Obs\*R Square lebih kecil dari taraf nyata 5%, yaitu 0,033. Hasil uji heteroskedastisitas terlihat pada Tabel 5.3 dibawah ini :

**Tabel 5.3**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas 1 (Uji White)**

Obs*R-squared	13.68776	Prob. Chi-Square(6)	0.0333
---------------	----------	---------------------	--------

Sumber : Output Pengolahan Data dengan Eviews 6 (Lampiran 2.5)

Untuk mengobati masalah ini maka dilakukan transformasi data atau variabel yang memiliki varian yang sama. Pada uji tahap kedua, data sudah bebas dari masalah heteroskedastisitas. Hal ini ditunjukkan dari besarnya probability Obs\*R Square

5% sehingga dinyatakan bebas dari masalah heteroskedastisitas. Adapun hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Tabel 5.4.

**Tabel 5.4**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas 2 (Uji White)**

Obs*R-squared	21.01208	Prob. Chi-Square(13)	0.0727
---------------	----------	----------------------	--------

Sumber : Output Pengolahan Data dengan Eviews 6 (Lampiran 2.6)

### 3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Dalam penelitian ini, pengujian autokorelasi dilakukan dengan menggunakan Durbin-Watson. Deteksi ada tidaknya autokorelasi dilihat dari besarnya nilai Durbin-Watson (D-W) dengan pedoman sebagai berikut :

- Angka D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
- Angka D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi.
- Angka D-W diatas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

Berdasarkan hasil perhitungan yang dihasilkan sesuai yang tertera pada Tabel 5.5 diperoleh nilai D-W sebesar 0,1929. Angka D-W tersebut berada diantara -2 sampai +2 ini berarti tidak ada autokorelasi.

## **B. Pengujian Hipotesis**

### **1. Pengujian Signifikansi Variabel secara Individu (Uji-t)**

Untuk menguji asumsi adanya pengaruh antara variabel produk domestik regional bruto (PDRB), jumlah penduduk (PDDK), jumlah industri (INDT), dan panjang jalan (PJLN) terhadap penerimaan pajak reklame (PR) maka perlu dilakukan uji hipotesis. Pengujian hipotesis ini diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh tingkat signifikan diantara variabel bebas dan variabel terikat.

Kriteria pengujian lainnya yang dapat dilakukan adalah dengan menguji signifikan tidaknya koefisien regresi, yaitu dengan melihat nilai probabilitas. Jika nilai probabilitas yang didapatkan lebih kecil dari tingkat signifikan 5% maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang berarti bahwa variabel bebas secara statistik mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat, demikian juga sebaliknya. Setelah dihilangkan salah satu variabel bebas yaitu, panjang jalan maka dilakukan regres dengan variabel bebas PDRB, jumlah penduduk (PDDK) dan jumlah industri (INDT). Adapun hasil uji pengaruh variabel bebas terhadap variabel



- a) Koefisien regresi dari konstanta sebesar -18,19224, dapat diartikan apabila semua variabel bebas (PDRB, PDDK, INDT) dianggap konstan atau tidak mengalami perubahan maka penerimaan pajak reklame (PR) sebesar -18,19224.
- b) Koefisien regresi dari PDRB sebesar 2,892194, dapat diartikan apabila PDRB meningkat sebesar 1% per tahun maka penerimaan pajak reklame akan meningkat sebesar 2,89%. Koefisien PDRB bernilai positif, yang bermakna PDRB memiliki hubungan positif terhadap penerimaan pajak reklame. Peningkatan 1% pada PDRB akan meningkatkan penerimaan pajak reklame sebesar 2,89%. Dengan asumsi variabel yang lain, yaitu jumlah penduduk dan jumlah industri tetap.
- c) Koefisien regresi dari jumlah penduduk (PDDK) sebesar 1,361425, dapat diartikan apabila jumlah penduduk meningkat 1% maka penerimaan pajak reklame akan mengalami perubahan atau meningkat sebesar 1,36%. Koefisien jumlah penduduk bernilai positif, yang bermakna jumlah penduduk memiliki hubungan positif terhadap penerimaan pajak reklame. Peningkatan 1% pada jumlah penduduk akan meningkatkan penerimaan pajak reklame sebesar 1,36%. Dengan asumsi variabel yang lain, yaitu PDRB dan jumlah industri tetap.
- d) Koefisien regresi dari jumlah industri (INDT) sebesar 0,842058, dapat diartikan apabila jumlah industri meningkat 1% maka penerimaan pajak reklame akan mengalami perubahan atau meningkat sebesar 0,84%. Koefisien jumlah industri bernilai positif, yang bermakna jumlah industri memiliki hubungan positif terhadap penerimaan pajak reklame. Peningkatan 1% pada jumlah industri akan

meningkatkan penerimaan pajak reklame sebesar 0,84%. Dengan asumsi variabel lain, yaitu PDRB dan jumlah penduduk tetap.

Berdasarkan Tabel 5.5 diperoleh hasil regresi dari masing-masing variabel bebas dengan nilai t-statistik dan tingkat signifikansinya. Hasil pengujian tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

a) Pengujian terhadap variabel PDRB

Variabel PDRB mempunyai nilai t-statistik sebesar 5,1367 dengan nilai probabilitasnya 0,0000, maka hasil regresi tersebut signifikan pada taraf signifikansi 5%. PDRB secara statistik berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame. Hal ini diperkuat dengan koefisien regresi bernilai positif atau mempunyai hubungan positif dengan penerimaan pajak reklame.

b) Pengujian terhadap variabel jumlah penduduk (PDDK)

Variabel jumlah penduduk (PDDK) mempunyai nilai t-statistik sebesar 2,8923 dengan nilai probabilitasnya 0,0064, maka hasil regresi tersebut signifikan pada taraf signifikansi 5%. Jumlah penduduk secara statistik berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame. Hal ini diperkuat dengan koefisien regresi bernilai positif atau mempunyai hubungan positif dengan penerimaan pajak reklame.

c) Pengujian terhadap variabel jumlah industri (INDT)

Variabel jumlah industri (INDT) mempunyai nilai t-statistik sebesar 0,4957 dengan nilai probabilitasnya 0,623, maka hasil regresi tersebut signifikan pada taraf signifikansi 10%. Jumlah industri secara statistik berpengaruh terhadap

bernilai positif atau mempunyai hubungan positif dengan penerimaan pajak reklame.

## 2. Pengujian Signifikansi Variabel secara Serempak (Uji-F)

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel-variabel bebas secara keseluruhan apakah mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat/dependen. Dari hasil analisis sesuai yang tertera pada Tabel 5.5 diperoleh nilai F-statistik sebesar 148,7497 dengan probabilitasnya sebesar 0,000000. Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima (signifikan pada tingkat 5%). Ini berarti faktor PDRB, jumlah penduduk, dan jumlah industri secara bersama-sama mempengaruhi penerimaan pajak reklame.

## 3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh variasi dari variabel bebas/independen dapat menerangkan dengan baik variasi dari variabel terikat/dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu. Jika  $R^2$  mendekati nol, maka variabel bebas tidak menerangkan dengan baik variasi dari variabel terikatnya. Jika  $R^2$  mendekati satu, maka variasi dari variabel tersebut dapat menerangkan dengan baik variabel terikatnya.

Dari hasil estimasi sesuai yang tertera pada Tabel 5.5 diperoleh koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,9253. Ini berarti 92,53% variasi variabel dependen

PDRB, jumlah penduduk dan jumlah industri. Sedangkan sisanya yaitu 7,47% disebabkan oleh variabel lain yang tidak ada dalam model.

### **C. Interpretasi Hasil dan Pembahasan**

#### **1) PDRB**

Hasil regresi menunjukkan slope koefisien dari PDRB sebesar 2,892194 yang berarti PDRB mempunyai hubungan positif dengan penerimaan pajak reklame. Dengan kata lain kenaikan 1% PDRB akan meningkatkan penerimaan pajak reklame sebesar 2,89%. Semakin tinggi tingkat kenaikan PDRB maka semakin tinggi pengaruhnya terhadap penerimaan pajak reklame.

PDRB merupakan suatu tolak ukur kemakmuran bagi suatu daerah. Semakin tinggi PDRB suatu daerah mengindikasikan semakin tingginya tingkat pendapatan dan kemajuan suatu daerah. PDRB yang tinggi mencerminkan keadaan perekonomian dan pergerakan sektor-sektor ekonomi yang baik. Keadaan ini didorong oleh investasi yang selanjutnya akan meninggikan tingkat kegiatan ekonomi daerah dan berakibat pendapatan masyarakat bertambah dan seterusnya konsumsi masyarakat bertambah tinggi. Kenaikan ini akan menghasilkan lebih banyak barang dan jasa dan terciptanya penanaman modal baru.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa PDRB Kota Yogyakarta mempunyai pengaruh signifikan terhadap penerimaan pajak reklame. Hal ini sejalan bila dilihat dari perkembangan penerimaan PDRB yang mengalami peningkatan tiap kuartalnya

rupiah meningkat dari kuartal 4 tahun sebelumnya yaitu, 1.464.040,0 juta rupiah. Meningkatnya PDRB berdampak positif pada penerimaan pajak reklame yang ikut juga mengalami peningkatan. Pada kuartal 4 tahun 2012 penerimaan pajak reklame sebesar Rp1.660.456.144 meningkat dari kuartal 4 tahun sebelumnya, yaitu Rp1.438.460.237.

## 2) Jumlah Penduduk

Hasil regresi menunjukkan slope koefisien dari jumlah penduduk sebesar 1,361425 yang berarti jumlah penduduk mempunyai hubungan positif dengan penerimaan pajak reklame. Dengan kata lain bertambahnya 1% jumlah penduduk akan meningkatkan penerimaan pajak reklame sebesar 1,36%.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Adam Smith dan David Ricardo, penduduk merupakan obyek pembangunan sekaligus juga sebagai subyek pembangunan. Oleh karena itu, penduduk memegang peranan penting dalam proses pembangunan ekonomi. Menurut Adam Smith bahwa pertumbuhan penduduk yang tinggi akan dapat menaikkan output melalui peningkatan kualitas sumber daya manusia dan ekspansi pasar baik ditingkat domestik maupun mancanegara. Pertambahan penduduk yang tinggi diiringi dengan perubahan teknologi dan investasi

... dan juga pembangunan skala

Penambahan penduduk merupakan suatu hal yang dibutuhkan dan bukan suatu masalah, melainkan sebagai unsur penting yang dapat memacu pembangunan dan pertumbuhan ekonomi. Meningkatnya jumlah penduduk akan memacu meningkatnya jumlah konsumsi baik konsumsi barang primer, sekunder maupun tersier. Penduduk sebagai konsumen barang dan jasa tentu saja membutuhkan informasi mengenai produk atau komoditi barang dan jasa. Oleh karena itu, produsen sebagai penyedia barang dan jasa akan memberikan informasi sedetail dan sejelas mungkin mengenai barang dan jasa yang mereka tawarkan kepada penduduk sebagai konsumen. Semakin banyak jumlah penduduk disuatu daerah semakin banyak pula promosi yang dilakukan oleh produsen. Salah satu media promosi yang cukup efektif saat ini adalah reklame, maka semakin banyak reklame yang digunakan sebagai media informasi sekaligus media promosi maka akan semakin meningkatkan penerimaan pajak reklame Kota Yogyakarta.

### **3) Jumlah Industri**

Hasil regresi menunjukkan slope koefisien dari jumlah industri sebesar 0,842058 yang berarti jumlah industri mempunyai hubungan positif dengan penerimaan pajak reklame. Dengan kata lain kenaikan 1% jumlah industri akan meningkatkan penerimaan pajak reklame sebesar 0,84%. Keadaan ini diperkuat dari hasil uji, jumlah industri signifikan terhadap penerimaan pajak reklame pada taraf signifikansi 10%. Hal ini terbukti dengan tingkat koefisien regresi sebesar 1%

Dalam dunia industri, sudah pasti produk yang dihasilkan akan dipasarkan kepada masyarakat, baik individu maupun kelompok atau badan. Untuk memasarkan produknya maka diperlukan sarana dan prasarana yang mendukung dalam mempublikasikan produk. Salah satunya melalui media reklame, baik berupa *billboard*, spanduk, selebaran dan sebagainya. Dari sisi fasilitas/tempat pemasangan reklame telah diatur oleh pemerintah baik berupa peraturan pemerintah daerah maupun peraturan pemerintah kota. Hal ini untuk memberikan ketertiban, kemudahan dan kenyamanan kepada sejumlah industri maupun orang atau badan dalam menggunakan fasilitas yang telah disediakan atau tempat yang telah disetujui untuk pemasangan reklame. Sekaligus sebagai salah satu sumber penerimaan daerah dalam hal ini pajak reklame.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah industri di Kota Yogyakarta tidak signifikan terhadap penerimaan pajak reklame. Namun, koefisien regresi menunjukkan ada hubungan positif walaupun kecil, yaitu hanya sebesar 1%. Hasil statistik ini menggambarkan jumlah industri di Kota Yogyakarta hanya mempengaruhi penerimaan pajak reklame sebesar 1%. Hal ini tidak mengherankan karena Kota Yogyakarta didominasi oleh industri menengah dan kecil, walaupun menggunakan media reklame hanya berskala kecil dan pemasangan reklame cenderung hanya disekitar lokasi industri. Keadaan ini jauh berbeda jika dibandingkan dengan industri besar yang cenderung menggunakan media reklame

yang secara tidak langsung membutuhkan biaya besar dan pajaknya tinggi. Sedikitnya jumlah industri besar dan sedang di Kota Yogyakarta terlihat dari perkembangannya, pada tahun 2012 sebanyak 81 industri dengan tingkat pertumbuhan sebesar -4,7% mengalami penurunan dari tahun sebelumnya yang berjumlah 85 industri dengan pertumbuhan 4,9%.

Turunnya jumlah industri secara tidak langsung memberikan pengaruh pada penerimaan pajak reklame walaupun industri bukan satu-satunya yang menggunakan media reklame. Adanya pemasangan reklame tanpa izin merupakan salah satu indikator berkurangnya penerimaan pajak reklame. Hal ini bisa disebabkan kurangnya pemahaman masyarakat terhadap peraturan yang diterapkan dan bisa juga