ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENERIMAAN PAJAK REKLAME DI KOTA YOGYAKARTA TAHUN 2001-2015

SKRIPSI

Oleh:

Nama	: M. Raihan Ghiffary Arge
Nomor Mahasiswa	: 13313033
Jurusan	: Ilmu Ekonomi

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI YOGYAKARTA

2018

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENERIMAAN PAJAK REKLAME DI KOTA YOGYAKARTA TAHUN 2001-2015

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir

Guna memperoleh gelar sarjana jenjang strata 1

Jurusan Ilmu Ekonomi

Pada Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama	: M. Raihan Ghiffary Arge
Nomor Mahasiswa	: 13313033
Jurusan	: Ilmu Ekonomi

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI YOGYAKARTA

2018

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sunggu dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain seperti dimaksud dalam buku pedoman penyusunan skripsi Jurusan Ilmu Ekonomi FE UII. Apabila dikemuda hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka Saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, Desember 2017

Penulis,



Muhammad Raihan Ghiffary Arge

PENGESAHAN

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENERIMAAN PAJAK REKLAME DI KOTA YOGYAKARTA TAHUN 2001-2015

Nama	: Muhammad Raihan Ghiffary Arge
Nomor Mahasiswa	: 133131033
Jurusan	:Ilmu Ekonomi

Yogyakarta, Agustus 2017

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Suharto, SE, M.Si.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENERIMAAN PAJAK REKLAME DI KOTA YOGYAKARTA TAHUN 2001-2015

Disusun Oleh : **M.RAIHAN GHIFFARY ARGE**

Nomor Mahasiswa : **13313033**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Rabu, tanggal: 17 Januari 2018

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Suharto, SE., M.Si. .....

Penguji : Diana Wijayanti, Dra., M.Si. .....

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucap puji syukur kepada AllAH SWT atas rahmatNya skripsi ini dapat diselesaikan

Karya ini merupakan salah satu bentuk dharma baktiku

Kepada Ayahnda dan Ibunda serta saudara kandungku tercinta

Terimakasih atas segala cinta, kasih sayang, kesabaran, dukungan, kepercayaan dan doa tulus yang selalu dipanjatkan kepadaku

Terimakasih telah memberikan keyakinan, canda tawa dalam hidupku dan doa yang tulus

Kupersembahkan juga karya ini kepada teman – teman seperjuangan yang tiada pernah hentinya mendengarkan keluh kesah, memberikan semangat dan dukungan kepada ku dalam menyelesaikan skripsi ini.

HALAMAN MOTTO

Tidak ada yang tidak mungkin

Ketika Tuhan menghendaki jadi, maka jadilah

Hidup adalah proses & belajar menliti cipratan Tuhan yang di sebar di muka bumi,

Tuhan tidak menuntutmu untuk selalu berhasil, sebab jika gagal maka teruslah bersyukur, karena urusan ketentuan merupakan hak prerogative Tuhan. Namun teruslah selalu berusaha dan berdoa, sebagai bentuk keyakinanmu terhadap Rabbmu

"Never Give Up"

Dan (Ingatlah juga), tatkala Rabbmu memberitahukan : "sesungguhnya jika kamu bersyukur, pasti Kami akan menambah (nikmat) kepadamu. Dan jika kamu kufur (mengingkari nikmat-Ku), maka sesungguhnya adzab-Ku sangat pedih".

(Q.S Al-Karim Surat Ibrahim : 17)

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala karunia rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Shalawat serta salam semoga selalu dilimpahkan kepada Allah SWT dan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya, dan karena syafatnya kita dapat hijrah dari zaman kegelapan menuju zaman yang diridhoi oleh Allah SWT.

Penyusunan skripsi ini adalah sebagai tugas akhir yang merupakan syarat untuk meraih gelar Sarjana Strata S-1 pada Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia. Dalam penyusunan laporan penelitian ini, penulis menyadari masih banyak terdapat kelemahan dan kekurangan, sehingga segala bentuk kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan penulis demi kesempurnaan laporaan penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi diri penulis dan pihak – pihak terkait lainnya.

Dalam penulisan penelitian ini penulis tidak lupa pula mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala karunia rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Shalawat serta salam

semoga selalu dilimpahkan kepada Allah SWT dan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya, dan karena syafatnya kita dapat hijrah dari zaman kegelapan menuju zaman yang diridhoi oleh Allah SWT.

2. Kedua orang tua penulis, Bapak Haerul Soekarno dan Ibu Amalia Arge yang telah memberikan dukungan, nasehat, kasih sayang dan do'a selama ini kepada penulis
3. Adik-adik penulis yang selalu senantiasa memberikan dukungan, berupa doa, pengalaman, serta nasehat selama ini kepada penulis
4. Bapak Suharto, SE, M.Si. selaku dosen pembimbing dalam penulisan skripsi ini, yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis hingga mampu menyelesaikan skripsi ini,
5. Bpk. Dr. D. Agus Hardjito, M.Si selaku Dekan Fakultas EkonomiUniversitas Islam Indonesia.
6. Bpk Drs. Akhsyim Affandi, MA, Ph.D selaku kepala jurusan IlmuEkonomi, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
7. Teman-teman MTR, terima kasih atas kebersamaan suka duka nya selama ini.
8. Teman-teman di kampung terima kasih atas kebersamaan yang telah terjalin hingga seperti keluarga.
9. Terima kasih kepada kamu yang telah sedia selalu mendukung dan mendoakan.

10. Teman-teman IE 2013 yang tidak dapat penulis sebut satu-persatu, terima kasih atas kebahagiaan dan kesah yang telah terbagi, senang menjadi bagian dari keluarga IE 2013

Demikian skripsi ini penulis susun dan tentunya masih banyak kekurangan yang perlu dibenahi, kritik dan saran diperlukan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kehidupan semua manusia.

Yogyakarta, Agustus 2017

Penulis

Muhammad Raihan Ghiffary Arge

DAFTAR ISI

Halaman Judul ..... **i**

Halaman Sampul ..... **ii**

Halaman Bebas Plagiarisme ..... **iii**

Halaman Pengesahan Skripsi ..... **iv**

Halaman Pengesahan Ujian ..... **v**

Halaman Persembahan ..... **vi**

Halaman Motto ..... **vii**

Halaman Kata Pengantar ..... **viii**

Halaman Daftar Isi ..... **xi**

Halaman Daftar Tabel ..... **xiv**

Halaman Daftar Lampiran ..... **xv**

Halaman Abstrak ..... **xvi**

BAB I **1**

PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 7

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian 8

1.3.1 Tujuan Penelitian 8

1.3.2 Manfaat Penelitian 9

BAB II **10**

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI **10**

2.1 Kajian Pustaka 10

2.2 Landasan Teori 13

2.2.1 Pajak 13

2.2.2 Pajak Daerah 20

2.2.3 Wajib Pajak 24

2.2.4 Pendapatan Asli Daerah (PAD) 27

2.2.5 Pajak Reklame 33

2.2.6 Hubungan Variabel yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame di Kota Yogyakarta 40

2.3 Kerangka Pemikiran 43

2.4 Hipotesis Penelitian……44

BAB III 45

METODE PENELITIAN 45

3.1 Variabel Penelitian 45

3.1.2 Variabel Dependen 45

3.1.3 Variabel Independen 45

3.2 Jenis dan Sumber Data 46

3.2.1 Jenis Data 46

3.2.2 Sumber Data 46

3.3 Metode Pengumpulan Data 47

3.4 Metode Analisis 47

3.4.1 Metode Regresi Kuadrat Terkecil 47

3.4.2 Pemilihan Model Regresi 48

3.4.3 Uji Statistik 49

3.4.4 Uji Asumsi Klasik 53

BAB IV 56

HASIL DAN PEMBAHASAN 56

4.1 Deskripsi Data Penelitian 56

4.2 Hasil dan Analisis 57

4.2.1 Uji Spesifikasi Model 57

4.2.2 Pengujian Statistik 61

4.2.3 Uji Asumsi Klasik 64

4.3 Analisis Ekonomi 68

4.3.1 Jumlah Penduduk 69

4.3.2 Jumlah Industri 69

4.3.3 PDRB 71

4.3.4 Jumlah Wisatawan 71

BAB V 73

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI 73

5.1 Kesimpulan 73

5.2 Implikasi 73

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Data Pajak Reklame, Jumlah Penduduk, Jumlah Industri, PDRB dan Jumlah Wistawan Kota Yogyakarta Tahun 2001-2015 ……59

Tabel 4.2. Hasil Estimasi Uji MWD (Model Linier) ……62

Tabel 4.3. Hasil Estimasi Uji MWD (Model Log Linier) ……62

Tabel 4.4. Hasil Estimasi Linier Berganda (Model Linier) Setelah Uji MWD …63

Tabel 4.5. Hasil Uji Multikolinieritas ……..68

Tabel 4.6. Hasil Uji Normalitas ……69

Table 4.7. Hasil Uji Autokorelasi ……70

Tabel 4.8. Hasil Uji Heterokedastisitas ……71

DAFTAR LAMPIRAN

I. Data Pajak Reklame, Jumlah Penduduk, PDRB, Jumlah Wisatawan dan Jumlah Industri di Kota Yogyakarta Tahun 2001-2015

II. Hasil Estimasi Uji MWD (Model Linier)

III. Hasil Estimasi Uji MWD (Model Log Linier)

IV. Hasil Estimasi Linier Berganda (Model Linier) Setelah Uji MWD

V. Hasil Uji Multikolinieritas

VI. Hasil Uji Normalitas

VII. Hasil Uji Autokorelasi

VIII. Hasil Uji Heterokedastisitas

ABSTRAKSI

Penelitian ini mengungkapkan hasil dari studi yang menganalisis tentang Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame Di Kota Yogyakarta Tahun 2001- 2015. Data yang digunakan merupakan data sekunder, yaitu data yang sudah tersedia dan bersumber dari Badan Pusat Statistik (BPS). Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian yaitu Pajak Reclaimed, sedangkan variabel independennya yaitu Jumlah penduduk (JP), Jumlah Industri, Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), Jumlah Wisatawan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah data time series. Data yang digunakan adalah data time series selama 15 tahun (2001-2015). Penelitian ini menggunakan metode analisis Uji MWD, Asumsi Klasik dengan melalui pengujian Autokorelasi, Multikolinieritas, Heteroskedastisitas, Koefisien Determinasi (R2), Uji F dan Uji T. Penelitian ini menemukan bahwa tidak semua hasilnya sesuai dengan hipotesis. Jumlah penduduk (JP), Jumlah Industri, Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di kota Yogyakarta sedangkan jumlah wisatawan tidak berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame di kota Yogyakarta.

Kata kunci: ***Pajak Reklame, Jumlah penduduk, Jumlah Industri, Produk Domestik Regional Bruto, Jumlah Wisatawan***.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Negara indonesia sebagai negara berkembang yang sedang melakukan pembangunan di segala bidang, pembangunan tersebut dilakukan dengan tujuan mewujudkan cita cita bangsa indonesia yaitu masyarakat adil dan makmur.

Pembangunan pada hakekatnya adalah proses perubahan yang terus menerus dalam rangka mewujudkan cita cita bangsa indonesia, dalam melakukan pembangunan ini pelaksanaan opersionalnya melalui anggaran pendapatan dan belanja negara tiap tahunnya untuk terwujudnya pembangunan nasional. Tetapi dalam melakukan pembangunan nasional harus di ikuti dengan pembangunan daerah yang merupakan bagian sangat penting dalam pembangunan ekonomi.

Pembangunan daerah itu sendiri merupakan bagian integral dari pembangunan nasional sehingga setiap daerah diwajibkan menyukseskan pembangunan daerah terutama yang berasal dari pendapatan asli daerah (PAD) dalam rangka meningkatkan pendapatan asli daerah setiap daerah harus mampu mengali potensi sumber dana pada daerahnya sendiri yang berguna sebagai pembiayaan pembangunan daerahnya masing-masing sehingga daerah mampu melaksanakan otonomi daerahnya dan kegiatan pembangunan berjalan sesuai dengan yang diharapkan.

Menurut undang – undang no 12 tahun 2008 otonomi daerah adalah hak, wewenang dan kewajiban daerah otonom untuk megatur sendiri urusan

pemerintahan dan kepentingan masyarakat sesuai dengan peraturan perundang undangan. Otonomi daerah merupakan suatu konsekuensi reformasi yang harus di hadapi oleh setiap daerah di indonesia, terutama kabupaten dan kota sebagai unit pelaksana otonomi daerah. Untuk melaksanakan otonomi daerah pemerintah harus cepat mengidentifikasi sektor sektor potensi sebagai motor penggerak pembangunan daerah terutama melalui upaya pembangunan potensi pendapatan asli daerah (PAD). Tuntutan peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) semakin besar seiring dengan semakin banyaknya kewenangan pemerintahan yang dilimpahkan kepada daerah disertai pengalihan personil, peralatan, pembiayaan dan dokumentasi (P3D) ke daerah.

Menurut Mahmudi (2010:16), jika dibandingkan dengan sektor bisnis, sumber pendapatan pemerintah daerah relatif terprediksi dan lebih stabil, sebab pendapatan tersebut diatur oleh peraturan perundang-undangan daerah yang bersifat mengikat dan dapat dipaksakan. Sedangkan pada sektor bisnis sangat dipengaruhi oleh pasar yang penuh ketidakpastian dan turbulensi, sehingga pendapatan pada sektor bisnis bersifat fluktuatif.

Untuk meningkatkan akuntabilitas dan keleluasaan dalam pembelanjaan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD), sumber-sumber penerimaan daerah yang potensial harus digali secara maksimal di dalam koridor peraturan perundang-undangan yang berlaku, termasuk diantaranya adalah pajak daerah dan retribusi daerah yang sudah sejak lama menjadi salah satu unsur Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang utama. Semakin tinggi kewenangan keuangan yang dimiliki

daerah, maka semakin tinggi peranan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dalam struktur keuangan daerah, begitu pula sebaliknya.

Sesuai undang-undang no 34 tahun 2000 atas perubahan undang undang no. 18 tahun 1997 tentang pajak daerah dan retribusi daerah sebagai salah satu upaya untuk mewujudkan otonomi daerah yang luas, nyata dan bertanggung jawab. Pembiayaan pemerintahan dan pembangunan daerah yang berasal dari pendapatan asli daerah (PAD) khususnya yang bersumber dari pajak daerah perlu ditingkatkan sehingga kemandirian daerah dalam hal pembiayaan penyelenggaraan pemerintah di daerah dapat terwujud. Salah satu contoh kota di Indonesia ini yang sedang mengalami pembangunan yang pesat dan mengalami peningkatan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) yaitu Kota Yogyakarta di Provinsi DI Yogyakarta.

Kota yogyakarta adalah ibu kota dan pusat pemerintahan Daerah Istimewah Yogyakarta. Kota yogyakarta merupakan daerah yang cukup strategis untuk pusat perekonomian. Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang merupakan salah satu tolak ukur pelaksanaan otonomi daerah. Semakin banyak kebutuhan daerah yang dapat dibiayai dengan PAD, maka akan semakin tinggi kualitas otonominya (Pesik,2013). Hal itu membuat pemerintah Kota Yogyakarta melakukan berbagai upaya agar dapat meningkatkan penerimaan PAD dari segala sektor.

Badan Pusat Statistik (2015) menyatakan bahwa pendapatan asli daerah Kota Yogyakarta Sekitar 5.45 persen dari nilai tersebut berasal dari pendapatan pajak daerah. Sebagai penerimaan pendapatan asli daerah (PAD) Pajak daerah mempunyai ketertarikan yang erat dengan jasa pelayanan yang disediakan oleh

pemerintah daerah kepada masyarakat sehingga pertumbuhan penduduk dan peningkatan perekonomian ikut mendorong penerimaan pajak daerah. Berbagai jenis penerimaan pajak daerah di Kota Yogyakarta disesuaikan dengan Perda Kota Yogyakarta No. 1 tahun 2011 yang merupakan ketetapan yang harus ditaati dalam melakukan pemungutan pajak daerah.

Jenis-jenis pajak daerah di Kota Yogyakarta terdiri dari Pajak Hotel dan Restoran, Pajak Bahan Kendaraan Bermotor (PBBKB), Pajak Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBNKB), Pajak Kendaraan Bermotor (PKB), Pajak Hiburan, Pajak Penerangan Jalan, dan Pajak Parkir, Pajak Reklame.

Terdapat satu jenis pajak yang menarik dari semua pajak yang dikelola oleh Pemerintah Kota Yogyakarta, yaitu pajak reklame. Pajak Reklame adalah pungutan yang dikenakan terhadap penyelenggaraan reklame (Marihot P.Siahaan). Pajak Reklame dikenakan dengan alasan bahwa reklame dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau yang dapat dilihat, dibaca dan atau didengar dari suatu tempat umum, kecuali yang dilakukan oleh Pemerintah.

Tahun	**REK (rupiah)**	**PDK (orang)**	**PDRB (juta rupiah)**	**ID (unit)**	**WST (jiwa)**
2008	4.962.578.175	456.915	5.021.148	5.950	1.548123
2009	5.044.559.994	462.752	5.224.851	6.224	2.019.768
2010	4.639.213.808	387.086	5.505.942	6.535	2.139.875
2011	5.439.731.728	390.554	5.816.568	6.565	2.561.964
2012	6.303.861.072	394.012	6.151.679	6.565	2.950.800

2013	7.000.369.458	402.679	6.498.900	6.516	3.368.685
2014	5.207.000.000	400.467	6.640.393	5.133	5.251.352
2015	5.680.000.000	412.704	6.983.870	5.409	5.619.231

Kota Yogyakarta merupakan ibu kota di Daerah istimewah Yogyakarta yang sedang mengalami pembangunan yang cukup berkembang pada setiap tahunnya dan sektor industri di kota ini cukup meningkat di setiap tahunnya. Maka dari itu prospek Pajak Reklame cukup potensial untuk waktu yang akan datang. Dalam ilmu marketing ada bauran pemasaran yang dipakai sebagai instrument kebijakan perusahaan. Salah satu bauran pemasaran tersebut adalah promosi yang terdiri antara lain iklan, reklame dan promosi penjualan. Oleh karena itu obyek pajak reklame akan tumbuh seiring dengan pertumbuhan perusahaan atau industri.

Dari penjelasan di atas memang tak bisa dipungkiri, bahwa penerimaan pajak reklame di pengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah jumlah penduduk, jumlah wisatawan, jumlah industridan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Keempat faktor tersebut selalu berfluktuasi tiap tahunnya dan dapat digunakan sebagai peramalan penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta.

Syuhada Sofian (1997), dalam penelitiannya membuktikan bahwa jumlah penduduk berpengaruh terhadap jumlah Penerimaan Pajak Reklame. Pertumbuhan penduduk dianggap sebagai salah satu faktor positif dalam memacu pertumbuhan ekonomi. Penduduk dianggap sebagai pemacu pembangunan. Banyaknya jumlah penduduk akan memacu kegiatan produksi, konsumsi dari penduduk inilah yang

akan menimbulkan permintaan agregat. Pada gilirannya, peningkatan konsumsi agregat memungkinkan usaha-usaha produktif berkembang, begitu pula perekonomian secara keseluruhan (Dumairy, 1996). Besar kecilnya penerimaan pajak sangat ditentukan oleh PDRB, jumlah penduduk dan kebijakan pemerintah baik pusat maupun daerah, jadi PDRB dan jumlah penduduk berpengaruh terhadap penerimaan masing-masing jenis pajak daerah tersebut (Musgrave, 1993) Penelitian Veronika Winarti Agustiningtyas (2003) juga melakukan analisis terhadap faktor faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak daerah Kabupaten dan Kota di Propinsi Jawa Tengah. Kesimpulan yang diperoleh adalah bahwa pendapatan perkapita, jumlah wisatawan, investasi pemerintah dan daya listrik tersambung berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak

Menurut Sutrisno (2002) jumlah industri berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame. Jumlah industri adalah jumlah usaha industri baik industri kecil, menengah, maupun besar yang ada di Kabupaten Semarang. Jumlah industri yang menggunakan jasa pemasangan reklame juga berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame. Hal ini disebabkan apabila suatu industri yang ingin memasarkan produknya dapat menggunakan atau memasang reklame agar dapat diketahui oleh masyarakat. Hal tersebut dapat menambah jumlah penerimaan pajak itu sendiri. Bertambahnya jumlah industri yang memasang reklame mengakibatkan obyek pajak bertambah luas, sehingga penerimaan daerah pun meningkat (Syuhada Sofian, 1997).

PDRB merupakan jumlah nilai tambah yang dihasilkan oleh seluruh usaha dalam suatu wilayah, atau merupakan jumlah seluruh nilai dan jasa akhir yang

dihasilkan oleh BPS (Badan Pusat Statistik) terhadap suatu daerah. Salah satu faktor penting untuk mengetahun kondisi ekonomi di suatu wilayah tertentu dalam suatu periode tertentu dapat ditunjukkan oleh data PDRB daerah tersebut. Apabila nilai PDRB mengalami peningkatan maka akan membawa pengaruh positif pada kenaikan penerimaan daerah. Semakin tinggi pendapatan seseorang makan akan semakin tinggi pula kemampuan seseorang untuk membayar berbagai pungutan yang ditetapkan pemerintah, sehingga semakin tinggi pula kemampuan masyarakat tersebut untuk membayar pajak daerah yang digunakan untuk membiayai pengeluaran rutin dan pengeluaran pembangunan pemerintah (Mardiasmo, 1995). Sedangkan PDRB Perkapita adalah salah satu indikator untuk mengukur kesejahteraan rakyat di suatu wilayah tertentu. Karena pajak daerah merupakan salah satu dari pajak daerah makan akan semakin tinggi PDRB makan semakin tinggi penerimaan Pajak Daerah pada umunya dan Pajak Reklame pada khususnya.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk mengambil judul "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame di Kota Yogyakarta"

1.2 Rumusan Masalah

Pemerintah Kota Yogyakarta sedang melakukan proses pembangunan yang memerlukan biaya relatif besar. Pajak reklame merupakan salah satu sumber pendapatan yang dapat dikembangkan sebagai sektor penerimaan untuk melakukan pembiayaan pembangunan. Besarnya penerimaan pajak reklame pada dasarnya tergantung pada kesiapan daerah dan potensi daerah tersebut. Di

samping itu partisipasi dan peran serta masyarakat akan sangat mendukung keberhasilan pelaksanaan pajak reklame khususnya wajib pajak reklame.

Berdasarkan uraian diatas maka permasalahan yang dihadapi oleh pemerintah Kota Yogyakarta dalah adanya potensi pajak reklame yang belum digunakan secara maksimal. Pajak reklame merupakan salah satu pajak daerah yang berpotensi untuk dikembangkan terus menerus.

Dalam penelitian ini, permasalahan yang akan diteliti hanya dibatasi mengenai jumlah penduduk, jumlah wisatawan, jumlah industri dan PDRB 2001-2015 di Kota Yogyakarta.

Permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh jumlah penduduk terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta?
2. Bagaimana jumlah wisatawan terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta?
3. Bagaimana jumlah Industri terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta?
4. Bagaimana pengaruh PDRB terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh jumlah pendudukterhadap penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta.

2. Untuk menganalisis pengaruh jumlah wisatawan terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta.
3. Untuk menganalisis pengaruh jumlah industry terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta.
4. Untuk menganalisis pengaruh PDRB terhadap penerimaan pajak reklame di Kota

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi peneliti.

Dapat menambah ilmu pengetahuan serta wawasan peneliti tentang pajak reklame dan dapat mengetahui faktor faktor apa saja yang menghambat dan mempengaruhi penerimaan pajak reklame.

2. Manfaat bagi masyarakat.

Agar masyarakat Kota Yogyakarta mempunyai kesadaran akan pentingnya kewajiban membayar pajak dan dapat mengetahui dana pajak dikelola untuk meningkatkan fasilitas umum dan pelayanan publik untuk masyarakat Kota Yogyakarta

3. Manfaat bagi pemerintah (pembuat kebijakan).

Sebagai bahan masukan bagi para pengambil keputusan untuk merumuskan kebijakan strategis untuk meningkatkan realisasi pajak reklame di Kota Yogyakarta. Diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi Pemerintah Kota Yogyakarta dan Dinas Pengelolaan Keuangan di Kota Yogyakarta dalam menerapkan kebijakan dalam rangka meningkatkan realisasi penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Pustaka

Sutrisno(2002) dalam penelitian yang berjudul "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pajak Daerah Kabupaten Semarang". Dengan mengunakan analisis regresi. Variabel yang digunakan adalah inflasi, pendapatan perkapita, jumlah wisatawan, jumlah hotel, jumlah penduduk, jumlah industri, jumlah kendaraan, jumlah pelanggan listrik, jumlah petugas pajak, sedangkan yang mempengaruhi pajak reklame adalah laju inflasi, jumlah penduduk, jumlah industri, dan petugas pajak. Namun setelah dianalisis inflasi tidak berpengaruh signifikan dangan t-hitung, sedangkan jumlah penduduk, berpengaruh positif sebesar 1 persen akan mendorong meningkatnya pajak reklame 23,5 persen dengan asumsi faktor-faktor lain tidak berubah.

Akhmad Rusyadi(2005) mengadakan penelitian yang disusun dalam bentuk skripsi dengan judul "Peranan Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Brebes" dengan menggunakan alat analisis trend linier dengan metode least square. Analisis ini digunakan untuk meramalkan penerimaan pajak reklame di tahun-tahun mendatang. Penerimaan pajak reklame untuk tahun-tahun yang akan datang terus mengalami peningkatan, sehingga pajak reklame perlu mendapatkan pengelolaan yang serius untuk memaksimalkan penerimaannya.

Dini Nurmayasari(2010) melakukan penelitian yang disusun dalam bentuk skripsi dengan judul "Analisis Penerimaan Pajak Reklame Kota Semarang". Dengan mengunakan regresi berganda. Variabel yang digunakan adalah penerimaan pajak reklame kota semarang, pertumbuhan penduduk, jumlah industri dan jumlah PDRB.

Model analisis yang digunakan:

$LOGPjk_Rekl=\beta0+\beta1LOGPddk+\beta2LOGIndst+\beta3LOGPDRB+e$

Dimana: PJK_REKL = Penerimaan Pajak Reklame (dalam rupiah)

PDDK = Pertumbuhan Penduduk (dalam jiwa)

INDUST = Jumlah Industri (dalam angka)

PDRB = Jumlah PDRB (dalam rupiah)

Hasil dari penelitian tersebut menyimpulkan bahwa variabel jumlah penduduk (PDDK) berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame (PJK_REKL), variabel jumlah industri (INDUST) berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame (PJK_REKL), variabel jumlah PDRB Perkapita (PDRB) berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame (PJK_REKL), dan variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap variabel penerimaan pajak reklame secara berturut-turut adalah variabel jumlah penduduk, variabel jumlah industri, dan yang terakhir adalah variabel PDRB.

Widodo(2011) mengadakan penetilian yang disusun dalam bentuk skripsi dengan judul "Pengaruh Pajak Daerah dan Retribusi Daerah Terhadap PDRB Kabupaten Jember" dengan menggunakan alat analisis Regresi Linier Berganda.

Persamaan regresi melibatkan dua variabel atau lebih. Regresi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh perubahan dari suatu variabel independen terhadap variabel dependen. Studi kasus dalam penelitian ini adalah Kota Jember.

Setia Neo Liberty(2013), dalam penelitiannya menganalisis pengaruh Jumlah Penduduk, Jumlah Industri, dan Produk Domestik Regional Bruto terhadap penerimaan Pajak reklame di Kabupaten Jember. Dari penelitian ini diperoleh variabel jumlah penduduk berpengaruh positif terhadap penerimaan pajak reklame, Jumlah Industri berpengaruh positive terhadap penerimaan pajak reklame dan, PDRB berpengaruh secara positif terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Jember. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data time seriesdari tahun 2000-2009.

Opissen yudisyus(2014), dalam penelitiannya menganalisis pengaruh Jumlah Penduduk, Jumlah Industri, dan Produk Domestik Regional Bruto terhadap penerimaan Pajak reklame di Kota Yogyakarta. Dari penelitian ini diperoleh variabel jumlah penduduk berpengaruh positif terhadap penerimaan pajak reklame, jumlah Industri berpengaruh positive terhadap penerimaan pajak reklame tetapi tidak signifikan dan, PDRB berpengaruh secara positif terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data time series dari tahun 2003-2012.

Ahmad ghazali farouq(2016) mengadakan penetilian yang disusun dalam bentuk skripsi dengan judul “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame Kabupaten Wajo” dengan menggunakan alat analisis Regresi

Linier Berganda. Persamaan regresi melibatkan dua variabel atau lebih. Regresi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh perubahan dari suatu variabel independen terhadap variabel dependen. Studi kasus dalam penelitian ini adalah Kabupaten Wajo.

Muhammad Fariz Alfarizi(2016), dalam penelitiannya menganalisis pengaruh Jumlah Penduduk, Jumlah Wisatawan, Industri Besar Sedang, dan Produk Domestik Regional Bruto terhadap penerimaan Pajak Daerah DKI Jakarta. Dari penelitian ini diperoleh variabel jumlah penduduk berpengaruh positif terhadap penerimaan pajak daerah, Jumlah wisatawan berpengaruh negative terhadap penerimaan pajak daerah, Jumlah Industri berpengaruh negative terhadap penerimaan pajak daerah dan, PDRB berpengaruh secara positif terhadap penerimaan pajak daerah di DKI Jakarta. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data time series dari tahun 1999-2015.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Pajak

2.2.1.1 Pengertian Pajak

Menurut Soemitro(1992) pajak adalah gejala masyarakat, artinya pajakhanya ada di dalam masyarakat. Masyarakat adalah kumpulan manusia yang pada suatu waktu berkumpul untuk tujuan tertentu. Masyarakat terdiri dari indvidu, individu mempunyai hidup sendiri dalam kepentingan masyarakat. Namun, individu tidak mungkin hidup tanpa adanya masyarakat. Negara adalah masyarakat yang mempunyai tujuan tertentu. Kelangsungan hidup negara juga berarti kelangsungan hidup masyarakat dan kepentingan masyarakat. Untuk

kelangsungan hidup masing-masing diperlukan biaya. Biaya hidup individu menjadi beban dari individu yang bersangkutan dan berasal dari penghasilannya sendiri. Biaya hidup negara adalah untuk kelangsungan alat-alat negara, administrasi negara, lembaga negara, dan seterusnya yang harus dibiayai dari penghasilannya negara.

Dalam perkembangannya untuk menyesuaikan pajak dengan iklim dan kondisi perekonomian negara, pemerintah melakukan reformasi terhadap perpajakan baik atas pajak pusat maupun pajak daerah. Reformasi pajak adalah proses perubahan atas sistem perpajakan yang ada yang tidak atau kurang sesuai dengan kondisi yang berkembang mengarah pada sistem yang lebih baik (Sutrisno, 1998).

Salah satu tujuan reformasi perpajakan di Indonesia adalah untuk meningkatkan penerimaan pemerintah dari sektor perpajakan untuk mengurangi defisit APBN, disamping untuk menciptakan suatu sistem pajak yang lebih sederhana, lebih meningkatkan kepastian hukum bagi masyarakat dan untuk meningkatkan penerimaan negara. Mengenai pajak yang baik, jika memenuhi prinsip-prinsip tertentu seperti yang dikemukakan oleh Adam Smith (Suandy,2008).

Penghasilan negara berasal dari rakyatnya melalui pemungutan pajak, dan dari hasil kekayaan alam yang ada di dalam negara. Dua sumber itu merupakan sumber yang terpenting yang memberikan penghasilan kepada negara. Pungutan pajak mengurangi penghasilan masyarakat atau individu, tetapi sebaliknya merupakan penghasilan masyarakat yang kemudian dikembalikan lagi kepada

masyarakat, melalui pengeluaran-pengeluaran rutin dan pengeluaran-pengeluaran pembangunan, yang akhirnya kembali lagi kepada seluruh masyarakat.

Definisi pajak dikemukakan oleh Judisseno(1997) sebagai berikut: "Pajak adalah suatu kewajiban kenegaraan dan pengabdian peran aktif warga negara dan anggota masyarakat lainnya untuk membiayai berbagai keperluan negara berupa pembangunan nasional yang pelaksanaannya diatur dalam Undang-Undang dan peraturan-peraturan untuk tujuan kesejahteraan dan negara".

Sedangkan menurut Mardiasmo(2002) mengemukakan pengertian pajak sebagai berikut: "Pajak adalah iuran rakyat kepada negara berdasarkan Undang-Undang (yang dapat di paksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum".

Dari definisi pajak tersebut di atas, jelas bahwa pajak merupakan kewajiban kenegaraan dan pengabdian peran aktif warga negara dalam upaya pembiayan pembangunan nasional dan kewajiban perpajakan setiap warga negara diatur dalam Undang-Undang dan peraturan-peraturan pemerintah.

2.2.1.2 Prinsip-Prinsip Perpajakan

Menurut Smith dalam Soemitro (1982) pengenaan wajib pajak memenuhi empat syarat yaitu :

1. Kesamaan dan Keadilan (Equality and Equity)

Prinsip kesamaan mengandung arti, bahwa keadaan yang sama atau orang yang berada dalam keadaan yang sama harus dikenakan pajak yang sama. Prinsip kesamaan ini sering disebut juga tidak ada perbedaan, sehingga wajib pajak yang

berada dalam keadaan yang sama akan diperlakukan samadan dikenakan pajak yang sama besar. Prinsip keadilan yaitu beban pajak harus sesuai dengan kemampuan relatif dari setiap wajib pajak. Pengertian keadilan disini merupakan pengertian yang bersifat relatif dan bergantung pada tempat, waktu dan ideologi yang mendasari. Mengenai prinsip keadilan ini ada dua prinsip keadilan yang digunakan yaitu prinsip manfaat (benefit) dan prinsip kemampuan untuk membayar (ability to pay).

Dalam prinsip manfaat ini Suparmoko(1986) dan Mangkoesoebroto(1988) mempunyai pendapat yang sama yaitu, manfaat yang diterima oleh wajib pajak sesuai dengan pembayaran kepada pemerintah. Prinsip kemampuan untuk membayar (ability to pay) mengandung arti wajib pajak akan dikenai beban pajak sesuai dengan kemampuannya untuk membayar pajak. Misalnya, wajib pajak yang memiliki kemampuan bayar yang sama akan dikenai pajak yang sama bebannya, sedangkan wajib pajak yang kemampuan membayar pajaknya berbeda dikenai pajak yang berbeda pula bebannya.

2. Kepastian (Certainty)

Prinsip kepastian dalam pengenaan pajak mengandung arti pajak hendaknya tegas, jelas, dan pasti bagi setiap wajib pajak dalam hal ini adalah kepastian hukum. Kepastian hukum diwujudkan dalam undang-undang yang tegas, jelas dan tidak mengundang arti ganda sehingga dapat membuka peluang untuk ditafsirkan lain.

3. Kenyamanan Pembayaran (Convenience of Payment)

Prinsip kenyamanan pembayaran artinya pajak dipungut pada saat yangtepat misalnya pada saat wajib pajak mempunyai uang sehingga akan memberikan kenyamanan (convenient) dan tidak menyusahakan atau memberatkan.

4. Pemungutan Ekonomi (Economics of Collection)

Dalam pemungutan pajak hendaknya mempertimbangkan bahwa biaya pemungutan harus relatif lebih kecil dibandingkan dengan penerimaan pajak dengan kata lain efisien. Jika biaya pemungutan pajak justru lebih besar dibandingkan dengan penerimaannya maka akan terjadi kerugian atau tidak efisien.

Jadi, dalam menggunakan prinsip-prinsip perpajakan untuk dikenai wajib pajak sebaiknya memperhatikan empat syarat diantarannya kesamaan dan keadilan, kepastian, kenyamanan pembayaran, dan pemungutan ekonomi. Hal ini dikarenakan agar wajib pajak merasa memiliki dan bertanggung jawab terhadap beban pajak yang akan dikenai.

2.2.1.3 Jenis-Jenis pajak

Terdapat berbagai macam jenis pajak yang dapat dikelompokkan menjadi tiga golongan, yaitu menurut golongannya, menurut sifatnya, dan menurut lembaga pemungutannya (Riadi, 2012).

1. Menurut golongannya, terdiri dari :

Pajak langsung, adalah pajak yang harus dipikul atau ditanggung sendiri oleh Wajib Pajak dan tidak dapat dilimpahkan atau dibebankan kepada orang lain atau pihak lain. Contoh: pajak penghasilan yang dibayar atau ditanggung oleh pihak-pihak tertentu yang memperoleh penghasilan tersebut.

Pajak tidak langsung, adalah pajak yang akhirnya dapat dibebankan atau dilimpahkan kepada orang lain atau pihak ketiga. Contoh: pajak pertambahan nilai yang terjadi karena terdapat pertambahan nilai terhadap barang atau jasa.

2. Menurut sifatnya, terdiri dari :

Pajak subjektif, adalah pajak yang pengenaannya memperhatikan pada keadaaan pribadi wajib pajak atau pengenaan pajak yang memperhatikan pada subjeknya. Contoh: pajak penghasilan

Pajak objektif, adalah pajak yang pengenaannya memperhatikan pada objeknya baik berupa benda, keadaan, perbuatan, peristiwa yang mengakibatkan timbulnya kewajiban membayar pajak, tanpa memperhatikan keadaan pribadi subjek pajak (wajib pajak) maupun tempat tinggal. Contoh: pajak pertambahan nilai, pajak penjualan atas barang mewah, dan pajak bumi dan bangunan.

3. Menurut lembaga pemungutannya, terdiri dari :

Pajak negara atau pajak pusat, adalah pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat dan digunakan untuk membiayai rumah tangga negara pada umumnya. Contoh: pajak penghasilan, pajak pertambahan nilai, pajak penjualan atas barang mewah, dan pajak bumi dan bangunan.

Pajak daerah adalah pajak yang dipungut oleh Pemerintah Daerah baik Daerah Tingkat I maupun Daerah Tingkat II dan digunakan untuk membiayai rumah tangga masing-masing. Contoh: pajak daerah Tingkat I (provinsi) meliputi pajak kendaraan bermotor, bea balik nama kendaraan bermotor.

Dari uraian di atas, bahwa ada tiga jenis-jenis pajak yaitu menurut golongannya, menurut sifatnya, dan menurut lembaga pemungutannya.

Sedangkan jenis pajak yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah jenis pajak daerah yang termasuk dalam jenis pajak menurut lembaga pemungutannya.

2.2.1.4 Fungsi Pajak

1. Ada dua fungsi pajak, yaitu (Mardiasmo, 2003 : 1-2) :
    - Fungsi Budgetair yaitu pajak sebagai sumber dana yang diperuntukkan untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran pemerintah.
    - Fungsi Mengatur (Regulerend) yaitu pajak sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijaksanaan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi.
2. Syarat Pemungutan Pajak

Agar pemungutan pajak tidak menimbulkan hambatan atau perlawanan, maka pemungutan pajak harus memenuhi syarat sebagai berikut (Mardiasmo, 2003 : 2 3)

- Pemungutan pajak harus adil (syarat keadilan) sesuai dengan tujuan hukum, yaitu mencapai keadilan, undang-undang dan pelaksanaan pemungutannya harus adil. Adil dalam perundang-undangan diantaranya mengenakan pajak secara umum dan merata, serta disesuaikan dengan kemampuan masing-masing. Sedangkan adil dalam pelaksanaannya yakni dengan memberikan hak bagi wajib pajak untuk mengajukan keberatan, penundaan dalam pembayaran dan mengajukan banding kepada Majelis Pertimbangan Pajak.

- Pemungutan pajak harus berdasarkan undang-undang (syarat yuridis) yaitu di Indonesia, pajak diatur dalam UUD 1945 pasal 23 ayat 2. Hal ini memberikan jaminan hukum untuk menyatakan keadilan, baik bagi negara maupun warganya. Tidak mengganggu perekonomian yaitu, pemungutan tidak boleh mengganggu kelancaran kegiatan produksi maupun perdagangan, sehingga tidak menimbulkan kelesuan perekonomian masyarakat.
- Pemungutan pajak harus efisien (syarat finansiil) yaitu sesuai fungsi budgetair, biaya pemungutan pajak harus dapat ditekan sehingga lebih rendah dari hasil pemungutannya.
- Sistem pemungutan pajak harus sederhana yaitu sistem pemungutan yang sederhana akan memudahkan dan mendorong masyarakat dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Syarat ini telah dipenuhi oleh undang-undang perpajakan yang baru.

2.2.2 Pajak Daerah

2.2.2.1 Pengertian Pajak Daerah

Pajak Daerah, yaitu pajak yang dipungut oleh Pemerintah Daerah dan digunakan untuk membiayai rumah tangga daerah. Menurut UU No.34 Tahun 2000 (Pasal 1, Ayat 6) tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, yang dimaksud dengan Pajak Daerah adalah iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan kepada daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang

digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah.

2.2.2.2 Ciri-ciri Pajak Daerah

Ciri-ciri pajak daerah diantaranya dikemukakan oleh Joseph Riwo Kaho (1990 : 130) adalah sebagai berikut :

- Pajak daerah adalah berasal dari pajak negara yang diserahkan kepada daerah sebagai pajak daerah.
- Penyerahan dilakukan berdasarkan undang-undang.
- Pajak daerah dipungut oleh daerah berdasarkan kekuatan undang-undang atau peraturan hukum lainnya.
- Hasil pemungutan pajak daerah digunakan untuk membiayai pengeluaran daerah sebagai badan hukum publik.

2.2.2.3 Jenis- Jenis Pajak Daerah Kabupaten dan Kota

Sesuai dengan UU No.34 Tahun 2000 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, maka jenis-jenis pajak daerah adalah sebagai berikut :

1. Pajak Hotel dan Restoran

Pajak hotel dan restoran adalah pajak atas pelayanan hotel dan restoran. Menurut peraturan daerah No. 3 Tahun 1998 tentang Pajak Hotel dan Restoran, yang dimaksud dengan Pajak Hotel dan Restoran adalah pungutan daerah atas pelayanan hotel dan restoran. Subyek pajak hotel dan restoran adalah orang atau pribadi yang melakukan pembayaran atas pelayanan hotel dan restoran, sedangkan obyek pajaknya adalah setiap pelayanan yang disediakan dengan pembayaran di

hotel dan restoran. Besarnya tarif pajak adalah adalah 10% dari jumlah pembayaran.

2. Pajak Hiburan

Pajak hiburan adalah pungutan daerah atas penyelenggaraan hiburan. Hiburan adalah semua jenis pertunjukan, permainan, ketangkasan, dan atau keramaian dengan nama dan bentuk apapun yang ditonton atau dinikmati oleh setiap orang dengan dipungut bayaran, tidak termasuk penggunaan fasilitas untuk berolah raga. Pajak hiburan dipungut berdasarkan Peraturan Daerah No. 9 Tahun 2001 tentang Pajak Hiburan. Penyelenggara hiburan adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan hiburan baik untuk dan atas nama sendiri atau untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya. Subyek pajak ini adalah orang pribadi atau badan yang menonton dan atau menikmati hiburan dan objek pajaknya adalah semua penyelenggaraan hiburan.

3. Pajak Reklame

Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda, alat perbuatan, atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, dipergunaan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memuji suatu barang, jasa atau orang, ataupun untuk mencari perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau dapat dilihat, dibaca dan atau didengarkan dari suatu tempat umum kecuali yang perlukan oleh pemerintah. Subyek pajak ini adalah orang pribadi atau badan hukum yang menyelenggarakan atau memesan reklame, sedangkan obyek pajak ini adalah

semua penyelenggaraan reklame. Tarif pajak ini ditetapkan sebesar 25% dari nilai sewa reklame.

4. Pajak Penerangan Jalan

Pajak penerangan jalan adalah pajak atas penggunaan tenaga listrik, dengan ketentuan bahwa di wilayah daerah tersebut tersedia penerangan jalan, yang rekeningnya dibayar oleh pemerintah daerah. Pajak penerangan jalan umum dipungut berdasarkan Peraturan Daerah No. 12 Tahun 2001. Subyek pajak ini adalah orang pribadi atau badan yang menggunakan tenaga listrik, sedangkan obyek pajak ini adalah setiap pengguna tenaga listrik.

5. Pajak Pengambilan Bahan Galian Golongan C

Pajak ini dipungut berdasarkan Peraturan Daerah No. 5 Tahun 1998. Pajak pengambilan bahan galian golongan C adalah iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan pengambilan bahan galian golongan C. Subyek pajak ini adalah orang pribadi atau badan yang mengambil bahan galian golongan C, sedangkan obyek pajak ini adalah kegiatan pengambilan bahan galian golongan C. Besarnya tarif pajak ini ditetapkan sebesar 20% dari dasar pengenaan pajak yaitu nilai jual hasil pengambilan bahan galian golongan .

6. Pajak Parkir

Pajak parkir adalah pajak yang dikenakan atas penyelenggaraan tempat parkir di luar badan jalan oleh orang pribadi atau badan, baik yang disediakan berkaitan dengan pokok usaha maupun yang disediakan sebagai suatu usaha, termasuk penyediaan tempat penitipan kendaraan bermotor dan garasi kendaraan bermotor yang memungut bayaran.

7. Pajak Permanfaatan Air Bawah Tanah dan Air Permukaan

Pajak ini adalah pajak atas setiap pemanfaatan air bawah tanah dan air permukaan. Subyek pajak ini adalah orang pribadi atau badan yang mengambil dan atau pemanfaatan air bawah tanah dan air permukaan, sedangkan objek pajak ini adalah pengambilan air bawah tanah dan air permukaan. Besarnya tarif pajak ini ditetapkan sebesar 20% dari nilai perolehan air.

2.2.2.4 Cara Perhitungan Pajak

Besarnya pokok pajak dihitung dengan cara mengalikan tarif pajak dengan dasarpengenaan pajak. Cara penghitungan ini digunakan untuk setiap pajak daerah yang juga merupakan dasar perhitungan untuk semua jenis pajak pusat (Marihot P Siahaan, 2005 :65) :

Pajak Terutang = Tarif Pajak x Dasar Pengenaan Pajak

2.2.3 Wajib Pajak

2.2.3.1 Pengertian Wajib Pajak

Menurut UU KUP No. 28 Tahun 2007 bahwa wajib pajak adalah orang pribadi atau badan, meliputi pembayar pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak, yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan. Ada beberapa macam wajib pajak menurut (Mansyur, 2006)

1. Wajib Pajak Orang Pribadi

Wajib pajak orang pribadi adalah orang pribadi yang menjalankan usaha atau pekerjaan bebas dan wajib pajak badan wajib mendaftarkan diri pada kantor

Direktorat Jenderal Pajak untuk mendapatkan NPWP paling lambat satu bulan setelah usaha dimulai. Wajib pajak orang pribadi yang tidak menjalankan usaha atau pekerjaan bebas dan telah memenuhi syarat objektif dan syarat subjektif, wajib mendaftarkan diri paling lambat pada akhir bulan berikutnya.

2. Wajib Pajak Badan

Wajib pajak badan adalah sekumpulan orang atau modal yang merupakan kesatuan baik yang melakukan usaha maupun yang tidak melakukan usaha yang meliputi perseroan terbatas, perseroan komanditer, dan perseroan lainnya, BUMN, BUMD, firma, kongsi, koperasi, dana pensiun, persekutuan, perkumpulan, yayasan, organisasi massa, organisasi sosial politik, bentuk usaha tetap dan lain-lain.

3. Wajib Pajak Badan Usaha Tetap

Wajib pajak badan usaha tetap adalah bentuk usaha yang digunakan oleh Subjek Pajak LN (Luar Negeri) untuk menjalankan usaha di Indonesia. Dari uraian di atas, bahwa wajib pajak yang dimaksud dalam penelitian ini adalah wajib pajak yang meliputi wajib pajak orang pribadi, wajib pajak badan, dan wajib pajak badan usaha tetap. Untuk mengukur tingka kepatuhan wajib pajak dapat terlihat dari beberapa besar wajib pajak yang menyampaikan SPT nya. Sebagai alat untuk menguji kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya, maka SPT sangat dominan sebagai bukti atau dokumen yang digunakan oleh Kantor Pelayanan Pajak untuk menilai kinerja perpajakannya pada wajib pajak. SPT juga dapat berfungsi sebagai pengukur kinerja suatu KPP dalam menghimpun dana masyarakat.

2.2.3.2 Subjek Pajak

Subjek pajak terdiri terdiri dari tiga jenis yaitu orang pribadi dan warisan belum terbagi, badan, dan Bentuk Usaha Tetap (BUT). Subjek Pajak juga dibedakan menjadi subjek pajak dalam negeri dan subjek pajak luar negeri. Subjek pajak dalam negeri menjadi wajib pajak jika telah menerima atau memperoleh penghasilan sedangkan subjek pajak luar negeri sekaligus menjadi wajib pajak sehubungan dengan penghasilan yang diterima dari sumber penghasilan di Indonesia atau diperoleh melalui bentuk usaha tetap di Indonesia. Jadi wajib pajak adalah orang pribadi atau badan yang telah memenuhi kewajiban subjektif dan objektif. (UU Pajak Penghasilan No. 28 Tahun 2007).

Yang dimaksud dengan subjek pajak dalam negeri adalah :

- Orang pribadi yang bertempat tinggal di Indonesia.
- Orang pribadi yang berada di Indonesia lebih dari 183 hari dalam jangka waktu 12 bulan.
- Orang pribadi yang dalam satu tahun pajak berada di Indonesia dan mempunyai niat untuk bertempat tinggal di Indonesia.
- Badan yang didirikan atau bertempat kedudukan di Indonesia.
- Warisan yang belum terbagi sebagai satu kesatuan, menggantikan yang berhak.

Sementara yang dimaksud dengan subjek pajak luar negeri adalah :

- Orang pribadi yang tidak bertempat tinggal di Indonesia, atau orang pribadi yang berada di Indonesia tidak lebih dari 183 hari dalam jangka

waktu 12 bulan, yang menjalankan usaha atau melakukan kegiatan melalui Bentuk Usaha Tetap (BUT) di Indonesia.

- Badan yang tidak didirikan dan tidak bertempat kedudukan di Indonesia, yang menjalankan usaha atau melakukan kegiatan melalui Bentuk Usaha Tetap (BUT) di Indonesia.

Dari paparan di atas, dapat disimpulkan bahwa subjek pajak terdiri dari subjek pajak badan dalam negeri, subjek pajak orang pribadi dalam negeri (termasuk warisan belum terbagi), subjek pajak badan luar negeri non BUT, subjek pajak orang pribadi luar negei non BUT, dan subjek Pajak BUT (baik yang dimiliki oleh badan atau orang pribadi luar negeri).

2.2.4 Pendapatan Asli Daerah (PAD)

2.2.4.1 Pengertian Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Menurut Halim (2004) Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah penerimaan yang diperoleh daerah dari sumber-sumber dalam wilayahnya sendiri yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Sektor pendapatan daerah memegang peranan yang sangat penting, karena melalui sektor ini dapat dilihat sejauh mana suatu daerah dapat membiayai kegiatan pemerintah dan pembangunan daerah. Pendapatan adalah hasil pencaharian perolehan atau sesuatu yang didapatkan yang sebelumnya belum ada. Daerah adalah kesatuan masyarakat hukum yang mempunyai batas wilayah tertentu yang berlaku, berwenang dan berkewajiban mengatur dan mengurus rumah tangganya sendiri dalam Negara Republik Indonesia sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pendapatan asli

daerah adalah pendapatan daerah yang berasal dari sumber-sumber keuangan daerah seperti pajak daerah, retribusi daerah, bagian laba BUMD, penerimaan dinas-dinas dan penerimaan lain-lain. Kemampuan daerah dalam membiayai sendiri pembangunan daerahnya masih mengalami kendala berupa rendahnya kemampuan daerah dalam meningkatkan pendapatan asli daerah. Indikator rendahnya kemampuan daerah dalam membiayai pembangunan dapat dilihat dari Indeks Kemampuan Rutin daerah (IKR) yang diperoleh dari besarnya perubahan pendapatan asli daerah terhadap pengeluaranrutin daerah dalam persentase pada tahun yang sama (Rudianto, 1997).

Rendahnya pendapatan asli daerah dapat menunjukkan masih tingginya tingkat ketergantungan pemerintah daerah pada pemerintah pusat serta menunjukkan masih terbatasnya peran pemerintah daerah dalam melaksanakan pembangunan (Sriyana, 1999).

Walaupun seberapa besar peranan pendapatan asli daerah yang ideal juga masih sulit dijawab karena belum ada pedoman yang pastiuntuk meningkatkan besarnya pendapatan asli daerah yang ideal bagi suatu daerah (Ismail, 2001). Hal tersebut dikarenakan faktor-faktor yang mempengaruhi derajat kemandirian daerah terus berkembang.

Berdasarkan Widayat (2000) mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi rendahnya pendapatan asli daerah pemerintah Kabupaten atau Kota antara lain :

- Banyak sumber pendapatan Kabupaten atau Kota yang besar tetapi digali oleh instansi yang lebih tinggi, misalnya Pajak Kendaraan Bermotor dan Pajak Bumi dan Bangunan.
- BUMD belum banyak bisa memberikan keuntungan kepada pemerintah daerah.
- Kurangnya kesadaran masyarakat dalam membayar pajak, retribusi danpungutan lain.
- Adanya kebocoran-kebocoran.
- Biaya pungut yang masih tinggi.
- Banyak peraturan daerah yang perlu disesuaikan dan disempurnakan.
- Kemampuan masyarakat untuk membayar pajak yang masih rendah.

Menurut Ismail (2000) rendahnya pendapatan asli daerah dalam struktur penerimaan daerah disebabkan karena sumber-sumber yang masuk dalam kategori pendapatan asli daerah umumnya bukan merupakan sumber potensial bagi daerah. Sumber potensial di daerah sudah diambil oleh pusat sebagai sumber penerimaan pusat, sehingga yang tersisa di daerah hanya sumber-sumber yang kurang potensial, sebab yang lain belum intensifnya pelaksanaan pajak dan retribusi daerah.

Dari uraian di atas, ditarik kesimpulan bahwa pendapatan asli daerah merupakan penerimaan yang diperoleh daerah dari sumber-sumber dalam wilayahnya sendiri yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan berasal dari sumber-sumber keuangan daerah seperti pajak daerah, retribusi daerah, bagian laba BUMD,

penerimaan dinas-dinas dan penerimaan lain-lain. Rendahnya pendapatan asli daerah dipengaruhi oleh faktor banyak sumber pendapatan daerah yang digali oleh instansi yang lebih tinggi, BUMD belum banyak memberikan keuntungan, kurangnya kesadaran masyarakat tentang membayar pajak maupun restribusi, adanya kebocoran-kebocoran, biaya pungut masih tinggi, banyak peraturan daerah yang belum disempurnakan, dan sumber-sumber yang masuk dalam kategori pendapatan asli daerah umumnya bukan merupakan sumber potensial bagi daerah.

2.2.4.2 Sumber-sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Sesuai dengan UU No.34 Tahun 2000 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, makasumber-sumber Pendapatan Daerah adalah sebagai berikut :

1. Pendapatan Asli Daerah

Pendapatan Asli Daerah adalah penerimaan yang diperoleh dari sumber-sumber dalam wilayahnya sendiri yang dipungut berdasarkan Peraturan Daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang terdiri dari :

2. Pajak Daerah

Pajak Daerah adalah iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi ataubadan kepada daerah tanpa imbalan langsung, yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah. Penentuan tarif dan tata cara pemungutan pajak daerah ditetapkan dengan Peraturan Daerah sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku.

3. Retribusi Daerah

Retribusi daerah adalah pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan dan diberikan oleh pemerintah daerah untuk kepentingan orang pribadi atau badan. Sebagaimana pajak daerah, penentuan tarif dantata cara pemungutan retribusi daerah juga ditetapkan berdasarkan peraturan daerah yang sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku.

4. Hasil Pengelolaan Kekayaan Daerah yang Dipisahkan

Hasil Pengelolaan Kekayaan Daerah yang Dipisahkan (antara lain bagian laba dari BUMD, hasil kerjasama dengan pihak ketiga) merupakan penerimaan yang berasal dari perusahaan yang dimiliki oleh pemerintah daerah dengan prinsip pengelolaan. Berdasarkan ekonomi perusahaan tanpa meninggalkan asas public service dan sebagian keuntungan wajib disetorkan ke daerah.

5. Sumber-Sumber Lain Pendapatan Asli Daerah yang Sah

Sumber-Sumber Lain PAD yang Sah antara lain penerimaan-penerimaan daerah diluar pajak dan retribusi daerah seperti jasa giro dan hasil penjualan aset daerah.

6. Dana Perimbangan

Dana Perimbangan adalah dana yang bersumber dari penerimaan-penerimaan APBN (Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara) yang dialokasikan kepada daerah untuk membiayai kebutuhan daerah dalam rangka pelaksanaan desentralisasi. Dana Perimbangan terdiri dari :

7. Dana Bagi Hasil Daerah

Dana Bagi Hasil Daerah yang bersumber dari pajak antara lain : Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), Bea Perolehan Hak Atas Tanah dan Bangunan (BPHTB), dan Pajak Penghasilan (PPh). Sedangkan Dana Bagi Hasil Daerah yang bersumber dari sumber daya alam berasal dari: kehutanan, pertambangan umum, perikanan, pertambangan minyak bumi, pertambangan gas bumi, dan pertambangan panas bumi.

8. Dana Alokasi Umum (DAU)

Dana Alokasi Umum adalah dana yang bersumber dari pendapatan APBN yang dia lokasikan dengan tujuan pemerataan kemampuan keuangan antar daerah untuk membiayai kebutuhan pengeluaran dalam rangka pelaksanaan desentralisasi. Jumlah keseluruhan DAU ditetapkan sekurang-kurangnya 26% (dua puluh enam persen) dari Pendapatan Dalam Negeri Netto yang ditetapkan dalam APBN. Proporsi DAU antara daerah Propinsi dan Kabupaten dan Kota ditetapkan berdasarkan imbangan kewenanganantara Propinsi dan Kabupaten dan Kota.

9. Dana Alokasi Khusus (DAK)

Dana Alokasi Khusus adalah dana yang bersumber dari pendapatan APBN yang dialokasikan kepada daerah tertentu dengan tujuan untuk membantu membiayai kegiatan khusus tertentu yang merupakan urusan daerah dan sesuai dengan prioritas nasional. Pelaksanaan DAK sendiri diarahkan pada kegiatan investasi pembangunan, pengadaan, peningkatan, dan perbaikan sarana dan

prasarana fisik pelayanan masyarakat dengan umur ekonomis yang panjang, termasuk pengadaan sarana fisik penunjang.

10. Lain-Lain Pendapatan yang Sah

Lain-Lain Pendapatan yang Sah merupakan seluruh pendapatan daerah yang tidak dapat dikelompokkan dalam jenis PAD dan Dana Perimbangan, yang terdiri dari :

- Pendapatan Hibah

Pendapatan hibah adalah penerimaan daerah yang berasal dari pemerintah negara asing, badan lembaga asing, badan lembaga internasional, pemerintah, badan lembaga dalam negeri atau perseorangan baik dalam bentuk devisa, rupiah, maupun barang dan jasa, termasuk tenaga ahli dan pelatihan yang tidak perlu dibayar.

- Pendapatan Dana Darurat

Pendapatan Dana Darurat adalah dana yang berasal dari APBN yang dialokasikan kepada daerah yang mengalami bencana nasional dan peristiwa luar biasa.

2.2.5 Pajak Reklame

2.2.5.1 Pengertian Pajak Reklame

Pajak reklame adalah salah satu pajak daerah dan salah satu sumber pendapatan asli daerah yang menunujukan posisi strategis dalam hal pendanaan pembiayaan daerah. Pendapatan Asli Daerah (PAD) menurut pasal 79 UU No. 22 tahun 1999 tentang pemerintah daerah adalah:

1. Pendapatan Asli Daerah, terdiri dari:

a. Hasil pajak daerah

b. Retribusi daerah

c. Bagian laba BUMD

d. Lain-lain Pendapatan Asli Daerah yang sah

2. Dana perimbangan keuangan pusat – daerah

3. Pinjaman Daerah

4. Lain-lain

Pendapatan Asli Daerah yang sah Penjelasan di atas memperlihatkan bahwa PAD merupakan bagian dari pendapatan daerah yang salah satunya bersumber dari pajak. Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Penyelenggaraan reklame adalah orang atau badan yang menyelenggarakan reklame, baik untuk dan atas namanya sendiri atau untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya. Pajak sebagai alat kebijakan fiskal yang digunakan terus menerus oleh negara. Pajak reklame adalah pajak daerah yang penerimaanya diserahkan dan digunakan untuk kepentingan pemerintah daerah. Pajak reklame tersebut dikenakan terhadap objek pajak yaitu berupa reklame dan nilai sewa reklame dan didasarkan pada besarnya biaya pemasangan reklame, besarnya biaya pemeliharaan reklame, lama pemasangan reklame, nilai strategis pemasangan reklame dan jenis reklame. Pajak reklame adalah pajak daerah, sebagaimana dimaksud dalam UU No 18 Tahun 1997 yang diperbaharui dengan UU No 34 tahun 2000. Pembaharuan Undang-Undang didasarkan pada dasar hukum yang jelas dan kuat sehingga harus dipatuhi oleh masyarakat dan pihak lain yang terkait, (Marihot P. Siahaan, 2005) dan juga untuk memberikan peluang kepada

daerah Kabupaten dan Kota untuk memungut pajak jenis pajak daerah lain yang dipandang memenuhi syarat dan potensial di daerah. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan keleluasaan kepada daerah Kabupaten atau Kota dalam mengantisipasi kondisi serta perkembangan perekonomian daerah pada masa mendatang yang mengakibatkan perkembangan potensi pajak dengan tetap memperhatikan kesederhanaan jenis pajak dan aspirasi masyarakat serta memenuhi kriteria yang ditetapkan (Marihot P. Siahaan, 2005:43).

2.2.5.2 Dasar Hukum Pajak Reklame

Dasar hukum pajak reklame pada suatu Kabupaten atau Kota adalah Undang-undang No 18 Tahun 1997 sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang Nomor 34 Tahun 2000 tentang pajak Daerah, Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001, Peraturan daerah Kota Semarang Nomor 2 tahun 2002 tentang Pajak Reklame, Keputusan Walikota Semarang Nomor 188.3/142 Tahun 2002 tentang petunjuk pelaksanaan peraturan daerah Kota Semarang tentang pajak reklame. Asas yang mendasari penagihan dan pembebanan pajak reklame menurut Mardiasmo (2000) meliputi:

1. Memberikan kemudahan dan kesederhanaan.
2. Kepastian hukum.
3. Mudah dimengerti dan adil.
4. Menghindari pajak berganda.

Pajak reklame merupakan pajak daerah yang hasil penerimaannya harus seluruhnya diserahkan kepada Daerah Kabupaten dan Kota. Khusus pajak reklame yang dipungut oleh pemerintah kabupaten sebagian diperuntukkan bagi desa di

wilayah daerah kabupaten tempat pemungutan pajak reklame. Hasil penerimaan pajak reklame tersebut diperuntukan paling sedikit sepuluh persen bagi desa di wilayah kabupaten yang bersangkutan. Sedangkan Undang-undang dan peraturan yang berlaku sejak Indonesia merdeka hingga sekarang adalah:

- Undang-undang Nomor 34 Tahun 2000 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah yang merupakan perubahan dari Undang-undang No 18 Tahun 1997.
- Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 tentang Pajak Daerah.
- Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 2 Tahun 2002 Tentang Pajak Reklame.
- Ketetapan Walikota Semarang Nomor 973/266 Tahun 2002.
- Keputusan Walikota Semarang Nomor 188.3/142 Tahun 2002 Tentang Petunjuk pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 2 Tahun 2002 tantang Pajak Reklame.
- Pembaharuan Undang-undang dan sistem pajak daerah diharapkan kesadaran masyarakat akan meningkat sehingga penerimaan Pajak daerah yang umumnya dan pajak reklame pada khususnya juga akan meningkat. Pajak ini dikenakan atas semua penyelenggaraan reklame.

Seperti diketahui pajak reklame dikenakan atas semua penyelenggaraan reklame, otomatis yang menjadi objeknya adalah semua penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda, alat, perbuatan, media yang menurut bentuk dan corak ragamnya memiliki tujuan komersial, digunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa atau orang ataupun untuk

menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau yang dapat dilihat, dibaca dan atau didengar dari suatu tempat oleh umum, kecuali yang dilakukan oleh pemerintah

2.2.5.3 Jenis-jenis Reklame dan Ruang Lingkup Pajak Reklame

1. Objek Pajak

Penyelenggaraan reklame yang ditetapkan menjadi objek pajak reklame (Perda Kota Semarang Nomor 2 Tahun 2002 tentang Pajak Reklame) adalah sebagaimana tersebut di bawah ini:

a. Reklame Papan/Billboard

   Yaitu reklame yang terbuat dari papan, kayu termasuk seng atau bahan lain yang sejenis, dipasang atau digantung atau dibuat pada bangunan, tembok, dinding, pagar, pohon, tiang dan sebagainya baik bersinar maupun yang disinari.

b. Reklame Megatron, Videotron, Large Electronic Display (LED)

   Yaitu reklame yang menggunakan layar monitor besar berupa program reklame atau iklan bersinar dengan gambar dan atau tulisan berwarna yang dapat berubah ubah, terprogram dan difungsikan dengan tenaga listrik.

c. Reklame Kain

   Yaitu reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain, termasuk kertas, plastik, karet atau bahan lain yang sejenis dengan itu.

d. Reklame Melekat (Stiker/Poster)

   yaitu reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebarkan, dipasang, digantung pada suatu benda dengan ketentuan luasnya tidak lebih dari 200 cm2 per lembar

e. Reklame Selebaran

   yaitu reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebarkan, diberikan atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempelkan, diletakkan, dipasang atau digantungkan pada suatu benda lain.

f. Reklame Berjalan

   yaitu reklame yang ditempatkan pada kendaraan yang diselenggarakan dengan menggunakan kendaraan atau dengan cara dibawa oleh orang.

g. Reklame Udara

   yaitu reklame yang diselenggarakan diudara dengan menggunakan gas, laser, pesawat atau alat lain yang sejenis.

h. Reklame Suara

   yaitu reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari atau oleh perantara alat

i. Reklame Film/Slide

   yaitu reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan klise berupa kaca atau film, ataupun bahan-bahan sejenis, sebagai alat untuk

diproyeksikan dan atau dipancarkan pada layar atau benda lain yang ada di ruangan.

j. Reklame Peragaan

yaitu reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara. Semua reklame yang termasuk dalam kategori di atas adalah objek pajak reklame. Prinsip Pajak Reklame mencerminkan keadilan ditunjukan oleh pengecualian terhadap objek yang tidak dikenakan pajak karena secara teoritis harus mempertimbangkan Overhead ekonomi (M.L Jhingan, 2000).

2. Subjek Pajak

Pada pajak reklame, subjek pajak adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan atau melakukan pemesanan reklame.

3. Wajib Pajak Reklame

Wajib pajak adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame. Jika reaklame diselenggarakan langsung oleh orang pribadi atau badan yang memenfaatkan reklame untuk kepentingan sendiri. Wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau badan tersebut. Apabila penyelenggaraan reklame dilaksanakan melalui pihak ketiga, misalnya perusahaan jasa periklanan, pihak ketiga tersebut menjadi wajib pajak reklame. Dalam menjalankan kewajiban perpajakan, wajib pajak dapat diwakili oleh pihak tertentu yang dapat diperkenankan oleh undang-undang dan peraturan daerah tentang pajak reklame. Wakil wajib pajak bertanggung jawab secara pribadi dan atau secara tanggung renteng atas pembayaran pajak terutang. Selain itu, wajib pajak dapat menunjukan

seorang kuasa dengan surat kuasa khusus untuk menjalankan hak dan memenuhi kewajiban perpajakannya.

2.2.6 Hubungan Variabel yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame di Kota Yogyakarta.

2.2.6.1 PDRB

Pajak reklame merupakan jumlah dan jasa akhir yang dihasilkan oleh suatu perekonomian dalam satu tahun dan dinyatakan dalam harga pasar. Pertumbuhan ekonomi merupakan ukuran yang global sifatnya, dan bukan merupakan alat ukur pertumbuhan ekonomi yang tepat, karena belom dapat mencerminkan kesejahteraan harus dinikmati oleh setiap penduduk di negara atau daerah yang bersangkutan.

Produk Domestik Regional Bruto perkapita pada skala daerah dapat digunakan sebagai pengukur pertumbuhan eonomi yang lebih baik karena lebih tepat mencerminkan kesejahteraan penduduk suatu Negara dari pada nilai PDB atau PDRB saja. Produk domestik perkapita baik di tingkat nasional maupun di daerah adalah jumlah PDB nasional atau PDRB suatu daerah dibagi dengan jumlah penduduk di negara maupun di daerah yang bersangkutan. Atau dapat disebut juga sebagai PDB atau PDRB rata-rata. Besar kecilnya penerimaan pajak sangat ditentukan oleh PDRB, jumlah penduduk dan kebijakan pemerintah baik pusat maupun daerah, jadi PDRB dan jumlah penduduk berpengaruh terhadap penerimaan masing-masing jenis pajak daerah tersebut (Musgrave, 1993;27).

2.2.6.2 Jumlah Wisatawan

Perkembangan industri pariwisata di kota Yogyakarta akan menggerakan sektor-sektor terkait dalam penerimaan retribusi daerah. Retribusi daerah di kota Yogyakarta menunjukan bahwa pemerintah daerah telah berusaha menggali potensi sumber daya daerah sebagai sumber pembiayaan pembangunan daerah sehingga menjadi daerah mandiri sesuai dengan tujuan pelaksanaan otonomi daerah. Dengan demikian hal ini akan menjadikan daya tarik wisatawan domestik maupun mancanegara mengunjungi dan menikmati tempat tempat wisata yang ada disana.

Dengan begitu jumlah wisatawan merupakan faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak daerah. Wisatawan baik domestik maupun yang berasal dari mancanegara senantiasa akan membelanjakan sebagian atau seluruh uang yang dibawa untuk keperluan akomodasi dan membeli cinderamata. Semakin banyak wisatawan yang berkunjung ke daerah maka semakin banyak uang yang beredar di daerah sekitar obyek wisata. Kondisi ini akan mendorong timbulnya kegiatan ekonomi di daerah sekitar obyek wisata untuk melayani kebutuhan wisatawan. Dengan semakin besarnya kegiatan ekonomi, maka pajak yang dapat dipungutpun menjadi semakin besar.

2.2.6.3 Jumlah Penduduk

Penduduk melakukan permintaan atas barang dan jasa dalam rangka memenuhi atau memuaskan kebutuhan hidup masyarakat. Semakin meningkat jumlah penduduk, maka kebutuhan akan barang dan jasa juga akan meningkat, produksi industru juga akan meningkat, dengan seiring meningkatnya banyaknya

permintaan maka jumlah faktor industri juga akan meningkat, lapangan pekerjaan grafiknya akan naik. Menurut Mariot, (2005:41), penduduk merupakan salah satu faktor yang signifikan berpengaruh terhadap jumlah penerimaan Pajak Reklame. Pertumbuhan penduduk dianggap sebagai salah satu faktor yang positif dalam memicu pertumbuhan ekonomi, khususnya di Kota Yogyakarta yang mulai menunjukan pertumbuhannya, banyaknya jumlah penduduk akan memacu kegiatan produksi, konsumsi dari produksi inilah yang akan menimbulkan permintaan agregat memungkinkan usaha-usaha produktif berkembang, begitu pula ekonomi secara keseluruhan bukan pada pendapatan daerah saja namun pendapatan pemerintah juga harus dikembangkan, dengan adanya jumlah penduduk yang padat, maka kegiatan ekonomi akan berlangsung secara baik, jika kebijakan terhadap penduduk sejalan dengan kebijakan di dalam suatu daerah dan wilayah.

2.2.6.4 Jumlah Industri

Jumlah industri adalah jumlah usaha industri baik industri kecil, menengah maupun industri besar. Jumlah industri merupakan salah satu faktor positif pemicu pertumbuhan ekonomi. Menurut Sutrisno (2002:47) jumlah industri berpengaruh terhadap penerimaan Pajak Reklame. Penilaian tersebut sesuai dengan penilaian yang dilakukan oleh devas, dkk (1989), bahwa sebagian besar pemerintah daearah tingkat II (sekarang Kabupaten/kota) menarik pajak atas benda papan reklame di dearah.

Pajak ini cocok untuk sumber penerimaan daerah, karena tempat objek pajak dapat mudah diketahui. Jumlah industri yang mengunakan jasa pemasangan

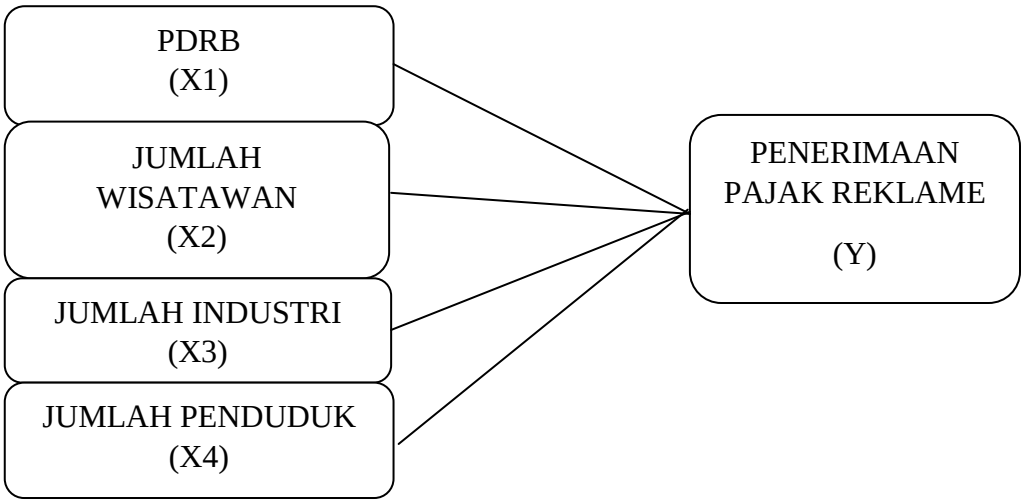
reklame juga sangat berpengaruh dengan pendapatan PDRB, hal ini disebabkan apabila suatu industri yang ingin memasarkan produknya dapat mengunakan suatu memasang reklame agar dapat diketahui oleh masyarakat, hal tersebut dapat menambah jumlah penerimaan pajak itu sendiri. Bertambahnya jumlah industri yang memasangkan reklame mengakibatkan objek pajak bertambah luas, sehingga penerimaan daerah pun meningkat.

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori yang diperoleh dari eksplorasi teori yang dijadikan rujukan konsepsional variabel penelitian maka dapat dilihat bahwa adanya hubungan antara PDRB (Produk Domestik Regional Bruto), Jumlah Penduduk, Jumlah Wisatawan, dan Jumlah Industri terhadap Penerimaan Pajak Reklame di Kota Yogyakarta. Dengan demikian dapat dirumuskan dengan kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2.1

Kerangka Pemikira



2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas suatu persoalan yang perlu dibuktikan kebenarannya dan bersifat logis, jelas dan dapat di uji. Hipotesis penelitian ini sebagai berikut :

1. Diduga bahwa PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) berpengaruh positif terhadap Penerimaan Pajak Reklame di Kota Yogyakarta.
2. Diduga bahwa Jumlah Penduduk berpengaruh positif terhadap Penerimaan Pajak Reklame di Kota Yogyakarta.
3. Diduga bahwa Jumlah Wisatawan berpengaruh positif terhadap Penerimaan Pajak Reklame di Kota Yogyakarta.
4. Diduga bahwa Jumlah Industri berpengaruh positif terhadap Penerimaan Pajak Reklame di Kota Yogyakarta.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian .

Menurut (F.N Kerlinger), variabel adalah sebuah konsep. Konsep tersebut memiliki nilai yang bermacam-macam. Variabel dapat merupakan sebuah konsep yang telah diubah, hal ini dilakukan dengan memusatkan aspek tertentu dari variabel itu sendiri.

3.1.1 Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang nilainya tergantung pada nilai variabel lain yang merupakan konsekuensi dari perubahan yang terjadi pada variabel bebas (variabel independen). Dalam penelitian ini pajak reklame yang merupakan salah satu pajak Kota Yogyakarta dan salah satu sumber pendapatan asli daerah yang menunjukan posisi strategis dalam hal pendanaan pembiayaan di Kota Yogyakarta dari tahun 2001 sampai dengan 2015 dijadikan sebagai variabel terikat (variabel dependen), variabel pajak reklame ini diukur dalam rupiah.

3.1.2 Variabel Independen

Dalam penelitian ini melibatkan empat variabel independen sebagai berikut:

1. Jumlah penduduk

Adalah jumlah penduduk pertengahan tahun di Kota Yogyakarta. Data jumlah penduduk diukur dalam satuan orang.

2. Jumlah industri

Jumlah industri adalah jumlah usaha industri baik industri kecil, menengah maupun besar yang ada di Kota Yogyakarta. Data jumlah industri diukur dalam satuan unit.

3. PDRB

PDRB adalah jumlah nilai tambah barang dan jasa yang dihasilkan dari seluruh kegiatan pekonomian diseluruh daerah dalam tahun tertentu atau perode tertentu dan biasanya satu tahun. Data PDRB menggunakan ADHK tahun 2000 dan diukur dalam satuan juta rupiah.

4. Jumlah wisatawan

Jumlah wisatawan adalah orang-orang yang melakukan kegiatan wisata (Undang-undang nomor 10 tahun 2009). Jadi menurut pengertian ini, semua orang yang melakukan perjalanan wisata dinamakan wisatawan. Apapun tujuannya yang penting, perjalanan itu bukan untuk menetap dan tidak untuk mencari nafkah ditempat yang dikunjungi. Data jumlah wisatawan diukur dalam satuan orang.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data Kuantitatif. menurut Sugiyono (2008:14) "Data kuantitatif adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka-angka".

3.2.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder .Menurut Sugiyono (2008 :14) "Data sekunder atau data pendukung ini adalah semua data yang diperoleh dari studi pustaka untuk beberapa teori yang berkaitan

dengan permasalahan dan juga sebagai pembanding terhadap hasil-hasil penelitian terdahulu untuk mendukung pemecahan permasalahan". Data diperoleh melalui dinas pajak daerah dan pengelola keuangan (DPDPK) Badan Pusat Statistik (BPS) Kota yogyakarta, serta bahan-bahan kepustakaan berupa bacaan yang berhubungan dengan penelitian, artikel dan laporan yang berkaitan dengan topik yang akan diteliti.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan dokumentasi, yaitu mengumpulkan catatan-catatan atau data-data yang diperlukan sesuai penelitian yang akan dilakukan dari dinas, kantor, instansi atau lembaga terkait (Suharsimi Arikunto, 2002). Laporan-laporan yang terkait dengan realisasi penerimaan Pajak Reklame yang menyangkut jumlah penduduk, jumlah industri, PDRB, jumlah wisatawan di Kota Yogyakarta. Data sekunder tersebut diperoleh dari dokumen resmi yang dikeluarkan instansi yang terkait. Pengumpulan dilakukan dengan studi pustaka dari buku–buku, laporan penelitian, buletin, jurnal ilmiah, dan penerbitan lainnya yang relevan dengan penelitian ini.

3.4 Metode Analisis

3.4.1 Metode Regresi Kuadrat Terkecil

Untuk mengetahui besarnya pengaruh dari suatu variabel bebas (independent variable) terhadap variabel terikat (dependent variable) maka penelitian ini menggunakan model regresi linear berganda (Multiple Linier Regression Method) dengan metode kuadrat terkecil atau Ordinary Least Square (OLS). Metode ini diyakini mempunyai sifat-sifat yang ideal dan dapat

diunggulkan, yaitu secara teknis sangat kuat, mudah dalam perhitungan dan penarikan interpretasinya (Gujarati, 1999:23).

Persamaan Regresi dinyatakan sebagai berikut :

$$Y = f(X1, X2, X3, X4)$$

$$Y = \alpha + \beta 1X1 + \beta 2X2 + \beta 3X3 + \beta 3X4 + e$$

$$LogY = \alpha + \beta 1LogX1 + \beta 2LogX2 + \beta 3LogX3 + e$$

Dimana: Y = Penerimaan pajak reklame Kota Yogyakarta (rupiah)

X1 = Jumlah penduduk Kota Yogyakarta (orang)

X2 = Jumlah industri Kota Yogyakarta (unit)

X3 = PDRB Kota Yogyakarta (juta rupiah)

X4 = Jumlah wisatawan (orang)

3.4.2 Pemilihan Model Regresi

Pemilihan model regresi ini menggunakan uji Mackinnon, White and Davidson (MWD) yang bertujuan untuk menentukan apakah model yang akan di gunakan berbentuk linier atau log linier.

Persamaan matematis untuk model regresi linier dan regresi log linier adalah sebagai berikut :

$$\text{Linier } Y = \beta 0 + \beta 1X1 + \beta 2\ X2 + \beta 3\ X3 + \beta 4X4 + e$$

$$\text{Log Linier } LnY = \beta 0 + \beta 1LnX1 + \beta 2\ LnX2 + \beta 3\ LnX3 + \beta 4LnX4 + e$$

Untuk melakukan uji MWD ini kita asumsikan bahwa

Ho :Y adalah fungsi linier dari variabel independen X (model linier)

H1 :Y adalah fungsi log linier dari varibel independen X (model log linier)

Adapun prosedur metode MWD adalah sebagai berikut :

1. Estimasi model linier dan dapatkan nilai prediksinya (fitted value) dan selanjutnya dinamai F1.
2. Estimasi model log linier dan dapatkan nilai prediksinya, dan selanjutnya dinamai F2.
3. Dapatkan nilai Z1 = ln F1-F2 dan Z2 = antilog F2-F1
4. Estimasi persamaan berikut ini :

$Y = \beta 0 + \beta 1X1 + \beta 2\ X2 + \beta 3\ X3 + \beta 4X4 + \beta 5Z1 + e$

Jika Z1 signifikan secara statistik melalui uji t maka kita menolak hipotesis nul dan model yang tepat untuk digunakan adalah model log linier dan sebaliknya jika tidak signifikan maka kita menerima hipotesis nul dan model yang tepat digunakan adalah model linier

5. Estimasi persamaan berikut :

$LnY = \beta 0 + \beta 1LnX1 + \beta 2\ LnX2 + \beta 3\ LnX3 + \beta 4LnX4 + \beta 5Z2 + e$

Jika Z2 signifikan secara statistik malalui uji t maka kita menolak hipotesis alternatif dan model yang tepat untuk digunakan adalah model log linier dan sebaliknya jika tidak signifikan maka kita menerima hipotesis alternatif dan model yang tepat untuk digunakan adalah model linier. (Agus Widarjono, 2005).

3.4.3 Uji Statistik

Analisis dilakukan melalui pendekatan analisis kuantitatif yaitu dengan model regresi dengan metode kuadarat terkecil biasa (OLS). Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat maka dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan pada penelitian ini.

1. Uji koefisien determinan (R2)

R2 bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh variasi variabel independen dapat menerangkan dengan baik variasi variabel dependen. Untuk mengukur kebaikan suatu model (goodness of fit) dengan digunakan koefisien determinasi (R2). Koefisien determinasi (R2) merupakan angka yang memberikan proporsi atau persentase variasi total dalam variabel tak bebas (Y) yang di jelaskan oleh variabel bebas (X) (Gujarati. 2003). Koefisien determinasi dirumuskan sebagai berikut: R2 = $\frac{\sum(Y1-Y)^2}{\sum(Y1-Y)^2}$

Nilai R2 yang sempurna adalah satu, yaitu apabila keseluruhan variasi dependen dapat dijelaskan sepenuhnya oleh variabel independen yang dimasukkan dalam model. Dimana 0 < R2< 1 sehingga kesimpulan yang dapat diambil adalah:

- Nilai R2 yang kecil atau mendekati nol, berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel tidak bebas dan sangat terbatas.
- Nilai R2 mendekati satu, berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel tidak bebas ada keterkaitan.

2. Uji signifikansi simultan (uji f)

Uji F pada dasarnya dimaksudkan untuk membuktikan secara statistik bahwa seluruh variabel independen berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen, dengan hipotesis untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersamasama terhadap variabel tak bebas. Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut :

- H0 : β1 = β2 = β3 = β4 = 0, yaitu tidak ada pengaruh signifikansi variable jumlah penduduk, jumlah industry, jumlah pertumbuhan ekonomi, dan jumlah wisatawan.
- H1 : β1, β2, β3, β4 ≠ 0 , yaitu terdapat pengaruh signifikansi variabel jumlah penduduk, jumlah industry, jumlah pertumbuhan ekonomi, dan jumlah wisatawan.

Uji F dapat dilakukan dengan membandingkan antara nilai F hitung dengan F Tabel, dimana nilai F hitung dapat dipenuhi dengan formula sebagai berikut :F hitung = $\frac{R^2/(k-1)}{1-R^2/(n-k)}$

Dimana :

R2 : Koefisien determinasi

K: Jumlah variabel independen termasuk konstanta

n : jumlah sampel

Apabila nilai F hitung > F Tabel maka H0 ditolak dan menerima H1. Artinya ada pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Sebaliknya apabila, F hitung < FTabel maka H0 diterima dan H1 ditolak. Artinya tidak ada pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Apabila nilai F hitung > F tabel maka H0 ditolak dan menerima H1. Artinya ada pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variable dependen. Sebaliknya apabila, F hitung < Ftabel maka H0 diterima dan H1 ditolak. Artinya tidak ada pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Imam Ghozali, 2005).

3. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi-variabel dependen. Untuk menguji pengaruh variable independen terhadap dependen secara individu dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

1. H0 : $\beta 1 = 0$, yaitu tidak ada pengaruh signifikansi variabel jumlah penduduk secara individu terhadap variabel pajak reklame.

   H1 : $\beta 1 > 0$, yaitu terdapat pengaruh positif signifikansi variabel jumlah penduduk secara individu terhadap variabel pajak reklame.
2. H0 : $\beta 2 = 0$, yaitu tidak ada pengaruh signifikansi variabel jumlah industri secara individu terhadap variabel pajak reklame.

   H1 : $\beta 2 > 0$, yaitu terdapat pengaruh positif signifikansi variabel jumlah industri secara individu terhadap variabel pajak reklame.
3. H0 : $\beta 3 = 0$, yaitu tidak ada pengaruh signifikansi variabel PDRB secara individu terhadap variabel pajak reklame.

   H1 : $\beta 3 > 0$, yaitu terdapat pengaruh positif signifikansi variabel PDRB secara individu terhadap variabel pajak reklame.
4. H0 : $\beta 4 = 0$, yaitu tidak ada pengaruh signifikansi variabel jumlah wisatawan secara individu terhadap variabel pajak reklame.

   H1 : $\beta 4 > 0$, yaitu terdapat pengaruh positif signifikansi variabel jumlah wisatawan secara individu terhadap variabel pajak reklame.

Untuk menguji hipotesis tersebut digunakan statistik t, dimana nilai t hitung dapat diperoleh dengan formula sebagai berikut :

t hitung = $\frac{bj}{Se(bj)}$

dimana :

bj : Koefisien regresi

se(bj) :standart error koefisien regresi

Uji t ini dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t Tabel. Apabila t hitung > t Tabel, maka hipotesis alternatif diterima yang menyatakan bahwa variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen. Sebaliknya apabila t hitung < t Tabel maka variabel independen secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen.

3.4.4 Uji Asumsi Klasik

Dalam penggunaan regresi, terdapat beberapa asumsi dasar yang dapat menghasilkan estimator linear tidak bias. Dengan terpenuhi asumsi tersebut, maka hasil yang diperoleh lebih akurat dan mendekati atau sama dengan kenyataan. Asumsi-asumsi dasar itu dikenal sebagai asumsi klasik yaitu :

- Distribusi kesalahan adalah normal
- Nonmultikolinearitas, berarti antara variable bebas yang satu dengan yang lain dalam model regresi tidak terjadi hubungan yang mendekati sempurna ataupun hubungan yang sempurna
- Nonautokorelasi, berarti tidak ada pengaruh dari variabel dalam modelnya melalui selang waktu atau tidak terjadi korelasi diantar galat randomnya.
- Homoskedastisitas, berarti varians dari variabel bebas adalah sama atau konstan untuk setiap nilai tertentu dari variable bebas lainnya atau variansi residu sama untuk semua pengamatan.

Penyimpanan dari nonmultikolineritas dikenal sebagai multikolinearitas, penyimpangan nonautokorelasi dikenal sbagai autokorelasi, dan penyimpangan terhadap homoskedastisitas dikenal sebagai heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi terjadi atau tidak penyimpangan terhadap asumsi klasik dalam model regresi yang dipergunakan, maka dilakukan beberapa cara pengujian terhadap gejala penyimpangan asumsi klasik.

1. **Uji Normalitas**

Tujuan dilakukannya uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah populasi data berdistribus normal atau tiadak. Uji ini biasanya digunakan dengan mengukur data berskala ordinal, interval,dan rasio.

2. **Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan penggangu pada periode t dengan kesalahan penggangu pada periode sebelumnya.

3. **Uji Heterokedastisitas**

Uji heteroskedastisitas adalah variabelin dependen (homoskedastisitas). model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. heteroskedastisitas. Di uji dengan pengambilan keputusan jika veriabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi veriabel independen, maka

terjadi heteroskedastisitas. jika probabilitas signifikan diatas tingkat kepercayaan 5% dapat disimpulkan model regresi tidak mengarahadanya heteroskedastisitas.

4. Uji Multikolinearitas

Multikolinieritas adalah suatu fenomena terdapatnya hubungan atau korelasi secara linier antara variabel bebas pada model regresi berganda, suatu model regresi dikatakan terkena multikolinieritas bila terjadi hubungan yang sempurna (perfect multikolinieritas) diantara variabel penjelas lainnya dari suatu model regresi, sehingga sulit untuk melihat pengaruh variabel penjelas terhadap variabel yang dijelaskan. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dengan membandingkan nilai koefisien determinasi parsial (r^2) dengan nilai koefisien determinasi (R^2), jika r^2 lebih kecil dari nilai R^2 maka tidak terdapat multikolinieritas.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Data Penelitian

Dalam pembahasan sub-sub bab ini akan diuraikan mengenai hasil analisis dari obyek pajak reklame , jumlah penduduk, PDRB, jumlah industri dan jumlah wisatawan. Penelitian ini menggunakan data dalam kurun waktu tertentu secara berkala atau time series. Jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 15 tahun secara berurutan dari tahun 2001-2015.

Tabel 4.1.

Data Pajak Reklame, Jumlah Penduduk, Jumlah Industri, PDRB, dan Jumlah Wisatawan Kota Yogyakarta Tahun 2001– 2015

Tahun	REK (Rupiah)	PDK (orang)	PDRB (Juta Rupiah)	ID (unit)	WST (jiwa)
2001	861.434.385	404.741	3.648.631	5.788	1.283.270
2002	1.805.235.200	412196	3.812.425	5.813	981.329
2003	1.861.620.901	392.239	3.922.390	5.785	1.173.056
2004	1.992.190.299	398.004	3.980.040	5.814	1.226.303
2005	2.437.630.464	435.236	4.399.902	5.854	1.077.142
2006	2.224.859.637	443.112	4.574.051	5.848	412.174
2007	3.619.969.265	451.118	4.776.401	5.862	1.182.283
2008	4.962.578.175	456.915	5.021.148	5.950	1.548123
2009	5.044.559.994	462.752	5.224.851	6.224	2.019.768
2010	4.639.213.808	387.086	5.505.942	6.535	2.139.875
2011	5.439.731.728	390.554	5.816.568	6.565	2.561.964
2012	6.303.861.072	394.012	6.151.679	6.565	2.950.800
2013	7.000.369.458	402.679	6.498.900	6.516	3.368.685
2014	5.207.000.000	400.467	6.640.393	5.133	5.251.352
2015	5.680.000.000	412.704	6.983.870	5.409	5.619.231

Sumber : BPS dan DPDPK kota Yogyakarta data diolah

Keterangan :

- REK = Pajak Reklame (rupiah)
- PDK = Jumlah Penduduk (orang)
- ID = Jumlah industri (unit)
- PDRB = Produk domestik regional bruto (ADHK tahun 2000 dalam juta rupiah)
- WST = Jumlah wisatawan (jiwa)

Variabel dependen yang digunakan adalah pajak reklame (dalam rupiah), sedangkan variabel independen adalah X1: jumlah penduduk (orang), X2: jumlah industri (unit), X3: PDRB (juta rupiah), X4: jumlah wisatawan (orang). Data yang digunakan sebagai bahan penelitian diperoleh dari dinas pajak daerah dan pengelola keuangan (DPDPK) dan kantor badan pusat statistika (BPS). Data jumlah penduduk, jumlah industri, PDRB harga konstan tahun 2000, dan data jumlah wisatawan diperoleh dari statistik Kota Yogyakarta dari berbagai edisi yang diterbitkan oleh BPS.

4.2 Hasil dan Analisis

4.2.1 Uji Spesifikasi Model

Pada penelitian ini penentuan spesifikasi model yang digunakan adaalah dengan menggunakan model log linier dalam penelitian sebelumnya Nurrohman (2010), didasarkan pada uji MWD test (MacKinnon, White, dan Davidson).

Adapun prosedur metode MWD sebagai berikut :

1. Estimasi model linier dan dapatkan nilai predisiknya (fitted value) dinamakan F1 = Y – RES1 langkah berikut :
    a. Lakukan regresi dan dapatkan residualnya (RES1)

b. Dapatkan nilai F1 = Y – RES1

2. Estimasi model log linier dan dapatkan nilai prediksinya dinamakan F2. Untuk mendapatkan nilai F2 lakukan langkah berikut :

   a. Lakukan regresi dan dapatkan residualnya (RES2)

   b. Dapatkan nilai F2 – lnY – RES2

3. Dapatkan nilai Z1 = ln F1 dan Z2 = antilig F2 – F1

4. Estimasi persamaan berikut :

   $Yt = Yo + Y1\ X1t + Y2Z1 + et$

   Jika Z1 signifikan secara statistik melalui uji t maka menolak hipotesis nol sehingga model yang benar adalah linier dan sebaliknya jika tidak signifikan maka kita menerima hipotesis nol bahwa model yang yang benar adalah linier.

5. Estimasi persamaan berikut :

   $Ln\ Yt = \lambda o + \lambda 1t + \lambda 2\ Z2 + vt$

   Jika Z2 signifikan secara statistik melalui uji t maka kita menolak hipotesis alternatif (Ha) sehingga model yang benar adalah linier dan sebaliknya jika tidak signifikan maka kita menerima hipotesis alternatif (Ha) bahwa model yang benar adalah log linier.

   Uji MWD dapat dilihat pada gambar sebagai berikut ;

Tabel 4.2

Hasil Estimasi Uji MWD (Model Linear)

Dependent Variable: Y
Method: Least Squares
Date: 10/30/17 Time: 23:41
Sample: 2001 2015
Included observations: 15

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1.91E+10	4.54E+09	-4.213662	0.0023
X1	14530.36	6786.374	2.141108	0.0609
X2	1317.273	476.2257	2.766068	0.0219
X3	1662999.	583252.3	2.851252	0.0191
X4	170.4848	386.2837	0.441346	0.6694
Z1	-3.40E+09	2.77E+09	-1.230732	0.2496

R-squared	0.963226	Mean dependent var	3.94E+09
Adjusted R-squared	0.942796	S.D. dependent var	1.93E+09
S.E. of regression	4.61E+08	Akaike info criterion	43.02541
Sum squared resid	1.91E+18	Schwarz criterion	43.30863
Log likelihood	-316.6906	Hannan-Quinn criter.	43.02239
F-statistic	47.14765	Durbin-Watson stat	2.025927
Prob(F-statistic)	0.000003		

Sumber : Hasil olah data eviews 8

Tabel 4.3

Hasil Estimasi Uji MWD (Model Log Linear)

Dependent Variable: LOG(Y)
Method: Least Squares
Date: 10/30/17 Time: 23:41
Sample: 2001 2015
Included observations: 15

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-62.45265	16.74135	-3.730442	0.0047
LOG(X1)	2.130029	1.113312	1.913236	0.0880
LOG(X2)	2.313706	0.527314	4.387723	0.0018
LOG(X3)	2.228590	0.864908	2.576678	0.0299
LOG(X4)	0.123023	0.182475	0.674188	0.5171
Z2	-1.24E-10	2.31E-10	-0.535254	0.6054

R-squared	0.920496	Mean dependent var	21.94673
Adjusted R-squared	0.876327	S.D. dependent var	0.609015
S.E. of regression	0.214173	Akaike info criterion	0.045111
Sum squared resid	0.412831	Schwarz criterion	0.328331
Log likelihood	5.661668	Hannan-Quinn criter.	0.042094
F-statistic	20.84042	Durbin-Watson stat	1.446110
Prob(F-statistic)	0.000105		

Sumber : Hasil olah

Berdasarkan dari hasil regresi tersebut, maka dapat disimpulkan dengan menggunakan uji MWD nilai Z1 sebesar 0.2496 dan Z2 sebesar 0.6054 artinya tidak signifikan secara statistik, kesimpulan yang dapat diambil dari tabel hasil uji MWD di atas adalah baik model linier maupun model log linier sama baiknya untuk digunakan dalam mengestimasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan model linier karena dilihat dari nilai R2 model linier yaitu 0.963226 lebih tinggi dibandingkan dengan nilai R2 model log linier yaitu 0.920496.

Tabel 4.4

Hasil Estimasi Linear Berganda (Model Linear) Setelah Uji MWD

Dependent Variable: Y
Method: Least Squares
Date: 10/30/17 Time: 23:39
Sample: 2001 2015
Included observations: 15

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-2.08E+10	4.45E+09	-4.669773	0.0009
X1	15959.08	6856.262	2.327665	0.0422
X2	1109.093	456.4857	2.429634	0.0355
X3	1931383.	554699.2	3.481856	0.0059
X4	385.8744	353.1154	1.092772	0.3001

R-squared	0.957037	Mean dependent var	3.94E+09
Adjusted R-squared	0.939852	S.D. dependent var	1.93E+09
S.E. of regression	4.73E+08	Akaike info criterion	43.04762
Sum squared resid	2.24E+18	Schwarz criterion	43.28364
Log likelihood	-317.8572	Hannan-Quinn criter.	43.04511
F-statistic	55.68955	Durbin-Watson stat	1.637397
Prob(F-statistic)	0.000001		

Berdasarkan hasil estimasi model linear berganda, dapat diketahui dengan melihat probabilitas dari X1 (jumlah penduduk), X2 (jumlah industri), X3 (PDRB), dan X4 (jumlah wisatawan) pada model regresi linear berganda terdapat tiga variabel yang signifikan yaitu X1 (jumlah penduduk), X2 (Jumlah industri) dan X3 (PDRB) pada α = 1% 5% dan 10%. Dengan melihat R-Squared (R2) yang nilainya 0.957037.

4.2.2 Pengujian Statistik

4.2.2.1 Uji R-squared (R2)

Nilai koefisien determinasi berganda (R2) dimaksudkan untuk mengetahui besarnya sumbangan dari variabel-variabel bebas terhadap variabel-variabel terikat. Nilai koefisien determinasi terletak antara 0 dan 1. Apabila R square atau R2 = 1, maka garis regresi dari model tersebut memberikan sumbangan sebesar 100% terhadap perubahan variabel terikat. Apabila R2 = 0, maka model tersebut tidak bisa mempengaruhi atau tidak bisa memberikan sumbangan terhadap perubahan variabel terikat. Kecocokan model akan semakin lebih baik apabila mendekati satu.

Berdasarkan hasil regresi perhitungan yang dilakukan untuk mengukur proporsi atau presentase dari variasi total variabel dependen yang mampu dijelaskan oleh model regresi R2 dalam regresi sebesar 0.957037. Ini artinya variabel pajak reklame dijelaskan variabel jumlah penduduk, jumlah industri, pertumbuhan ekonomi, jumlah wisatawan sebesar 95.7% dan sisanya sebesar

4.3% dijelaskan variabel lain diluar model atau faktor lain yang tidak termasuk dalam persamaan regresi yang dibuat.

4.2.2.2 Uji T

Uji t dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Caranya adalah dengan membandingkan nilai probabilitas t hitung dengan level of significance (α 1% 5% 10%) Masing-masing variabel bebas dikatakan mempunyai pengaruh yang signifikan (nyata) apabila nilai probabilitas t hitung ≤ level of significance (α = 1% 5% 10%). dapat dilihat pada tabel 4.4.

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

1. Uji t-statistik variabel X1 (jumlah penduduk)

Hipotesis yang digunakan :

H0 : β = 0

H1 : β > 0

Variabel X1 (jumlah penduduk) menunjukan nilai probabilitas sebesar 0.0422 lebih kecil dari taraf α 5%, maka H0 ditolak , artinya artinya variabel X1 (jumlah penduduk) Kota Yogyakarta periode 2001-2015 berpengaruh signifikan secara positif sesuai hipotesis terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta.

2. Uji statistik variabel X2 (jumlah industri)

H0 : β = 0

H1 : β > 0

Variabel X2 (jumlah industri) menunjukan nilai probabilitas sebesar 0.0355 lebih kecil dari taraf α 5%, maka H0 ditolak, artinya artinya variabel X2 (jumlah industri) Kota Yogyakarta periode 2001-2015 berpengaruh signifikan secara positif sesuai hipotesis terhadap penerimaan pajak reklame Kota di Yogyakarta.

3. Uji statistik variabel X3 (PDRB)

   H0 : β = 0

   H1 : β > 0

Variabel X3 (PDRB) menunjukan nilai probabilitas sebesar 0.0059 lebih kecil dari taraf α 1%, maka H0 ditolak yang artinya berpengaruh siginifikan. Maka (jumlah industri) Kota Yogyakarta periode 2001-2015 berpengaruh secara positif sesuai hipotesis terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta.

4. Uji statistik variabel X4 (jumlah wisatawan)

   H0 : β = 0

   H1 : β > 0

Variable X4 (jumlah wisatawan) menunjukan nilai probabilitas sebesar 0.3001 lebih besar dari taraf α 1% 5% 10% maka gagal menolak H0 atau menerima Ha yang artinya tidak berpengaruh siginifikan. Maka (jumlah wisatawan) Kota Yogyakarta periode 2001-2015 tidak berpengaruh secara positif sesuai hipotesis terhadap penerimaan pajak reklame Kota Yogyakarta.

4.2.2.3 Uji F

Dalam uji f digunakan untuk membuktikan secara statistik bahwa keseluruhan koefisien regresi juga signifikansi dalam menentukan nilai variabel dependen, maka diperlukan juga pengujian secara serentak yang menggunakan uji f, dimana uji f merupakan pengujian terhadap variabel independen secara bersama-sama.

Dilihat dari estimasi regresi linear berganda nilai f-statistik atau probabilitas sebesar 0.000001 pada α 1%, maka H0 ditolak. Artinya variabel jumlah penduduk, jumlah industri, PDRB, dan jumlah wisatawan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta tahun 2001-2015.

4.2.3 Uji Asumsi Klasik

4.2.3.1 Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah hubungan linier antara variabel independen didalam regresi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dalam model dengan cara menguji koefisien korelasi (r) antar variabel independen. Sebagai aturan main yang kasar (rule of thumb), jika koefisien korelasi cukup tinggi diatas 0.85 maka diduga dalam model tersebut terdapat multikolinieritas, sebaliknya jika koefisien korelasi dibawah 0.85 maka diduga dalam model tersebut tidak terdapat multikolineritas. Berdasarkan data hasil regresi diketahui bahwa nilai R2 sebesar 0.957037. Apabila R2 antar variabel bebas > dari R2 model maka ada indikasi terdapat multikolinieritas, demikian pula sebaliknya apabila R2 antar variabel < dari R2 model maka tidak ada multikolinieritas.

Tabel 4.5

Hasil Uji Multikolinieritas

	X1	X2	X3	X4
X1	1.000000	-0.171073	-0.162024	-0.321638
X2	-0.171073	1.000000	0.116602	0.887272
X3	-0.162024	0.116602	1.000000	-0.224963
X4	-0.321638	0.887272	-0.224963	1.000000

Diolah dari E-Views 8

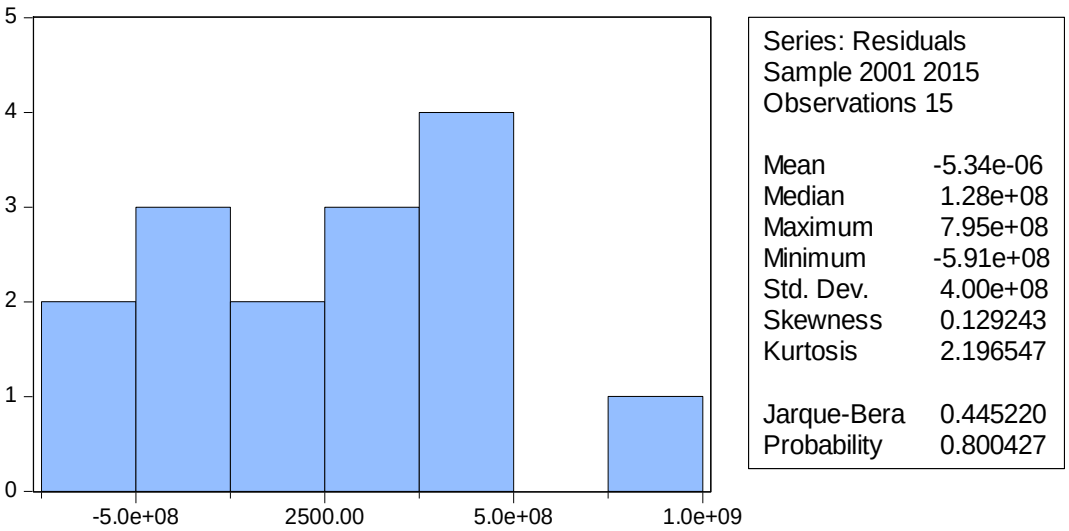
Berdasarkan hasil uji multikolinieritas dengan metode deteksi klien dapat dilihat bahwa R2 regresi > R2 variabel maka tidak terdapat masalah multikolinieritas dari variabel jumlah penduduk, jumlah industri, PDRB, dan jumlah wisatawan.

4.2.3.2 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas kedua-duanya mempunya distribusi normal atau tidak. Pengambilan kesimpulan dengan melihat tampilan grafik histogram maupun grafik normal plot. Secara ringkas hasil uji normalitas dapat dilihat pada gambar sebagai berikut.

Tabel 4.6

Hasil Uji Normalitas



Sumber : hasil olah data eviews 8

Keputusan terdistribusi normal tidaknya residual secara sederhana dengan membandingkan nilai Probabilitas JB (Jarque-Bera) hitung dengan tingkat alpha 0,05 (5%). Apabila Prob. JB hitung lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa residual terdistribusi normal dan sebaliknya, apabila nilainya lebih kecil maka tidak cukup bukti untuk menyatakan bahwa residual terdistribusi normal. Nilai Prob. JB hitung sebesar 0,800427> 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa residual terdistribusi normal yang artinya asumsi klasik tentang kenormalan telah dipenuhi.

4.2.3.3 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi dilakukan untuk menguji asumsi bahwa data haruslah bersifat bebas dalam pengertian bahwa data pada periode sebelumnya ataupun pada periode sesudahnya. Menurut Gujarati (1999) pengujian autokorelasi dilakukan untuk mendeteksi apakah terjadi korelasi diantara anggota serangkaian

data penelitian yang diruntut waktu (time series) atau menurut ruang (cross section). Pada data yang diruntut waktu, memang kemungkinan kecenderungan untuk terjadinya gejala ini sangat besar. Sedangkan pada data cross section memang ada kemungkinan data disuatu tempat mempengaruhi atau dipengaruhi di tempat lainnya.

Apabila terjadi gejala autokorelasi merupakan suatu masalah yang cukup pelik, karena uji F dan uji t sudah tidak efektif lagi. Dan bilamana uji tetap dilaksanakan, maka kesimpulan yang didapat akan bersifat meragukan. Pengujian autokorelasi dilakukan dengan pengujian uji statistik Durbin Watson. uji autokorelasi dapat dilihat pada gambar sebagai berikut.

Tabel 4.7

Hasil Uji Autokerelasi

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

F-statistic	4.625330	Prob. F(2,8)	0.6654
Obs*R-squared	8.043745	Prob. Chi-Square(2)	0.1579

Sumber : hasil olah data eviews 8

Dapat dilihat nilai Prob. F(2,8)* sebesar 0.6654 dapat juga disebut sebagai nilai probabilitas F hitung. Nilai Prob. F hitung lebih besar dari tingkat alpha 0,05 (5%) sehingga, berdasarkan uji hipotesis, H0 diterima yang artinya terjadi tidak autokorelasi.

4.2.3.4 Uji Heterokedastisitas

Uji yang digunakan dalam penelitian ini untuk mendeteksi gejala heteroskedastisitas adalah uji glejser yang dilakukan dengan cara melakukan regresi varian gangguan (residual) dengan variabel bebasnya sehingga didapat

nilai P. Untuk mengetahui adanya gejala gangguan atau tidak adalah apabila nilai P > 0,05, berarti menunjukkan tidak terjadi gangguan dan begitu pula sebaliknya. Hasil pengujian heterokedastisitas dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.8

Hasil Uji Heterokedastisitas

Heteroskedasticity Test: White

F-statistic	0.624642	Prob. F(4,10)	0.6556
Obs*R-squared	2.998626	Prob. Chi-Square(4)	0.5581
Scaled explained SS	0.797333	Prob. Chi-Square(4)	0.9388

Sumber : hasil olah data eviews 8

Dapat dilihat dari nilai probabilitas. Jika p-value obs*-square < α 5%, maka Ho ditolak, sedangkan p-value obs *square > α H0 diterima. Karena p-value obs*-square pada uji heteroskedastisitas 0.5581> 5% maka H0 diterima. Dapat dikatakan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas.

4.3 Analisis Ekonomi

Dari hasil regresi eviews terhadap variabel pajak reklame kota Yogyakarta dapat diketahui nilai R2 sebesar 0.957037 ini menunjukan bahwa 95.7% variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen (jumlah penduduk, jumlah industri, PDRB, jumlah wisatawan) dalam kurun waktu 15 tahun dari tahun 2001 – 2015, sedangkan sisanya 4.3% dijelaskan oleh variabel diluar model yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Berikut analisis inteprestasi koefisien regresi dalam variabel-variable dalam model regresi adalah sebagai berikut :

4.3.1 Jumlah Penduduk

Berdasarkan hasil penelitian menunjukan jumlah penduduk berpengaruh positif terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta. Arti koefisien regresi variabel jumlah penduduk 15959.08 adalah apabila jumlah penduduk bertambah 1 orang maka penerimaan pajak reklame akan bertambah sebesar Rp 15.959,08 dengan asumsi variabel lainnya konstan. Uji t dengan dilihat nilai probabilitas 0.0422 lebih kecil dari 5% maka menunjukkan jumlah penduduk berpengaruh signifikan terhadap penerimaan pajak reklame, hal ini menunjukan bahwa adanya kenaikan jumlah penduduk akan mengakibatkan adanya permintaan penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta.

Penduduk adalah salah satu obyek sasaran yang menjadi tujuan dari adanya sebuah reklame atau promosi barang dan jasa suatu perusahaan. Semakin tinggi jumlah penduduk maka semakin tinggi tingkat kebutuhan akan barang dan jasa. Sehingga pada penelitian ini jumlah penduduk mempengaruhi penerimaan pajak reklame. Hal tersebut sesuai dengan hipotesis penelitian, yaitu bahwasannya diduga jumlah penduduk berpengaruh signifikan terhadap penerimaan pajak rekalame. Hal tersebut sesuai dengan penelitian sebelumnya yang di lakukan Nurmayansari (2010), dimana menyatakan bahwa jumlah penduduk berpengaruh positif terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Semarang.

4.3.2 Jumlah Industri

Berdasarkan hasil Penelitian menunjukan jumlah industri berpengaruh positif terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta dan hasilnya positif signifikan dengan hipotesis. Hasil regresi menunjukkan nilai koefisien

sebesar 1109.093 yang artinya jika jumlah industri bertambah 1 unit maka penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta bertambah sebesar Rp 1.109,093 Uji t-statistik jumlah industri berpengaruh signifikan secara positif terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta karena dilihat dari nilai probabilitas sebesar 0.0355 lebih kecil dari α 5% maka Ho ditolak, yang artinya jumlah industri berpengaruh secara keseluruhan positif terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta. Hal ini disebabkan karena dalam rangka memperkenalkan produknya maka industri-industri tersebut akan mempergunakan media reklame. Hal ini sejalan dengan penelitian yang di lakukan oleh Puspita ningsih (2013) tentang "Analisa Penerimaan Pajak Reklame di Kota Malang" dengan melakukan pendekatan jangka pendek dan jangka panjang, dimana kesimpulannya menyatakan bahwa jumlah industri secara jangka pendek akan berpengaruh positif tetapi secara jangka panjang jumlah industri akan berpengaruh negatif, dikarenakan adanya peraturan pemerintah daerah yang meanikan tarif pajak reklame, sehingga hal tersebut membuat keuntungan yang diperoleh industri akan berkurang.

Dalam industri produk yang dihasilkan produsen akan di pasarkan kepada masyarakat. Untuk memasarkan produk-produk yang dihasilkan maka diperlukan sarana dan prasarana untuk mempublikasikan produk. Media reklame adalah media untuk mempublikasikan produk berupa spanduk, Banner, selebaran dsb, untuk memperkenalkan produk yang dihasilkan guna menarik konsumen untuk mengkonsumsi produk yang dihasilkan.

4.3.3 PDRB

Hasil Penelitian menunjukan PDRB berpengaruh positif terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta dan hasilnya signifikan sesuai dengan hipotesis. Arti koefisien regresi variabel PDRB 1.931.383 adalah apabila PDRB bertambah 1 juta rupiah maka pajak reklame akan bertambah sebesar Rp 1.931.383 dengan asumsi variabel lainnya konstan. Uji t statistik untuk PDRB dilihat dari signifikan variabel tersebut. Nilai Probabilitas variabel PDRB adalah 0.0059 lebih kecil dari α 5% maka Ho ditolak menunjukkan pengaruh signifikan PDRB terhadap penerimaan pajak reklame. tanda potitif menunjukkan adanya kenaikan PDRB Kota Yogyakarta besar, bisa menambahkan Penerimaan Pajak Reklame. Sejalan bila dilihat dari perkembangan Penerimaan PDRB mengalami peningkatan tiap tahunnya.

PDRB merupakan salah satu dari ukuran kesejahteraan suatu daerah. Dimana semakin tinggi penerimaan PDRB maka semakin tinggi penerimaan disuatu daerah. Tingginya PDRB akan mempengaruhi tingkat pengeluaran masyarakatnya dan kemampuan masyarakatnya dalam membayar pajak (ability to pay) yang di tetapkan pemerintah, salah satunya yaitu pajak rekalame. Hal ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya menegenai pajak reklame yang di lakukan oleh Nurmayansari (2010), yang menyatakan PDRB berpengaruh signifikan terhadap penerimaan pajak reklame.

4.3.4 Jumlah Wisatawan

Berdasarkan hasil Penelitian menunjukan jumlah wisatawan tidak berpengaruh signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta

tahun 2001 – 2015. Nilai Probabilitas variabel jumlah industri adalah 0.3001 lebih besar dari α 1%α 5% α 10% maka Ho diterima menunjukkan jumlah wisatawan tidak berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame. Hal ini menunjukan bahwa jumlah kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara yang berkunjung ke Kota Yogyakarta itu tidak mempengaruhi penerimaan pajak reklame. Dengan demikian Hal tersebut tidak sesuai dengan teori penelitian terdahalu yang menunjukan bahwa jumlah wisatawan berpengaruh terhadap penerimaan pajak daerah dan hipotesis penelitian, yaitu bahwasannya diduga jumlah wisatawan berpengaruh signifikan terhadap penerimaan pajak reklame.

Jumlah wisatawan adalah salah satu objek dari target pemasangan reklame untuk tempat wisata dan industry besar kecil di sekitar objek wisata. Dengan bertambahnya wisatawan tidak mempengaruhi bertambahnya pemasangan reklame. Hal itu disebabkan karena jumlah wisatawan yang berwisata ke Yogyakarta sudah mengetahui informasi tempat wisata melalui media sosial.

BAB V

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

5.1 Kesimpulan

Hasil Analisis pengaruh Jumlah Penduduk, PDRB, Jumlah Industri dan Jumlah Wisatawan terhadap penerimaan Pajak Reklame di Kota Yogyakarta tahun 2001-2015. Maka kesimpulan penelitian ini sebagai berikut :

a. Berdasarkan Hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel Jumlah Penduduk berpengaruh signifikan dan positif terhadap pajak reklame di Kota Yogyakarta.
b. Berdasarkan Hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel Jumlah Industri berpengaruh signifikan dan positif terhadap pajak reklame di Kota Yogyakarta.
c. Berdasarkan Hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel PDRB berpengaruh signifikan dan positif terhadap pajak reklame di Kota Yogyakarta.
d. Berdasarkan Hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa jumlah wisatawan tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap pajak reklame di Kota Yogyakarta.

5.2 Implikasi

Mengacu pada hasil kesimpulan dan pembahasan, maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut:

a. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan jumlah penduduk mempunyai pengaruh positif terhadap penerimaan pajak reklame, hal

tersebut bertentangan dengan program pemerintah yang bertujuan mengendalikan jumlah penduduk. Sehingga akan lebih baik apabila digunakan digunakan pendekatan lain untuk mengukur pengaruh jumlah penduduk terhadap penerimaan pajak reklame, seperti dengan melihat taraf hidup penduduk.

b. Jumlah industri secara keseluruhan dapat meningkatkan penerimaan pajak reklame, dengan sisi positif yaitu dapat membantu pemerintah mengatasi masalah pengangguran akibat terbukanya lapangan pekerjaan. Tetapi satu sisi lain adanya faktor yang mempengaruhi jumlah industri tersebut membuat penerimaan pajak reklame bisa menurun dan bisa jadi dapat menghambat pertumbuhan jumlah industri itu sendiri. Maka di harapkan untuk penelitian selanjutnya agar dapat memperjelas faktor tersebut, agar menjadi satu kebijakan buat pemerintah daerah Kota Yogyakarta.
c. PDRB merupakan tolak ukur untuk menunjukan & menggambarkan kesejahteraan masyarakat. Secara keseluruhan PDRB Kota Yogyakarta terus mengalami kenaikan setiap tahunnya, hal ini merupkan kabar baik bagi Pemerintah Kota Yogyakarta. Tentunya apabila kesejahteraan masyarakat semakin baik maka akan menimbulkan potensi pasar, sehingga menarik minat perusahaan untuk mempromosikan produk atau jasanya di daerah tersebut, maka kesejahteraan masyarakat Kota Yogyakarta harus terus selalu di pertahankan.
d. Adanya pengaruh yang tidak signifikan antara jumlah kunjungan wisatawan terhadap penerimaan pajak reklame Kota Yogyakarta, maka

perlu diperhatikan oleh Pemerintah Kota Yogyakarta untuk dapat lebih mempromsikan lagi obyek wisata yang berada di Kota Yogyakarta agar memiliki daya tarik untuk didatangi oleh wisatawan baik nusantara maupun mancanegara. hal ini akan mempengaruhi penerimaan pajak daerah khususnya pajak reklame.

DAFTAR PUSTAKA

Romikariyem. 2005. "Analisi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Karanganyar", *Skripsi*, Fakultas Ekonomi, Universitas Negri Solo.

Alfarizi, Muhammad. 2016. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Daerah DKI Jakarta (Tahun 1999-2015*)", Skripsi*, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.

Siahaan, P. Marihot. 2005. *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Liberty, Setia Neo. 2013. "Analisis Faktor-faktor yang Memperngaruhi Penerimaan Pajak Reklame di KabupatenJember", *Skripsi*, Fakultas Ekonomika dan Bisnis,UniversitasJember.

Hertanto. I dan Sriyana.J. 2011. "Sumber Pendapatan Asli Daerah dan Kota". *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.* Volume 12, Nomor 1, hlm.76-89.

Nurrohman, Alfian. 2010. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Daerah di Kota Surakarta (Tahun 1994-2007)", *Skripsi*,Fakultas Ekonomi, Universitas Sebelas Maret.

Istianto, Donna Dwi. 2010. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Semarang (Tahun 2000-2009)", *Skripsi*,Fakultas Ekonomi, Universitas Diponogoro.

Nurmayasari, Dini. 2010. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame di Kota Semarang", *Skripsi*,Fakultas Ekonomi, Universitas Diponogoro.

Yudisyus, opissen. 2014. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame di Kota Yogyakarta", *Skripsi*,Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiya Yogyakarta.

DIY Dalam Angka. BPS Provinsi DIY

Kota Yogyakarta Dalam Angka. BPS Kota Yogyakarta

Sriyana, Jaka. 1999. "Hubungan Keuangan Pusat-Daerah, Reformasi Perpajakan dan Kemandirian Pembiayaan Pembangunan Daerah". *Jurnal Ekonomi Pembangunan*. Volume 4, No. 1 hlm 312-323

Nurrohman, Alfian. 2010. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Daerah di Kota Surakarta". *Thesis*. FE UNS.

Khee Giap Tan, Nurina Merdikawati, Mulya Amri, Kong Yam Ten. 2014. Analisis Daya Saing Provinsi dan Wilayah: Menjaga Momentum Pertumbuhan Indonesia Edisi 2014 :World Scientific Publishing Company.

Tambunan, Tulus. 2001. *Perekonomian Indonesia*: Teori dan Temuan Empiris. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Widarjono, Agus. 2013. *Ekonometrika* : Pengantar dan Aplikasinya. Jakarta : Ekosiana.

Widjaja,HAW. 2002. *Otonomi Daerah dan Daerah Otonom*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Aji, Anggit Darmastuti. 2013. "Analisis Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Daerah Kabupaten Wonogiri Dalam Era Desentralisasi". *Naskah Publikasi*. Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta

.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran I

Tahun	REK (rupiah)	PDK (orang)	PDRB (juta rupiah)	ID (unit)	WST (jiwa)
2001	861.434.385	404.741	3.648.631	5.788	1.283.270
2002	1.805.235.200	412196	3.812.425	5.813	981.329
2003	1.861.620.901	392.239	3.922.390	5.785	1.173.056
2004	1.992.190.299	398.004	3.980.040	5.814	1.226.303
2005	2.437.630.464	435.236	4.399.902	5.854	1.077.142
2006	2.224.859.637	443.112	4.574.051	5.848	412.174
2007	3.619.969.265	451.118	4.776.401	5.862	1.182.283
2008	4.962.578.175	456.915	5.021.148	5.950	1.548123
2009	5.044.559.994	462.752	5.224.851	6.224	2.019.768
2010	4.639.213.808	387.086	5.505.942	6.535	2.139.875
2011	5.439.731.728	390.554	5.816.568	6.565	2.561.964
2012	6.303.861.072	394.012	6.151.679	6.565	2.950.800
2013	7.000.369.458	402.679	6.498.900	6.516	3.368.685
2014	5.207.000.000	400.467	6.640.393	5.133	5.251.352
2015	5.680.000.000	412.704	6.983.870	5.409	5.619.231

Data Variabel Sumber : BPS dan DPDPK kota Yogyakarta data diolah

Keterangan :

- REK = Pajak Reklame (rupiah)

- PDK = Jumlah Penduduk (orang)

- ID = Jumlah industry (unit)

- PDRB = Produk domestik regional bruto (ADHK tahun 2000 dalam juta rupiah)

- WST = Jumlah wisatawan (jiwa)

Hasil Estimasi Uji MWD (Model Linear)

Dependent Variable: Y
Method: Least Squares
Date: 10/30/17 Time: 23:41
Sample: 2001 2015
Included observations: 15

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1.91E+10	4.54E+09	-4.213662	0.0023
X1	14530.36	6786.374	2.141108	0.0609
X2	1317.273	476.2257	2.766068	0.0219
X3	1662999.	583252.3	2.851252	0.0191
X4	170.4848	386.2837	0.441346	0.6694
Z1	-3.40E+09	2.77E+09	-1.230732	0.2496

R-squared	0.963226	Mean dependent var	3.94E+09
Adjusted R-squared	0.942796	S.D. dependent var	1.93E+09
S.E. of regression	4.61E+08	Akaike info criterion	43.02541
Sum squared resid	1.91E+18	Schwarz criterion	43.30863
Log likelihood	-316.6906	Hannan-Quinn criter.	43.02239
F-statistic	47.14765	Durbin-Watson stat	2.025927
Prob(F-statistic)	0.000003		

Sumber : Hasil olah data eviews 8

Hasil Estimasi Uji MWD (Model Log Linear)

Dependent Variable: LOG(Y)
Method: Least Squares
Date: 10/30/17 Time: 23:41
Sample: 2001 2015
Included observations: 15

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-62.45265	16.74135	-3.730442	0.0047
LOG(X1)	2.130029	1.113312	1.913236	0.0880
LOG(X2)	2.313706	0.527314	4.387723	0.0018
LOG(X3)	2.228590	0.864908	2.576678	0.0299
LOG(X4)	0.123023	0.182475	0.674188	0.5171
Z2	-1.24E-10	2.31E-10	-0.535254	0.6054

R-squared	0.920496	Mean dependent var	21.94673
Adjusted R-squared	0.876327	S.D. dependent var	0.609015
S.E. of regression	0.214173	Akaike info criterion	0.045111
Sum squared resid	0.412831	Schwarz criterion	0.328331
Log likelihood	5.661668	Hannan-Quinn criter.	0.042094
F-statistic	20.84042	Durbin-Watson stat	1.446110
Prob(F-statistic)	0.000105		

Sumber : Hasil olah

Tabel 4.4
Hasil Estimasi Linear Berganda (Model Linear) Setelah Uji MWD

Dependent Variable: Y
Method: Least Squares
Date: 10/30/17 Time: 23:39
Sample: 2001 2015
Included observations: 15

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-2.08E+10	4.45E+09	-4.669773	0.0009
X1	15959.08	6856.262	2.327665	0.0422
X2	1109.093	456.4857	2.429634	0.0355
X3	1931383.	554699.2	3.481856	0.0059
X4	385.8744	353.1154	1.092772	0.3001

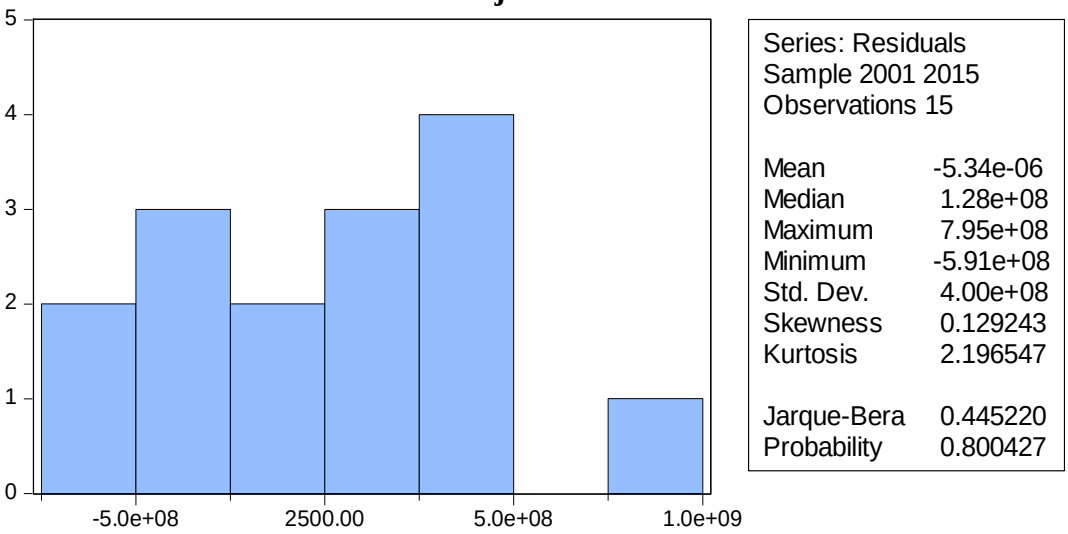
R-squared	0.957037	Mean dependent var	3.94E+09
Adjusted R-squared	0.939852	S.D. dependent var	1.93E+09
S.E. of regression	4.73E+08	Akaike info criterion	43.04762
Sum squared resid	2.24E+18	Schwarz criterion	43.28364
Log likelihood	-317.8572	Hannan-Quinn criter.	43.04511
F-statistic	55.68955	Durbin-Watson stat	1.637397
Prob(F-statistic)	0.000001		

Hasil Uji Multikolinieritas

	X1	X2	X3	X4
X1	1.000000	-0.171073	-0.162024	-0.321638
X2	-0.171073	1.000000	0.116602	0.887272
X3	-0.162024	0.116602	1.000000	-0.224963
X4	-0.321638	0.887272	-0.224963	1.000000

Diolah dari E-Views 8

Hasil Uji Normalitas



Sumber : hasil olah data eviews 8

Hasil Uji Autokerelasi

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

F-statistic	4.625330	Prob. F(2,8)	0.6654
Obs*R-squared	8.043745	Prob. Chi-Square(2)	0.1579

Sumber : hasil olah data eviews 8

Hasil Uji Heterokedastisitas

Heteroskedasticity Test: White

F-statistic	0.624642	Prob. F(4,10)	0.6556
Obs*R-squared	2.998626	Prob. Chi-Square(4)	0.5581
Scaled explained SS	0.797333	Prob. Chi-Square(4)	0.9388

Sumber : hasil olah data eviews 8