

# **ANALISIS PENERIMAAN PAJAK REKLAME DI KOTA SEMARANG TAHUN 1990-2011**



## **SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)  
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

**LINTAN GUPITA PRASEDYAWATI**  
**NIM. C2B008042**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS DIPONEGORO**  
**SEMARANG**  
**2013**

## **PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama Penyusun : Lintan Gupita Prasedyawati  
Nomor Induk Mahasiswa : C2B008042  
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/IESP  
Judul Skripsi : ANALISIS PENERIMAAN  
PAJAK REKLAME KOTA  
SEMARANG  
  
Dosen Pembimbing : Dr. Nugroho SBM, MSP.

Semarang, 16 Januari 2013

Dosen Pembimbing,

(Dr. Nugroho SBM, MSP)  
NIP. 191610506 198703 1002

## PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Lintan Gupita Prasedyawati  
Nomor Induk Mahasiswa : C2B008042  
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/IESP  
Judul Skripsi : ANALISIS PENERIMAAN  
PAJAK REKLAME KOTA  
SEMARANG

**Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 16 Januari 2013**

Tim Penguji :

1. Dr. Nugroho SBM, MSP ( ..... )
2. Dr. Hadi Sasana.,SE,M.Si ( ..... )
3. Achma Hendra S,SE,M.Si ( ..... )

Mengetahui, 16 Januari 2013

Pembantu Dekan I

Anis Chariri, SE., M.Com., Ph.D., Akt.  
NIP. 19670809 199203 1001

## **PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Lintan Gupita P, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: “**ANALISIS PENERIMAAN PAJAK REKLAME KOTA SEMARANG**”, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai tulisan hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 16 Januari 2013

Yang membuat pernyataan,

Lintan Gupita Prasedyawati  
Nim: C2B008042

## **MOTTO**

**HIDUP ADALAH SEMENTARA  
BERBUATLAH APA YANG MENURUTMU ITU BAIK DI MATA  
KAMU DAN ORANG LAIN**

**SUKSES ITU IMPIAN, UNTUK MENCAPAI KESUKSESAN ITU  
BUTUH KERJA KERAS DAN DOA SALAH SATUNYA, SUKSES  
ADALAH HAK KITA**

**Rasa Syukur ku Persembahkan Untuk :**

- **ALLAH SUBHANA WATA'ALA**  
yang telah memberikan jalan  
kemudahan untuk menyelesaikan  
skripsi ini
- **Kedua Orang Tuaku** yang selalu  
memberikan semangat dan Doa  
untuk menyelesaikan Skripsi ini
- **seseorang yang kucintai dan Semua**  
sahabat-sahabatku yang kusayangi.

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to analyze the influence of the number of Inhabitants, the number of industry, and the per capita gross Regional domestic product Advertisement tax revenue as well as to find out how big the Tax Elasticity, the effectiveness of Billboard Billboard Advertisement, the proportion of the tax, and the Tax Revenue against Billboard Correlation Region in the city of Semarang.*

*Statistical testing using multiple linear regression (Multiple Linear Regression Method) with least squares method or Ordinary Least Square (OLS). Testing the elasticity of Tax Elasticity Analysis by Billboard, Advertisement Tax Effectiveness with the analysis of the effectiveness, the proportion of Tax Analysis with Billboard proportions, and for testing the correlation of Advertisement Tax through a t-test.*

*Test results simultaneously indicates that GDP, the number of industry and population simultaneously affect tax revenue Billboard in the city of Semarang. Regression analysis showed that the population of tax effect on Billboard, while other free variables such as number of industry and GDP per capita has no effect and is not significant to the growth of Tax Billboard in the city of Semarang and the results of other analyses such as Elasticity, the effectiveness, the proportion and the correlation of the Advertisement Tax has very close relationship on a PAD, so that if a Billboard Tax rises then the PAD also rose, by contrast Tax Billboard down then the PAD will also go down.*

*Keywords: population, GDP per capita, the number of Industries, and tax Billboard Semarang.*

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Jumlah Penduduk, Jumlah Industri, dan Produk Domestik Regional Bruto Perkapita penerimaan Pajak Reklame serta untuk mengetahui seberapa besar Elastisitas Pajak Reklame, Efektivitas Pajak Reklame, Proporsi Reklame, dan Korelasi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Semarang.

Pengujian statistik menggunakan regresi linear berganda (*Multiple Linier Regression Method*) dengan metode kuadrat terkecil atau *Ordinary Least Square* (OLS). Pengujian Elastisitas Pajak Reklame dengan Analisis Elastisitas, Efektivitas Pajak Reklame dengan Analisis Efektivitas, Proporsi Pajak Reklame dengan Analisis Proporsi, dan untuk pengujian Korelasi Pajak Reklame melalui *t-test*.

Hasil uji secara simultan menunjukkan bahwa PDRB, jumlah industri dan jumlah penduduk secara simultan mempengaruhi penerimaan pajak reklame di Kota Semarang. Analisis regresi menunjukkan bahwa Jumlah Penduduk berpengaruh terhadap pajak reklame, sedangkan variabel bebas lainnya seperti Jumlah Industri dan PDRB Perkapita tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap pertumbuhan Pajak Reklame di Kota Semarang dan hasil analisis lainnya seperti Elastisitas, Efektivitas, Proporsi dan Korelasi yaitu Pajak Reklame sangat mempunyai Hubungan erat pada PAD, sehingga jika Pajak Reklame naik maka PAD juga naik, sebaliknya Pajak Reklame turun maka PAD juga akan turun.

Kata kunci : Jumlah Penduduk, Jumlah Industri, PDRB Perkapita, dan Pajak Reklame Kota Semarang.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas rahmat dan hidayahnya serta bantuan maupun bimbingan dari berbagai pihak akhirnya saya mampu menyelesaikan salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Kesarjanaan pada Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

Bimbingan, dorongan dan bantuan dari para pengajar, rekan-rekan serta ketulusan hati dan keramahan dari banyak pihak, sangat membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini dengan harapan dapat mencapai hasil sebaik mungkin. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini perkenankanlah Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Rasa syukur yang amat dalam dan Terima Kasih Kepada ALLAH SWT atas bimbingan dan kemudahan yang telah Kau berikan kepadaku.
2. Kedua Orang Tuaku Bapak Suparwoto dan Ibu Supartini yang memberi doa, perhatian, dan semangat serta dorongan kepadaku untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Prof. Drs. H. Mohammad Nasir, M.Si, Akt, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
4. Bapak Dr. Nugroho SBM, MSP selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, Tenaga, baik, dan selalu sabar memberikan arahan dan bimbingan serta dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

5. Ibu Evi Yulia Purwanti, SE, M.SI, selaku Koordinator Jurusan Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan.
6. Ibu Nenik Woyanti, SE. M.Si, selaku dosen wali yang banyak memberikan dorongan dan Bimbingan Kepada Penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen, Staf Pengajar Jurusan IESP, Pegawai Tata Usaha, serta Staf Keamanan dan Pegawai Perpustakaan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
8. Kakak-kakakku Nani Suryana, Agus Heryawan, Mey Lucyawati, Dani Lisnawati, Enggar Pradhita, Heri Setyo, dan Pramono Serta keponakanku semua yang kusayangi Terima Kasih Atas dukungan, masukan, dan dorongan untuk saya menyelesaikan skripsi ini.
9. Untuk TEDDY ADHADIKA Terima kasih untuk perhatian, dukungan, Doa, dan Dorongan serta kesabaran untuk saya menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabatku SD SITI KURNIATI Terima Kasih atas Bantuannya, kesabaran, serta bimbingan kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Untuk Fanita Osha Tazkia, Rifqy Sabatini, Katrin Retno dan Fitria Majid Terima Kasih untuk dukungan, masukan, serta dorongan untuk saya menyelesaikan skripsi ini.
12. Buat Temen-temen seangkatan IESP 2008 Haryo Setiaji, Silvianingrum, Ardana Indra, Mahoca Swangga, Dicky Wahyudi,

Rostyadi Artistyan, F.Galuh, Enggar Pradipta, Yudho Dito, B.Riandoko, Niken, Ayula Chandra, Rizka C, Cahyo Trio, Noval Ahmad Huda, Syamsudin, Wahyu Surbakti, Bayu Setyoko, Friska Yuana, Agadhita Nila dan semua Temen-temen IESP ceria 2008 yang tidak bisa saya sebutkan semua, tetapi kalian tetap ada diingatan saya. Terima Kasih untuk Dukungannya serta kebersamaan selama kurang lebih empat Tahun ini.

13. Ibu Asih dan Ibu Hayu Pegawai DPKAD Kota Semarang dan Mas Nanang Pegawai BPS Kota Semarang yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

14. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu dan yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi dan kuliah penulis dari awal sampai akhir.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Kritik dan saran tetap penulis perhatikan demi sempurnanya skripsi ini. Dan semoga dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan semua pihak. Akhirnya penulis ikut mendoakan semoga semua amal kebaikan pihak-pihak sebagaimana tercantum diatas mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT.

Semarang, 16 Januari 2013

Lintan Gupita Prasedyawati  
C2B008042

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL.....	I
HALAMAN PERSETUJUAN.....	II
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	III
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	IV
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	V
<i>ABSTRACT</i> .....	VI
ABSTRAK .....	VII
KATA PENGANTAR .....	VIII
DAFTAR TABEL .....	XIV
DAFTAR GAMBAR .....	XVI
DAFTAR LAMPIRAN .....	XVII
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian .....	14
1.4 Sistematika Penulisan .....	15
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA.....</b>	<b>17</b>
2.1 Landasan Teori Dan Penelitian Terdahulu .....	17
2.1.1 Pengertian Pajak .....	17
2.1.1.1 Tujuan dan Fungsi Pajak .....	18
2.1.1.2 Pengelompokan Pajak .....	21
2.1.1.3 Unsur-Unsur dan Ciri-Ciri Pajak.....	23
2.1.1.4 Sistem Pemungutan Pajak .....	24
2.1.2 Sumber-sumber Pendapatan Asli Daerah .....	25
2.1.2.1 Pajak Daerah.....	26
2.1.2.2 Tolak Ukur Menilai Hasil Pajak Daerah .....	30
2.1.2.3 Intensifikasi dan Ekstensifikasi Pajak Daerah.....	31

2.1.2.4	Asas-asas Pemungutan Pajak .....	32
2.1.3	Pajak Reklame .....	34
2.1.3.1	Pengertian Pajak Reklame.....	34
2.1.3.2	Dasar Hukum Pajak Reklame.....	37
2.1.4	Hubungan Antara Penduduk Dengan Pajak Reklame .....	38
2.1.5	Hubungan Antara Industri Dengan Pajak Reklame .....	39
2.1.6	Hubungan Antara PDRB dengan Pajak Reklame .....	40
2.1.7	Penelitian Terdahulu .....	41
2.2	Kerangka Pemikiran .....	45
2.3	Hipotesis .....	45
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>47</b>
3.1	Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional.....	47
3.1.1	Variabel Dependen .....	47
3.1.2	Variabel Independen.....	47
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	48
3.2.1	Jenis Data.....	48
3.2.2	Sumber Data .....	49
3.3	Metode dan Pengumpulan Data.....	49
3.4	Metode Analisis Data.....	49
3.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda .....	49
3.4.2	Deteksi Penyimpangan Asumsi Klasik.....	50
3.4.3	Uji Statistik .....	53
3.4.4	Elastisitas Pajak Reklame Terhadap PAD .....	58
3.4.5	Efektitas Pajak Reklame .....	59
3.4.6	Analisis Peranan Pajak Reklame Terhadap PAD .....	60
3.4.6.1	Analisis Proporsi .....	60
3.4.6.2	Analisis Koefisien Korelasi .....	61
<b>BAB VI</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>62</b>
4.1	Deskripsi Obyek Penelitian.....	62
4.1.1	Gambaran Umum Kota Semarang.....	62
4.1.2	Kependudukan .....	63

4.1.3 Keadaan Perekonomian .....	65
4.1.4 Perkembangan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame .....	67
4.2 Analisis Data .....	68
4.2.1 Asumsi Klasik.....	68
4.2.1.1 Deteksi Normalitas .....	69
4.2.1.2 Deteksi Autokorelasi .....	69
4.2.1.3 Deteksi Multikolinieritas .....	70
4.2.1.4 Deteksi Heterokedastisitas .....	71
4.2.2 Uji Statistik .....	71
4.2.2.1 Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F) .....	72
4.2.2.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	72
4.2.2.3 Pengujian Signifikansi Individu (Uji t) .....	73
4.3 Interpretasi Hasil Dan Pembahasan .....	74
4.3.1 Interpretasi Hasil Regresi .....	74
4.3.2 Analisis Elastisitas .....	76
4.3.3 Analisis Efektivitas .....	77
4.3.4 Analisis Proporsi.....	79
4.3.5 Analisis Koefisien Korelasi .....	81
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>83</b>
5.1 Kesimpulan .....	83
5.2 Keterbatasan.....	85
5.3 Saran .....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Kontribusi Pajak-pajak Daerah di Kota Semarang .....	6
Tabel 1.2 Kontribusi Pajak Reklame Terhadap PAD di Kota Semarang.....	8
Tabel 1.3 Jumlah Penduduk Kota Semarang.....	11
Tabel 1.4 Jumlah Industri Kota Semarang .....	12
Tabel 1.5 PDRB Harga Berlaku Kota Semarang .....	13
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	43
Tabel 4.1 Pertumbuhan Jumlah Penduduk Kota Semarang .....	64
Tabel 4.2 Luas Wilayah, Jumlah Penduduk dan Kepadatan Penduduk Menurut Kecamatan di Kota Semarang .....	65
Tabel 4.3 Pertumbuhan Jumlah Industri.....	66
Tabel 4.4 Pertumbuhan PDRB Perkapita Kota Semarang .....	67
Tabel 4.5 Perkembangan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Terhadap Pajak Daerah .....	68
Tabel 4.7 Deteksi Normalitas Kolmogorov-Smirnov .....	69
Tabel 4.8 Hasil Deteksi Autokorelasi Dengan Run Test.....	70
Tabel 4.9 Hasil Deteksi Multikolinearitas.....	70
Tabel 4.10 Deteksi Heterokedastisitas .....	71
Tabel 4.11 Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F) .....	72
Tabel 4.12 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	73
Tabel 4.13 Nilai t-Statistic.....	73
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda .....	74
Tabel 4.15 Elastisitas Pajak Reklame Terhadap PAD .....	77

Tabel 4.16 Efektivitas Pajak Reklame Kota Semarang.....	78
Tabel 4.17 Proporsi Pajak Reklame Terhadap PAD .....	80
Tabel 4.18 Koefisien Korelasi Pajak Reklame dengan Pendapatan Asli Daerah.....	81

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian .....	45
Gambar 3.1 Hipotesis Secara Simultan Uji F.....	55
Gambar 3.2 Pengujian Hipotesis Secara Searah .....	57

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran A    Data Hasil Tabulasi .....	92
Lampiran B    Hasil Regresi Utama .....	94
Lampiran C    Deteksi Penyimpangan Asumsi Klasik .....	95

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Pembangunan merupakan suatu proses yang berkesinambungan yang mencakup segala bidang yang ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat (Rusyadi, 2005). Pemerintah daerahlah yang berwenang untuk mengurus daerahnya masing-masing dalam upaya mempercepat pembangunan tersebut.

Pemberian kewenangan kepada daerah itu sendiri sebagai imbas diberlakukannya Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah yang sekarang menjadi Undang-Undang Nomor 32 tahun 2004 dan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1999 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah yang sekarang menjadi Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004.

Karya Satya Azhar (2008) menjelaskan bahwa krisis ekonomi yang melanda Indonesia pada awal tahun 1996 dan mencapai puncaknya pada tahun 1997 mendorong keinginan kuat dari pemerintah pusat untuk melepaskan sebagian wewenang pengelolaan keuangan kepada daerah dan diharapkan daerah dapat membiayai kegiatan pembangunan dan pelayanan masyarakat atas dasar kemampuan keuangan sendiri. Dengan kata lain, penurunan penerimaan negara secara simultan telah mendorong timbulnya inisiatif pemberian status otonomi kepada daerah otonom sebagaimana diatur dalam UU No.5 Tahun 1974 sebagai sebutan bagi Pemerintah Provinsi Kabupaten/ Kota di era sebelum otonomi daerah.

Otonomi daerah tersebut diarahkan untuk mempercepat terwujudnya kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan pelayanan, pemberdayaan dan peran serta masyarakat. Disamping itu melalui otonomi luas, daerah diharapkan mampu meningkatkan daya saing dengan memperhatikan prinsip demokrasi, pemerataan, keadilan, keistimewaan dan kekhususan serta potensi dan keanekaragaman daerah. Dalam rangka meningkatkan efisiensi dan efektivitas penyelenggaraan otonomi daerah maka otonomi ini dititikberatkan pada daerah kabupaten/kota karena daerah kabupaten/kota berhubungan langsung dengan masyarakat (Sasongko, 2009).

Dalam pelaksanaan otonomi daerah tersebut tidak hanya kesiapan aparat pemerintah daerah saja, tetapi juga masyarakat untuk mendukung dengan pemanfaatan sumber-sumber daya secara optimal pembangunan daerah harus sesuai dengan kondisi potensi serta aspirasi masyarakat yang tumbuh dan berkembang. Apabila pelaksanaan prioritas pembangunan daerah kurang sesuai dengan potensi yang dimiliki oleh masing-masing daerah, maka pemanfaatan sumber daya yang ada akan menjadi kurang optimal. Keadaan tersebut dapat mengakibatkan lambatnya proses pertumbuhan ekonomi daerah yang bersangkutan.

Peranan pemerintah daerah dalam menggali dan mengembangkan berbagai potensi daerah sebagai sumber penerimaan daerah akan sangat menentukan keberhasilan pelaksanaan tugas pemerintahan, pembangunan dan pelayanan masyarakat di daerah (Purnomo, 2009).

Pemerintah daerah diharapkan juga mampu melakukan kinerja positif dengan menetapkan kebijakan – kebijakan yang tepat sasaran dalam upaya mencegah pelemahan perekonomian Jawa Tengah lebih lanjut dan untuk mendorong struktur pertumbuhan ekonomi kabupaten/ kota di Jawa Tengah yang lebih seimbang melalui penganggaran. Kemampuan Pemerintah Daerah dalam mengelola keuangannya dituangkan dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) yang menggambarkan kemampuan Pemerintah Daerah dalam membiayai kegiatan pelaksanaan tugas pembangunan dan bentuk pertanggungjawaban dalam penyelenggaraan otonomi daerah (Sasongko, 2009).

Undang-Undang No. 32 tahun 2004 tentang Program Pembangunan Nasional, menegaskan bahwa program penataan pengelolaan keuangan daerah secara profesional, efisien, transparan, dan bertanggung jawab. Sasaran yang ingin dicapai adalah semakin meningkatnya proporsi Pendapatan Asli Daerah (PAD) secara signifikan dalam pembiayaan bagi kegiatan pelayanan masyarakat dan pembangunan.

Berdasarkan Undang-Undang RI No. 32 Tahun 2004 pasal 157 tentang Pemerintah Daerah, sumber pendapatan tetap yang digunakan untuk membiayai berbagai kegiatan Daerah Otonom terdiri dari:

1. Pendapatan Asli Daerah
2. Dana Perimbangan
3. Lain-lain Pendapatan Yang Sah

Peran Pendapatan Asli Daerah (PAD) sangat penting sebagai sumber pembiayaan pemerintah daerah karena merupakan tolak ukur dalam pelaksanaan

otonomi daerah, dimana proporsi PAD terhadap total penerimaan merupakan indikasi “Derajat Kemandirian” keuangan suatu pemerintah daerah. Sumber-sumber PAD sebenarnya sangatlah diharapkan dapat menjadi salah satu solusi bagi pendanaan daerah dan diharapkan dapat menjadi penyangga utama dalam membiayai kegiatan-kegiatan daerahnya. Semakin banyak kebutuhan daerah yang dapat dibiayai dengan PAD, maka akan semakin tinggi kualitas otonominya.(Dini, 2010)

Kota Semarang merupakan ibu kota Provinsi Jawa Tengah yang telah tumbuh menjadi kota metropolitan. Guna meningkatkan kemampuan dalam bidang pendanaan untuk kegiatan daerahnya sendiri, baik untuk penyelenggaraan pemerintahan maupun untuk pelayanan kepada publik, pemerintah berusaha meningkatkan PAD melalui pajak daerah. Program Pemerintah Kota Semarang sendiri yang telah dilaksanakan dengan adanya “Semarang Setara” pada Tahun 2010 sebagai upaya pemerintah dalam menggali dan menumbuh kembangkan potensi daerah. Memacu kembali gairah perekonomian daerah yang sempat lesu melalui diskon besar-besaran pada tempat-tempat perbelanjaan, hotel, dan restoran.

Salah satu komponen Pendapatan Asli Daerah yang mempunyai kontribusi dan potensi terbesar di Kota Semarang adalah pajak daerah. Pajak Daerah merupakan sumber pendapatan yang dapat dikembangkan berdasarkan peraturan-peraturan pajak yang diterapkan oleh daerah untuk kepentingan pembiayaan rumah tangga pemerintah daerah tersebut (Sofian, 1997).

Secara umum pajak adalah pungutan dari masyarakat oleh Negara (Pemerintah) berdasarkan Undang-Undang yang bersifat dapat dipaksakan dan terutang oleh yang wajib membayarnya dengan tidak mendapat prestasi kembali (kontraprestasi/balas jasa) secara langsung, yang hasilnya digunakan untuk membiayai pengeluaran. Beberapa macam pajak yang dipungut oleh pemerintah Kota Semarang diantaranya yaitu pajak reklame, pajak restoran dan pajak hotel, pajak hiburan, pajak penerangan jalan, pajak pengambilan bahan galian golongan C, pajak pemanfaatan air bawah tanah dan air permukaan dan pajak parkir. Kontribusi dari masing-masing Pajak Daerah di Kota Semarang, disajikan dalam Tabel 1.1

**Tabel 1.1**  
**Kontribusi Pajak-pajak Daerah di Kota Semarang**  
**Tahun 1990-2011**

Tahun	Pajak Reklame (Rp)	%	Pajak Hotel dan Restoran (Rp)	%	Pajak Hiburan (Rp)	%	Pajak Penerangan Jalan (Rp)	%	Pajak Bahan Galian Golongan C (Rp)	%	Pajak Air Bawah Tanah & Air Permukaan (Rp)	%	Pajak Parkir (Rp)	%	Jumlah Pajak Daerah (Rp)
	(Dalam Ribuan)		(Dalam Ribuan)		(Dalam Ribuan)		(Dalam Ribuan)		(Dalam Ribuan)		(Dalam Ribuan)		(Dalam Ribuan)		(Dalam Ribuan)
1990	486.302	6.44	2.513.763	6.44	1.496.857	19.81	3.058.545	40.5	-	-	-	-	-	-	7.555.467
1991	713.492	8.39	2.952.489	8.39	1.525.708	17.94	3.311.414	38.9	-	-	-	-	-	-	8.503.103
1992	727.963	7.95	3.333.375	7.95	1.660.989	18.14	3.433.622	37.5	-	-	-	-	-	-	9.155.949
1993	703.905	5.00	4.996.598	5.00	1.774.866	12.61	6.604.213	46.9	-	-	-	-	-	-	14.079.582
1994	1.012.792	6.18	5.934.913	6.18	1.940.784	11.84	7.507.404	45.8	-	-	-	-	-	-	16.395.893
1995	1.257.891	7.01	6.219.198	7.01	1.996.732	11.13	8.471.581	47.2	-	-	-	-	-	-	17.945.402
1996	1.215.870	6.10	7.850.214	6.10	1.306.838	6.56	9.546.489	47.9	-	-	-	-	-	-	19.919.411
1997	1.507.531	6.50	8.618.925	6.50	2.246.541	9.69	10.807.103	46.6	-	-	-	-	-	-	23.180.100
1998	2.079.539	6.53	12.817.134	6.53	2.023.700	6.35	14.949.880	46.9	-	-	1.073.540	3.37	-	-	31.870.253
1999	1.810.945	5.85	12.180.309	5.85	2.023.700	6.54	14.949.880	48.3	2.491	0.01	1.073.542	3.47	-	-	30.964.834
2000	1.366.478	4.77	11.367.134	4.77	1.638.296	5.71	14.305.285	49.9	2.763	0.01	1.258.318	4.39	-	-	28.677.193
2001	2.517.341	5.31	18.378.722	5.31	2.230.346	4.70	24.305.299	51.2	30.091	0.06	1.617.571	3.41	-	-	47.431.708
2002	3.871.338	5.94	22.669.606	5.94	3.015.180	4.62	35.645.447	54.7	74.004	0.11	-	-	1.228.140	1.88	65.201.571
2003	7.984.782	9.88	26.348.452	9.88	3.575.450	4.42	42.914.886	53.1	80.820	0.10	-	-	1.572.090	1.95	80.823.570
2004	9.754.020	10.57	28.327.129	10.57	3.635.118	3.94	50.549.488	54.8	80.207	0.09	-	-	1.828.227	1.98	92.265.755
2005	9.969.447	10.68	29.183.000	10.68	3.635.000	3.89	50.550.000	54.2	80.207	0.09	-	-	2.134.000	2.29	93.337.447
2006	10.406.369	9.28	36.369.789	9.28	4.835.539	4.31	60.531.918	54	92.493	0.08	-	-	2.252.622	2.01	112.143.615
2007	12.344.883	9.80	39.217.077	9.80	4.564.083	3.62	69.868.590	55.5	80.506	0.06	-	-	2.414.309	1.92	125.994.633
2008	16.824.197	11.95	43.278.484	11.95	4.084.858	2.90	76.554.422	54.4	112.046	0.08	-	-	2.564.243	1.82	140.741.961
2009	16.063.853	10.60	47.812.014	10.60	4.933.660	3.25	82.777.590	54.6	100.156	0.07	-	-	-	-	151.587.117
2010	15.498.917	9.78	50.717.694	9.78	6.253.101	3.95	85.985.074	54.3	48.337	0.03	-	-	-	-	158.454.786
2011	17.522.424	8.80	67.069.351	8.80	8.867.483	4.45	105.753.489	53.1	-	-	-	1.63	-	-	199.212.747
	136.126.581		488.155.370		69.264.829		782.381.619		784.121		5.022.971		13.993.631		1.475.442.097

Sumber : DPKAD Kota Semarang

Terdapat satu jenis pajak yang menarik dari semua pajak yang dikelola oleh Pemerintah Kota Semarang, yaitu pajak reklame. Pada Tabel 1.1 terlihat bahwa Pajak Reklame merupakan pajak daerah terbesar ketiga setelah pajak penerangan jalan dan pajak hotel dan restoran. Walaupun jumlah penerimaan pajak reklame cenderung meningkat namun kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah berfluktuatif. Penerimaan pajak reklame tertinggi terjadi pada tahun anggaran 2008 sebesar 11,95 persen. Penerimaan terkecil terjadi pada tahun anggaran 2000 sebesar 4,77 persen.

Kota Semarang sebagai kota pusat pemerintahan dan sekaligus sebagai kota industri maka prospek Pajak Reklame cukup potensial untuk waktu yang akan datang. Dalam ilmu marketing ada bauran pemasaran yang dipakai sebagai instrumen 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 (Sofian, 1997).

Bila dilihat dari kontribusinya bagi Pajak Daerah, Pajak Reklame sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah yang berpotensi dan dapat dilakukan pemungutan secara efisien, efektif, dan ekonomis sehingga dapat lebih berperan dalam usaha peningkatan Pendapatan Asli Daerah di Kota Semarang. Menurut Marihot P. Siahaan dan Ahmad Sofyan (2005), pemasukan dari pajak reklame didapat dari nilai sewa reklame yang dipasang dengan tarif sewa reklame berdasarkan dari lokasi pemasangan reklame, lamanya pemasangan reklame, dan jenis ukuran reklame. Pihak-pihak yang menggunakan jasa reklame dari bidang

pendidikan, industri, perhotelan, hiburan, bank-bank dan lembaga keuangan, transportasi, komunikasi dan pihak pemerintah.

Pajak Reklame adalah pungutan yang dikenakan terhadap penyelenggaraan reklame (Marihhot 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.

**Tabel 1.2**  
**Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Penerimaan Pendapatan Asli Daerah**  
**Kota Semarang Tahun 1990 – 2011**  
**(Dalam Ribuan)**

Tahun	Pajak Daerah(Rp)	Realisasi Pajak Reklame(Rp)	Kontribusi %
1990	755.5467	486.302	6.44
1991	850.3103	713.492	8.39
1992	9.155.949	727.963	7.95
1993	14.079.582	703.905	5.00
1994	16.395.893	1.012.792	6.18
1995	17.945.402	1.257.891	7.01
1996	19.919.411	1.215.870	6.10
1997	23.180.100	1.507.531	6.50
1998	31.870.253	2.079.539	6.53
1999	30.964.834	1.810.945	5.85
2000	28.677.193	1.366.478	4.77
2001	47.431.708	2.517.341	5.31
2002	65.201.571	3.871.338	5.94
2003	80.823.570	7.984.782	9.88
2004	92.265.755	9.754.020	10.57
2005	93.337.447	9.968.447	10.68
2006	112.143.615	10.406.369	9.28
2007	125.994.633	12.344.883	9.80
2008	140.741.961	16.824.197	11.95
2009	151.587.117	16.063.853	10.60
2010	158.454.786	15.498.917	9.78
2011	199.212.747	17.522.424	8.80

Sumber : Data DPKAD Kota Semarang

Tabel 1.2 menggambarkan kontribusi pajak reklame sebagai salah satu komponen pajak daerah yang merupakan sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD). Dimana kontribusi pajak reklame berfluktuasi setiap tahunnya.

Penelitian terdahulu yang menganalisis pajak secara umum dan pajak daerah secara khusus juga memasukan pertumbuhan ekonomi sebagai pengaruh. Kondisi perekonomian yang baik akan menciptakan tingkat kesejahteraan sosial yang lebih bagus serta meningkatkan pendapatan perkapita masyarakat. Sutrisno (2002) dalam penelitiannya membuktikan bahwa jumlah penduduk, jumlah industri, dan petugas pajak berpengaruh terhadap penerimaan Pajak Reklame.

Berdasarkan PP 65/2001, pajak reklame dikenakan atas nilai sewa reklame sehingga besar kecilnya nilai sewa reklame tergantung seberapa banyak orang pribadi atau badan yang memasang reklame. Minat untuk memasang reklame antara lain ditentukan oleh seberapa besar kepentingan orang/badan untuk berkepentingan dengan pemasangan produk barang atau jasa. Pihak yang paling berkepentingan dengan pemasangan reklame adalah produsen barang dan jasa yang merupakan objek pajak. Dengan demikian dasar pengenaan pajaknya dapat didekati dengan seberapa banyak produsen barang dan jasa yang ada, walaupun tidak semua produsen memasang reklame (Sutrisno, 2000). Dari beberapa pendapat tentang faktor yang mempengaruhi peningkatan penerimaan Pajak Daerah diambil beberapa faktor yang diduga akan berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Semarang yaitu jumlah penduduk, jumlah perusahaan dan PDRB.

Sofian (1997) dalam penelitiannya membuktikan bahwa jumlah penduduk berpengaruh terhadap jumlah Penerimaan Pajak Reklame. Pertumbuhan penduduk dan angkatan kerja dianggap sebagai salah satu faktor yang 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).

Jumlah penduduk Kota Semarang dalam 5 tahun terakhir selalu mengalami peningkatan, pada tahun 2007-2011 pertumbuhan penduduk Kota Semarang mengalami kenaikan setiap tahunnya. Pada tahun 2010 pertumbuhannya sebesar 1,36. Jumlah penduduk Kota Semarang pada tahun 2007 tercatat sebesar 1.453.549 jiwa, pada tahun 2008 jumlah penduduk 1.480.630 jiwa, pada tahun 2009 jumlah penduduk 1.505.909, pada tahun 2010 jumlah penduduk menjadi 1.526.398, dan pada tahun 2011 sebesar 1.543.557. Maka, terlihat jelas bahwa penduduk Kota Semarang tiap tahunnya mengalami peningkatan seperti yang terlihat pada Tabel 1.3.

**Tabel 1.3**  
**Jumlah Penduduk Kota Semarang**

Tahun	Jumlah Penduduk	Pertumbuhan
2007	1.453.549	1.44
2008	1.480.630	1.86
2009	1.505.909	1.71
2010	1.526.398	1.36
2011	1.543.557	1.12

*Sumber BPS kota Semarang*

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 Kota Semarang. Jumlah industri merupakan salah satu faktor positif pemicu pertumbuhan ekonomi. Penilaian tersebut sesuai dengan penilaian yang dilakukan oleh Devas, dkk (1989), bahwa sebagian besar pemerintah daerah tingkat II (sekarang Kabupaten/Kota) menarik pajak atas benda papan reklame di daerah. Pajak ini cocok untuk sumber penerimaan daerah, karena tempat objek pajak dapat mudah diketahui.

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 (Sofian, 1997).

Jumlah industri di Kota Semarang dalam 5 tahun terakhir selalu mengalami peningkatan, pada tahun 2007 pertumbuhan industri di Kota Semarang tercatat sebesar -6,7% namun pada tahun 2008 pertumbuhan industri di Kota Semarang sempat mengalami kenaikan hingga -12,5%. Pada tahun 2009 jumlah industri di Kota Semarang tercatat sebesar 341 dan pada tahun 2010-2011 jumlah industri menjadi 314 dan 314 maka terlihat jelas bahwa industri di Kota Semarang tiap tahunnya mengalami peningkatan seperti yang terlihat pada Tabel 1.4.

**Tabel 1.4**  
**Jumlah Perusahaan Kota Semarang**

Tahun	Jumlah industri	Pertumbuhan
2007	431	-6.71
2008	377	-12.53
2009	341	-9.55
2010	314	-7.92
2011	314	0.00

*Sumber : BPS Kota Semarang*

PDRB merupakan jumlah nilai tambah yang dihasilkan oleh seluruh usaha dalam suatu wilayah, atau merupakan jumlah seluruh nilai barang dan jasa akhir yang dihasilkan oleh BPS terhadap suatu daerah (BPS, 2003). Salah satu faktor penting untuk mengetahui 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 maka akan semakin tinggi pula kemampuan seseorang untuk membayar berbagai pungutan yang ditetapkan pemerintah, sehingga semakin tinggi pula kemampuan

masyarakat daerah tersebut untuk membayar Pajak Daerah yang digunakan untuk membiayai pengeluaran rutin dan pengeluaran pembangunan pemerintah (Mardiasmo, 1995).

Sedangkan PDRB harga berlaku adalah salah satu indikator untuk mengukur kesejahteraan rakyat di suatu wilayah tertentu. Karena pajak reklame merupakan salah satu dari pajak daerah maka akan semakin tinggi PDRB maka semakin tinggi penerimaan Pajak Daerah pada umumnya dan Pajak Reklame pada khususnya.

Pada tahun 2007 pertumbuhan PDRB Harga berlaku di Kota Semarang sebesar 5,0%. Pada tahun 2008 pertumbuhan PDRB Harga berlaku di Kota Semarang pada tahun 2009 yaitu -7,5% pertumbuhan PDRB pada tahun 2010 yaitu 4,7% sedangkan pada tahun 2011 mengalami kenaikan menjadi 80,8%. Pertumbuhan perkapita di Kota Semarang tiap tahunnya dapat dilihat pada Tabel 1.5.

**Tabel 1.5**  
**PDRB Perkapita Kota Semarang**

Tahun	Jumlah PDRB	Pertumbuhan
2007	12.651.241	5.0%
2008	12.990.524	2.7%
2009	12.017.274	-7.5%
2010	12.576.619	4.7%
2011	22.736.136	80.8%

*Sumber BPS Kota Semarang*

## 1.2. Rumusan Masalah

Pemerintah Kota Semarang 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 (Dini 2010).

Kenyataan masalah dalam penelitian ini adalah sumber pajak reklame yang masih kecil terhadap PAD. Perekonomian lesu salah satunya dipicu karena realisasi pajak reklame yang cukup rendah. Kecilnya subjek karena belum efektif dan efisien pemungutannya dan juga belum diketahui potensi sesungguhnya. Hal tersebut dirumuskan dengan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pengaruh PDRB, jumlah industri, dan penduduk terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Semarang.
2. Berapa elastisitas penerimaan pajak reklame di Kota Semarang.
3. Bagaimana efektivitas penerimaan pajak reklame di Kota Semarang.
4. Bagaimana peranan pajak reklame dalam PAD di Kota Semarang.

### **1.3. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian**

Untuk mengetahui kontribusi pajak reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah di Kota Semarang adalah:

1. Menganalisis faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame di Kota Semarang.
2. Menganalisis efektivitas administrasi penerimaan pajak reklame di Kota Semarang.

3. Menganalisis elastisitas peranan pajak reklame terhadap PAD Kota Semarang.
4. Menganalisis besarnya peranan pajak reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah di Kota Semarang.

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai:

1. Tambahan pengetahuan terutama bagi penulis mengenai ilmu keuangan daerah.
2. Referensi bagi mahasiswa lain yang ingin meneliti lebih jauh tentang keuangan daerah.
3. Bahan pertimbangan dan masukan mengenai kebijakan-kebijakan yang berhubungan dengan keuangan daerah bagi instansi pemerintah yang terkait.

#### **1.4 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran penelitian yang lebih jelas dan sistematis sebagai berikut:

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini memuat uraian tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

##### **Bab II TELAAH PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis dari penelitian ini.

##### **Bab III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan Metode Penelitian yang memuat variabel penelitian, definisi operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis yang digunakan.

**Bab IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang hasil dan pembahasan yang menguraikan di skripsi objek penelitian, analisis data dan pembahasan hasil penelitian yang dilakukan.

**Bab V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menguraikan penutup yang membahas kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan sebelumnya, keterbatasan penelitian dan saran kepada pihak yang berkepentingan terhadap hasil penelitian

## **BAB II**

### **TELAAH PUSTAKA**

#### **2.1. Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu**

Dalam Sub bab landasan teori akan diuraikan tentang pengertian pajak, tujuan dan fungsi pajak, pengelompokan pajak, unsur-unsur dan ciri-ciri pajak, sistem pemungutan pajak, sumber-sumber Pendapatan Asli Daerah, tolak ukur untuk menilai hasil Pajak Daerah, intensifikasi dan ekstensifikasi Pajak Daerah, pengertian pajak reklame, dasar hukum pajak reklame, hubungan antar penduduk dengan pajak reklame, hubungan antara industri dengan pajak reklame, serta hubungan antara PDRB dengan pajak reklame.

##### **2.1.1 Pengertian Pajak**

Tentang pengertian pajak, ada beberapa pendapat dari para ahli. Menurut Usman dan K Subroto (1980) pajak merupakan pungutan yang dilakukan oleh pemerintah berdasarkan peraturan perundang-undangan yang hasilnya digunakan untuk pembiayaan pengeluaran umum pemerintah yang balas jasanya tidak secara langsung diberikan pada pembayaran sedangkan pelaksanaannya dimana perlu dapat dipaksakan.

Pajak menurut kamus besar Bahasa Indonesia adalah pungutan wajib, biasanya berupa uang yang harus dibayar oleh penduduk sebagai sumbangan wajib kepada negara atau pemerintah sehubungan dengan pendapatan, pemilikan, harga beli barang dan sebagainya. Pajak adalah iuran kepada negara (yang dapat dipaksakan) yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan, dengan tidak mendapat prestasi kembali, yang langsung dapat ditunjuk,

dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran–pengeluaran umum berhubungan dengan tugas negara yang menyelenggarakan pemerintahan (Brotodihardjo, 1991).

Pajak juga dapat dipandang dari berbagai aspek. Dari sudut pandang ekonomi, pajak merupakan penerimaan negara yang digunakan untuk mengarahkan kehidupan masyarakat menuju kesejahteraan. Pajak juga sebagai motor penggerak ekonomi masyarakat. Dari sudut pandang hukum, pajak merupakan masalah keuangan negara, sehingga diperlukan peraturan-peraturan yang digunakan pemerintah untuk mengatur masalah keuangan negara tersebut. Dari sudut pandang keuangan, pajak dipandang bagian yang sangat penting dalam penerimaan negara. Dari sudut pandang sosiologi ini pajak ditinjau dari segi masyarakat yaitu yang menyangkut akibat/dampak terhadap masyarakat atas pungutan dan hasil apakah yang dapat disampaikan pada masyarakat sendiri (Waluyo dan Wirawan, 2003).

Dari beberapa definisi tentang pajak tersebut, dapat disimpulkan bahwa pajak adalah peralihan kekayaan dari pihak rakyat kepada kas negara untuk membiayai pengeluaran rutin dan surplusnya digunakan untuk *public saving* yang merupakan sumber utama untuk membiayai investasi publik.

#### **2.1.1.1 Tujuan dan Fungsi Pajak**

Secara umum tujuan yang dapat dicapai dari diberlakukannya pajak adalah untuk mencapai kondisi meningkatnya ekonomi suatu negara yaitu (1) untuk membatasi konsumsi dan dengan demikian mentransfer sumber dari konsumsi ke investasi. (2) untuk mendorong tabungan dan menanam modal. (3) untuk

mentransfer sumber dari tangan masyarakat ke tangan pemerintah sehingga memungkinkan adanya investasi sumber dari tangan masyarakat ke tangan pemerintah sehingga memungkinkan adanya investasi pemerintah. (4) untuk memodifikasi pola investasi. (5) untuk mengurangi ketimpangan ekonomi dan (6) untuk memobilisasi surplus ekonomi (Nurkse, 1971) dalam (Muchlis, 2002).

Untuk mencapai tujuan, pemerintah perlu memegang asas-asas pemungutan dalam memilih alternatif pemungutannya, sehingga didapat keserasian pemungutan pajak dengan tujuan dan asas yang masih diperlukan. Asas-asas pemungutan pajak yang baik sebagaimana dikemukakan oleh Adam Smith (Suparmoko, 1986) didasarkan pada:

1. Prinsip kesamaan / keadilan (*equity*)

Beban pajak harus sesuai dengan kemampuan relatif dari setiap wajib pajak. Artinya orang yang penghasilannya sama harus dikenakan pajak yang sama.

2. Prinsip kepastian (*certainty*)

Pajak dikenakan berdasarkan kepastian hukum yang bersifat tegas, jelas dan pasti bagi wajib pajak maupun aparat perpajakan.

3. Prinsip kecocokan / kelayakan (*convenience*)

Pajak hendaknya dikenakan pada saat wajib pajak merasa senang hati membayarkannya kepada pemerintah karena pajak yang dibayarnya layak dan tidak memberatkan, misalnya pada saat mempunyai uang.

4. Prinsip Ekonomi (*economy*)

Dalam memungut pajak, hendaknya tidak menimbulkan biaya yang lebih besar dari pada jumlah penerimaan pajaknya.

Dengan demikian dapat diketahui bahwa pada dasarnya pajak diorientasikan kepada kesenangan dan pelaksanaan yang tidak memberatkan bagi masyarakat dan kepastian hukum sehingga dengan hal tersebut tidak menjadikan masyarakat secara sadar dan sukarela untuk membayar jumlah pajak yang terhutang. Fungsi pajak menurut Mardiasmo (2000) dalam bukunya yang berjudul “Perpajakan” adalah sebagai berikut :

(a) Fungsi *Budgetair*

Pemungutan pajak bertujuan untuk memasukkan uang sebanyak-banyaknya ke dalam kas negara yang pada waktunya akan digunakan oleh pemerintah untuk membiayai pengeluaran negara baik untuk pengeluaran rutin dalam melaksanakan mekanisme pemerintahan maupun pengeluaran untuk membiayai pembangunan.

(b) Fungsi Mengatur

Pada lapangan perekonomian, pengaturan pajak memberikan dorongan kepada pengusaha untuk memperbesar produksinya, dapat juga memberikan keringanan atau pembebasan pajak pada para penabung dengan maksud menarik uang dari masyarakat dan menyalurkannya antara lain ke sektor produktif. Dengan adanya industri baru maka dapat menampung tenaga kerja yang lebih banyak, sehingga pengangguran berkurang dan pemerataan pendapatan akan dapat terlaksana untuk mencapai keadilan sosial ekonomi dalam masyarakat.

Berdasarkan kedua jenis fungsi pajak tersebut diatas, dapat dipahami atau dimengerti bahwa fungsi *budgeter* pajak dikaitkan dengan anggaran pendapatan

dan belanja negara umumnya dan anggaran pendapatan daerah pada khususnya yang dimaksud untuk mengisi kas negara atau daerah sebanyak-banyaknya dalam rangka pembiayaan pengeluaran rutin pemerintah pusat atau daerah.

### **2.1.1.2 Pengelompokan Pajak**

Menurut (S. Munawir, 2000) dalam hukum pajak terdapat berbagai pembedaan jenis-jenis pajak yang terbagi dalam golongan-golongan besar. Pembedaan dan pengelompokan ini mempunyai fungsi yang berlainan pula. Berikut adalah penggolongan pajak:

1. Pengelompokan Pajak Menurut Golongannya Dibedakan menjadi dua yaitu:
  - a. Pajak Langsung adalah pajak yang bebannya harus dipikul sendiri oleh wajib pajak yang bersangkutan, tidak boleh dilimpahkan kepada orang lain, atau menurut pengertian administratif pajak yang dikenakan secara periodik atau berkala dengan menggunakan kohir. Kohir adalah surat ketetapan pajak dimana wajib pajak tercatat sebagai pembayar pajak dengan jumlah pajaknya yang terhutang, yang merupakan dasar dari penagihan. Misalnya: Pajak Penghasilan.
  - b. Pajak Tidak Langsung adalah pajak yang oleh si penanggung dapat dilimpahkan kepada orang lain, atau menurut pengertian administratif pajak yang dapat dipungut tidak dengan kohir dan pengenaannya tidak secara langsung periodik tergantung ada tidaknya peristiwa atau hal yang menyebabkan dikenakannya pajak, misalnya: Pajak Penjualan, Pajak Pertambahan Nilai Barang dan Jasa.
2. Pengelompokan Pajak Menurut Sifatnya Dibedakan menjadi dua yaitu:

a. Pajak Subjektif

adalah wajib pajak yang memperhatikan pribadi wajib pajak, pemungutannya berpengaruh pada subjeknya, keadaan pribadi wajib pajak dapat mempengaruhi besar kecilnya pajak yang harus dibayar. Misalnya: Pajak Penghasilan.

b. Pajak Objektif

Adalah pajak yang tidak memperhatikan wajib pajak, tidak memandang siapa pemilik atau keadaan wajib pajak, yang dikenakan atas objeknya. Misalnya: Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah.

3. Pengelompokan Pajak Menurut Lembaga Pemungutnya dibedakan menjadi dua yaitu:

a. Pajak Pusat atau Negara adalah pajak yang dipungut oleh Pemerintah Pusat yang penyelenggaraannya di daerah dilakukan oleh inspeksi pajak setempat dan hasilnya digunakan untuk pembiayaan rumah tangga negara pada umumnya, yang termasuk dalam pajak yang dipungut oleh Pemerintah Pusat adalah:

1. Pajak yang dikelola oleh inspektorat jenderal pajak, misalnya: Pajak Penghasilan, pajak kekayaan, pajak pertambahan nilai barang dan jasa, pajak penjualan barang mewah, bea materai, IPEDA, bea lelang.
2. Pajak yang dikelola direktorat moneter, misalnya : pajak minyak bumi.
3. Pajak yang dikelola direktorat jenderal bea cukai, misalnya : bea masuk, pajak ekspor.

b. Pajak Daerah

Adalah pajak yang dipungut oleh Daerah berdasarkan peraturan-peraturan pajak yang ditetapkan oleh Daerah untuk kepentingan pembiayaan rumah tangga di daerahnya, misalnya : pajak radio, pajak tontonan.

Dilihat dari sifatnya dan lembaga pemungutnya, Pajak Reklame termasuk pajak yang bersifat obyektif dan merupakan pajak daerah. Argumennya adalah karena obyek pajaknya, penyelenggaraan reklame dan lokasi reklame berada di daerah yang bersangkutan. Orang yang menyelenggarakan reklame secara jelas mengambil keuntungan darinya dan eksternalitas yang mungkin timbul secara jelas mengenai lingkungan sosial dalam alam di wilayah daerah tersebut.

### **2.1.1.3 Unsur-unsur dan Ciri-ciri Pajak**

Unsur adalah sesuatu yang harus ada supaya sesuatu itu ada. Maka dapat disebutkan unsur-unsur pajak adalah (Soemitro, 1990):

1. Adanya penguasaan pemungut pajak
2. Adanya subjek pajak
3. Adanya objek pajak
4. Adanya masyarakat atau kepentingan umum
5. Adanya surat ketetapan pajak (SKP)
6. Adanya Undang-Undang pajak yang mendasari

Ciri adalah apa yang tampak dari luar kepada kita melalui panca indera.

Ciri-ciri yang melekat pada pajak (Tjahjono dan Husein, 2000):

1. Pajak dipungut oleh negara (pemerintah pusat maupun pemerintah daerah), berdasarkan kekuatan undang-undang serta aturan pelaksanaannya.
2. Dalam pembayaran pajak-pajak tidak dapat ditunjukkan adanya kontra prestasi individu oleh pemerintah atau tidak ada hubungan langsung antara jumlah pembayaran pajak dengan kontra prestasi secara individu.
3. Penyelenggaraan pemerintah secara umum merupakan kontra prestasi dari negara.
4. Pajak diperuntukan bagi pengeluaran–pengeluaran pemerintah, yang bila dari pemasukannya surplus, dipergunakan untuk membiayai *public investment*.
5. Pajak dipungut disebabkan adanya suatu keadaan, kejadian dan perbuatan memberikan kedudukan tertentu pada seseorang.
6. Pajak dapat pula mempunyai tujuan yang tidak budgeter yaitu mengatur.

#### **2.1.1.4 Sistem Pemungutan Pajak**

Menurut (Waluyo dan Wirawan, 1999) sistem pemungutan pajak dapat dibagi menjadi tiga yaitu :

1. *Withholding System*

adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberikan wewenang kepada pihak ketiga (bukan fiskus dan bukan wajib pajak yang bersangkutan) untuk menentukan besarnya pajak terutang oleh wajib pajak. Ciriya adalah wewenang untuk menentukan besarnya pajak yang terutang ada pada pihak yang ketiga, pihak selain fiskus dan wajib pajak.

## 2. *Official Assessment System*

adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pemerintah (fiskus) untuk menentukan besarnya pajak terutang.

Cirinya adalah:

- a. Wewenang untuk menentukan besarnya pajak terutang berada pada fiskus
- b. Wajib pajak bersifat pasif
- c. Utang pajak timbul setelah dikeluarkan surat ketetapan pajak oleh fiskus

## 3. *Self Assessment System*

adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberikan wewenang kepada wajib pajak untuk menentukan sendiri besarnya pajak yang terutang. Cirinya adalah:

- a. Wewenang untuk menentukan besarnya pajak terutang ada pada wajib pajak sendiri
- b. Wajib pajak aktif mulai dari menghitung, menyetor dan melaporkan sendiri pajak terutang
- c. Fiskus tidak ikut campur dan hanya mengawasi

### **2.1.2 Sumber-sumber Pendapatan Asli Daerah**

Pemerintah Daerah supaya dapat mengurus rumah tangganya sendiri dengan sebaik-baiknya, maka perlu diberikan sumber-sumber pembiayaan yang cukup. Tetapi mengingat bahwa tidak semua sumber pembiayaan dapat diberikan kepada daerah maka daerah diwajibkan untuk menggali segala sumber-sumber keuangannya sendiri berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 pasal 157 tentang Pemerintah Daerah, menyebutkan sumber-sumber Pendapatan Asli Daerah adalah meliputi:

1. Pajak Daerah
2. Retribusi Daerah
3. Bagian Laba Badan Usaha Milik Daerah
4. Penerimaan dari Dinas-Dinas Daerah
5. Penerimaan Lain-Lain

#### **2.1.2.1 Pajak Daerah**

Menurut Undang-undang No.18 Tahun 1987, sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang No.34 Tahun 2000 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 pengeluaran pemerintah dan pembangunan daerah. Pajak daerah ini terdiri atas:

1. Pajak Daerah tingkat I (Propinsi)

Contoh: Pajak kendaraan bermotor dan kendaraan diatas air, bea balik nama kendaraan bermotor (BBNKB), pajak bahan bakar kendaraan bermotor dan pajak pengambilan dan pemanfaatan air bawah tanah dan air permukaan.

2. Pajak Daerah tingkat II (Kabupaten/Kota)

Contoh: Pajak hotel dan restoran, pajak reklame, pajak penerangan jalan, pajak hiburan, pajak pengambilan bahan galian golongan C dan pajak parkir.

Dalam pengelolaan pemungutan pajak daerah berpedoman pada peraturan perundang-undangan. Menurut Undang-undang No. 34 Tahun 2000 tentang Pajak Daerah dan Restribusi Daerah, menyebutkan jenis-jenis pajak daerah Kabupaten/Kota terdiri dari:

#### 1. 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 10% dari jumlah pembayaran.

#### 2. 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

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 di dengarkan 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

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 C.

#### 6. 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.

#### 7. 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.

Selain memungut pajak, Pemerintah Daerah juga bisa memungut retribusi. Adapun yang dimaksud retribusi menurut Undang-undang No. 34 Tahun 2000 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah adalah pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa yang diberikan oleh pemerintah daerah untuk kepentingan orang pribadi atau badan.

(Dini, 2010) Seperti dengan pajak, retribusi juga ditetapkan dengan peraturan daerah. Retribusi dipungut dengan menggunakan surat keterangan

retribusi daerah atau dokumen lain yang dipersamakan. Berdasarkan hal tersebut diatas maka seharusnya masyarakat menyadari bahwa tujuan pemungutan pajak dan retribusi adalah untuk pembangunan daerah dan untuk lebih menegakkan kemandirian dalam pembiayaan pembangunan daerah, sebab kemungkinan pada dasarnya akan lebih menjamin ketahanan daerah khususnya ketahanan dibidang ekonomi.

Kesadaran yang tinggi dalam melakukan pembayaran pajak akan menjadikan pembangunan dapat lebih digiatkan lagi, sebaliknya apabila masyarakat menyadari maka penerimaan atau pemasukan uang akan berkurang, dengan sendirinya pembangunan kurang lancar. Demikian pula penerimaan pendapatan yang dikelola oleh pemerintah terutama pajak daerah seluruhnya untuk kepentingan daerah sendiri dan untuk melaksanakan pembangunan daerah.

#### **2.1.2.2 Tolak Ukur Untuk Menilai Hasil Pajak Daerah**

Menurut Davey (1988), ada tiga tolak ukur yang dikenal untuk menilai hasil pajak daerah yaitu upaya pajak, hasil guna (*effectiveness*) dan daya guna (*efficiency*).

##### **1. Upaya Pajak**

Pengukuran yang lazim digunakan adalah dengan membandingkan hasil pajak dengan kemampuan pajak yang diwakili PDRB. Semakin besar nilainya maka akan semakin baik karena menggambarkan dukungan masyarakat terhadap penyelenggaraan pemerintah dan pembangunan daerah.

## 2. Hasil Guna (*effectiveness*)

Hasil guna adalah mengukur hubungan antara hasil pungut suatu pajak dan potensi hasil pajak tersebut, dengan anggapan semua wajib pajak membayar pajak masing-masing. Hasil guna yang baik berkisar diatas angka 60 persen dari potensi pajaknya. Terdapat tiga faktor yang mengancam hasil guna yaitu menghindari pajak (oleh wajib pajak) kerjasama antara petugas pajak dan wajib pajak untuk mengurangi jumlah pajak terhutang dan penipuan oleh petugas pajak.

## 3. Daya Guna (*efficiency*)

Yaitu perbandingan antara biaya pungut dengan potensi yang bersangkutan, dengan anggapan semua wajib pajak terhutang masing-masing. Biaya yang dimaksud adalah biaya pungut berkisar antara 40-80 persen dari total penerimaan.

### **2.1.2.3 Intensifikasi dan Ekstensifikasi Pajak Daerah**

Menurut Sumitro (1990), peningkatan pajak daerah dapat dilakukan melalui dua cara yaitu

#### 1. Intensifikasi Pajak

Intensifikasi pajak adalah peningkatan intensitas pungutan terhadap suatu subyek dan obyek pajak yang potensial namun belum tergarap atau terjaring pajak serta memperbaiki kinerja pemungutan agar dapat mengurangi kebocoran-kebocoran yang ada. Upaya intensifikasi dapat ditempuh melalui dua cara yaitu

##### a. Penyempurnaan administrasi pajak

b. Peningkatan mutu pegawai atau petugas pemungut

c. Penyempurnaan Undang-Undang Pajak

## 2. Ekstensifikasi Pajak

Ekstensifikasi pajak yaitu upaya memperluas subyek dan obyek pajak serta penyesuaian tarif. Ekstensifikasi pajak antara lain dapat ditempuh melalui cara:

a. Perluasan wajib pajak

b. Penyempurnaan tarif

c. Perluasan obyek pajak

### **2.1.2.4 Asas-Asas Pemungutan Pajak Daerah**

Di dalam melakukan pemungutan pajak baik yang dikelola oleh pemerintah pusat maupun pemerintah daerah selalu berpedoman pada asas-asas pemungutan pajak (Mardiasmo, 2003) yaitu :

a. Asas kebangsaan

Bahwa pajak pendapatan dipungut terhadap orang-orang bertempat tinggal di Indonesia.

b. Asas tempat tinggal

Pajak pendapatan dipungut bagi orang-orang yang bertempat tinggal di Indonesia di tentukan menurut keadaan.

c. Asas sumber penghasilan

Jika sumber penghasilan berada di Indonesia dengan tidak memperhatikan subyek tempat tinggal. Disamping asas-asas berpedoman kepada hal tersebut diatas, ada asas-asas pemungutan pajak

yang dilandasi oleh falsafah hukum. Ada beberapa teori pajak yang dilancarkan dari jaman kejaman yaitu:

1. Asas sumber penghasilan

Negara mempunyai fungsi melindungi rakyat dengan segala kepentingannya seperti keselamatan jiwa dan harta. Untuk kepentingan tugas-tugas negara itu seperti halnya dengan perusahaan asuransi, maka rakyat harus membayar premi yang berupa pajak.

2. Teori kepentingan

Teori ini memperhatikan memungut pembagian beban penduduk seluruhnya supaya adil. Akan tetapi karena teori ini mambenarkan adanya hak pemerintah untuk memungut pajak dari rakyat dapat pula digolongkan dalam teori yang memperkuat beban pajak didasarkan atas kepentingan masing-masing orang dalam tugas pemerintah termasuk dalam perlindungan jiwa orang-orang beserta harta bendanya.

3. Teori bukti

Menurut teori ini seseorang tidak dapat berdiri artinya tanpa adanya persekutuan dimana persekutuan ini menjelma menjadi negara Bahkan tiap-tiap individu menyadari tugas sosial sebagai tanda bukti kebaktian kepada negara dalam bentuk iuran atau pajak. Teori gaya pikul pemungutan pajak didasarkan pada gaya pikul individu dalam masyarakat yaitu dalam tekanan pajak tidak harus sama besarnya untuk tiap orang, jadi beban pajak harus sesuai dengan pemikul

beban. Ukuran kemampuan pikul antara lain penghasilan, kekayaan, dan pengeluaran belanja seseorang.

### **2.1.3 Pajak Reklame**

#### **2.1.3.1 Pengertian Pajak Reklame**

Pajak Reklame adalah salah satu pajak daerah dan salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah yang menunjukkan 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 (PAD)**

###### **a. Penerimaan pajak daerah.**

Pajak daerah adalah pungutan daerah menurut peraturan pajak yang ditetapkan oleh daerah untuk pembiayaan rumah tangganya sebagai badan hukum publik. Pajak daerah sebagai pungutan yang dilakukan pemerintah daerah yang hasilnya digunakan untuk pembiayaan pengeluaran umum pemerintah yang balas jasanya tidak secara langsung diberikan, sedang pelaksanaannya dapat dipaksakan.

###### **b. Penerimaan Retribusi Daerah.**

Retribusi daerah merupakan pungutan yang telah secara sah menjadi pungutan daerah sebagai pembayaran pemakaian atau karena memperoleh jasa pekerjaan, usaha atau milik pemerintah daerah yang bersangkutan. Retribusi daerah mempunyai sifat-sifat: pelaksanaannya bersifat ekonomis, ada imbalan langsung walaupun memenuhi persyaratan-persyaratan formil dan materiil, tetapi tetap ada alternatif

untuk mau tidak mau membayar, merupakan pungutan yang pada umumnya bersifat *budgetairnya* tidak menonjol, dalam hal-hal tertentu retribusi daerah digunakan untuk sesuatu tujuan tertentu, tetapi dalam banyak hal retribusi daerah tidak lebih dari pengembalian biaya yang telah dikeluarkan oleh pemerintah daerah untuk memenuhi permintaan anggota masyarakat.

c. Hasil Perusahaan Milik Daerah dan Hasil Pengelolaan

Kekayaan Daerah yang Dipisahkan. Yang disetor ke kas daerah, baik perusahaan Hasil perusahaan milik daerah yang merupakan pendapatan daerah adalah keuntungan bersih perusahaan daerah yang berupa dana pembangunan daerah dan bagian untuk anggaran belanja daerah yang disetor ke kas daerah, baik perusahaan daerah yang dipisahkan, sesuai dengan motif pendirian dan pengelolaan, maka sifat perusahaan daerah adalah suatu kesatuan produksi yang bersifat menambahkan penghasilan daerah, memberi jasa penyelenggaraan kemanfaatan umum, dan memperkembangkan perekonomian daerah.

d. Lain-lain Pendapatan Asli Daerah yang sah

Lain yang tidak termasuk ke dalam jenis-jenis pajak daerah dan retribusi daerah dan pendapatan dinas-dinas. Lain-lain usaha daerah yang sah mempunyai sifat pembuka kemungkinan bagi pemerintah daerah untuk melakukan berbagai kegiatan yang menghasilkan baik berupa materi dalam hal kegiatan tersebut bertujuan untuk menunjang, melapangkan atau memantapkan suatu kebijakan pemerintah daerah

suatu bidang tertentu. Beberapa macam lain-lain Pendapatan Asli

Daerah yang sah yaitu :

- i. Hasil penjualan kekayaan daerah yang tidak dipisahkan
- ii. Jasa giro
- iii. Pendapatan bunga
- iv. Keuntungan selisih nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing

## 2. Dana Perimbangan

Dana perimbangan diperoleh melalui bagian daerah dari penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan baik dari sektor pedesaan, perkotaan, perkebunan, pertambangan dari sumber daya alam serta bea perolehan hak atas tanah dan bangunan.

## 3. Pinjaman Daerah

Pinjaman daerah adalah pinjaman dalam negeri yang bersumber dari pemerintah, lembaga komersial dan atau penerbitan obligasi daerah dengan diberitahukan kepada pemerintah sebelum tidaknya usulan pinjaman daerah diproses lebih lanjut. Sedangkan yang berwenang mengadakan dan menanggung pinjaman daerah adalah kepala daerah yang ditetapkan dengan keputusan kepala daerah atas persetujuan DPRD.

## 4. Lain-lain Pendapatan Daerah yang sah.

Lain-lain Pendapatan Daerah yang sah antara lain hibah atau penerimaan dari Daerah Propinsi atau Daerah Kanupaten/Kota lainnya, dan penerimaan lain sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

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.

### **2.1.3.2 Dasar Hukum Pajak Reklame**

Dasar hukum pajak reklame pada suatu Kabupaten atau Kota adalah Undang-undang Nomor 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/ 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 Nomer 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 tentang 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.

#### **2.1.4 Hubungan Antara Penduduk dengan Pajak Reklame**

Penduduk melakukan permintaan atas sesuatu barang dalam rangka memenuhi atau memuaskan kebutuhan hidup. Semakin meningkat jumlah penduduk. Maka kebutuhan akan barang-barang pemuas kebutuhan akan mengalami peningkatan. Pertambahan jumlah penduduk yang tidak seiring dengan

perkembangan kesempatan kerja, akan mengakibatkan meningkatkan pengangguran (Soekirno,2003).

Menurut Sofian (1997) penduduk merupakan salah satu faktor yang signifikan berpengaruh terhadap jumlah Penerimaan Pajak Reklame. Pertumbuhan penduduk dianggap sebagai salah satu faktor yang 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. Dengan adanya penduduk yang padat, maka kegiatan ekonomi akan berlangsung secara baik, jika kebijakan terhadap penduduk sejalan dengan kebijakan di dalam suatu daerah/wilayah.

#### **2.1.5 Hubungan Antara Industri dengan Pajak Reklame**

Jumlah industri adalah jumlah usaha industri baik industri kecil, menengah, maupun besar. Jumlah industri merupakan salah satu faktor positif pemicu pertumbuhan ekonomi.

Menurut Sutrisno (2002) jumlah industri berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame. Penilaian tersebut sesuai dengan penilaian yang dilakukan oleh Devas,dkk (1989), bahwa sebagian besar pemerintah daerah tingkat II (sekarang Kabupaten/Kota) menarik pajak atas benda papan reklame di daerah. Pajak ini cocok untuk sumber penerimaan daerah, karena tempat objek pajak dapat mudah diketahui. 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 (Sofian, 1997).

### **2.1.6 Hubungan Antara PDRB dengan Pajak Reklame**

Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) merupakan jumlah dan jasa akhir yang dihasilkan oleh suatu perekonomian dalam satu tahun dan dinyatakan dalam harga pasar. Baik PDB atau PDRB merupakan ukuran yang global sifatnya, dan bukan merupakan alat ukur pertumbuhan ekonomi yang tepat, karena belum dapat mencerminkan kesejahteraan penduduk yang sesungguhnya, padahal sesungguhnya 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 ekonomi yang lebih baik karena lebih tepat mencerminkan kesejahteraan penduduk suatu Negara daripada nilai PDB atau PDRBs saja. Produk domestik bruto 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).

### 2.1.7 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian mengenai Pajak Reklame telah banyak dilakukan, antara :

- 1 Dini Nurmayasari (2010) melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul **“Analisis Penerimaan Pajak Reklame Kota Semarang”** dengan menggunakan alat analisis Model regresi linear berganda (*Multiple Linier Regression Method*) dengan metode kuadrat terkecil atau *Ordinary Least Square* (OLS) dengan hasil 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 Perkapita. Variabel jumlah penduduk, jumlah industri dan PDRB perkapita berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Semarang. Peranan dari penerimaan Pajak Reklame dari tahun ke tahun anggaran 1985-2008 selalu mengalami peningkatan tiap tahunnya.
- 2 Akhmad Rusyadi (2005) melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul **“Peranan Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Di Kabupaten Brebes Tahun 2000 – 2004”** dengan menggunakan Analisis Proporsi, Analisis Koefisien Korelasi, Analisis Elastisitas, Analisis Efektifitas, Analisis Efisiensi, Analisis Trend Linier. Dengan hasil Pajak reklame di Kabupaten Brebes selama kurun

waktu lima tahun yaitu sejak tahun 2000- 2004 proporsinya terhadap Pendapatan Asli Daerah masih relatif kecil, Pajak reklame di Kabupaten Brebes dinilai masih belum efektif dan efisien dalam penerimaannya. Berdasarkan hasil dari metode analisis trend least square, menunjukkan bahwa perkembangan penerimaan pajak reklame Kabupaten Brebes untuk tahun-tahun yang akan datang terus mengalami peningkatan.

- 3 Donna Dwi Istianto (2011) melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame Di Kabupaten Semarang Tahun 2000-2009”** dengan menggunakan analisis *Multiple LinierRegression Method* dengan hasil Hasil uji simultan menunjukkan bahwa secara keseluruhan variabel independen (Jumlah Penduduk, Jumlah Industri dan PDRB) secara bersama-sama dapat menunjukkan pengaruhnya terhadap Penerimaan Pajak Reklame.
- 4 Indra Riady (2010) melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul **“Analisis Potensi Penerimaan Dan Efektivitas Pajak Penerangan Jalan Di Kabupaten Garut”** dengan menggunakan Metode Penelitian Deskriptif Persentase. Dari analisis ini terlihat bahwa target penerimaan Pajak Penerangan Jalan yang ditetapkan oleh Dinas Pendapatan Pengelolaan Kekayaan dan Aset (DPPKA) Kabupaten Garut belum sesuai dengan potensi riil dari Pajak Penerangan Jalan yang dimiliki Kabupaten Garut.

**Tabel 2.1**  
**Ringkasan Penelitian Terdahulu**

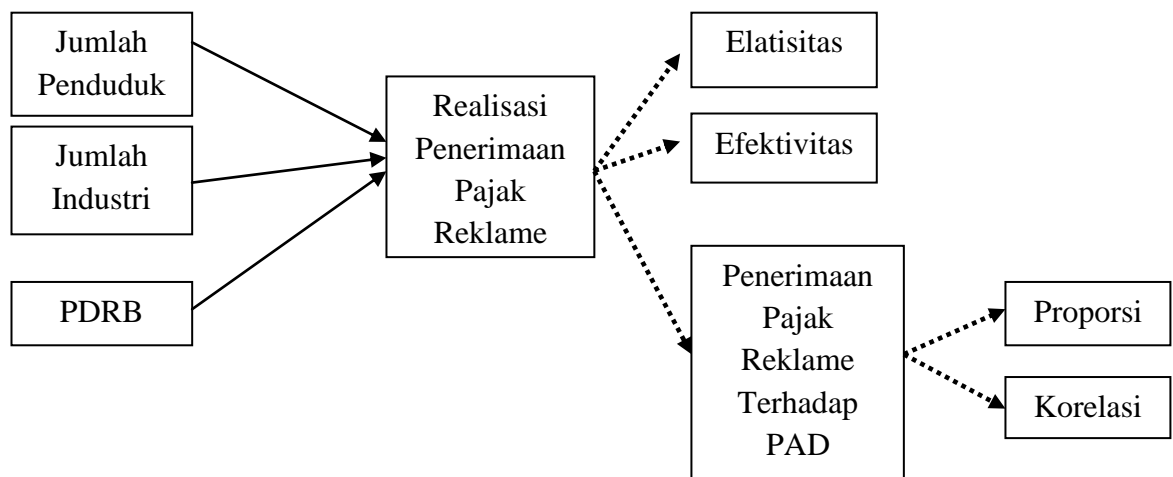
<b>Penelitian</b>	<b>Judul dan Variabel</b>	<b>Analisis</b>	<b>Hasil</b>
Dini Nurmayasari (2010)	“Analisis Penerimaan Pajak Reklame Kota Semarang” Pajak daerah, jumlah penduduk, jumlah industri, dan PDRB	Model regresi linear berganda ( <i>Multiple Linier Regression Method</i> ) dengan metode kuadrat terkecil atau <i>Ordinary Least Square</i> (OLS).	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 Perkapita. Variabel jumlah penduduk, jumlah industri dan PDRB perkapita berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Semarang.
Akhmad Rusyadi (2005)	”Peranan Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Di Kabupaten Brebes Tahun 2000 - 2004” Pajak Reklame Dan PAD	Analisis Proporsi, Analisis Koefisien Korelasi, Analisis Elastisitas, Analisis Efektifitas, Analisis Efisiensi, Analisis Trend Linier,	Berdasarkan hasil dari metode analisis trend least square, menunjukkan perkembangan penerimaan pajak reklame. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa secara keseluruhan variabel independen (Jumlah Penduduk, Jumlah Industri dan

			PDRB) secara bersama-sama menunjukkan pengaruhnya terhadap Penerimaan Pajak Reklame.
Donna Dwi Istianto (2011)	“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame Di Kabupaten Semarang Tahun 2000-2009” Pajak daerah, jumlah penduduk, jumlah industri, dan PDRB	<i>Multiple Linier Regression Method</i>	Hasil uji simultan menunjukkan bahwa secara keseluruhan variabel independen (Jumlah Penduduk, Jumlah Industri dan PDRB) secara bersama-sama dapat menunjukkan pengaruhnya terhadap Penerimaan Pajak Reklame.
Indra Riady (2010)	”Analisis Potensi Penerimaan Dan Efektivitas Pajak Penerangan Jalan Di Kabupaten Garut ” Potensi Penerimaan Pajak Penerangan Jalan, Efektivitas Pajak Penerangan Jalan, Daya Pajak ( <i>Tax Effort</i> ).	Metode Penelitian Deskriptif Persentase,	Dari analisis ini terlihat bahwa target penerimaan Pajak Penerangan Jalanyang ditetapkan oleh Dinas Pendapatan Pengelolaan Kekayaan dan Aset(DPPKA) Kabupaten Garut belum sesuai dengan potensi riil dari PajakPenerangan Jalan yang dimiliki Kabupaten Garut.

## 2.2 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu, kerangka pikir pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Gambar 2.1.**  
**Kerangka Pemikiran Penelitian**



## 2.3 Hipotesis

Hipotesis adalah pendapat sementara dan pedoman serta arah dalam penelitian yang disusun berdasarkan pada teori yang terkait, dimana suatu hipotesis selalu dirumuskan dalam bentuk pernyataan yang menghubungkan dua variabel atau lebih (J. Supranto, 1997).

1. Jumlah penduduk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penerimaan Pajak Reklame di Kota Semarang.
2. Jumlah Industri mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Pajak Reklame di Kota Semarang.
3. PDRB mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Pajak Reklame di Kota Semarang.

4. Secara bersama-sama Jumlah Penduduk, Jumlah Industri, dan PDRB mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penerimaan Pajak Reklame di Kota Semarang.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

Variabel secara sederhana dapat diartikan ciri dari individu, obyek, segala peristiwa yang dapat diukur secara kuantitatif/kualitatif. Hasil pengukuran suatu variabel bisa konstan atau tetap, bisa juga berubah-ubah (Dini,2010)..

Definisi operasional merupakan pengubahan konsep yang masih berupa abstrak dengan kata-kata yang menggambarkan perilaku atau gejala yang dapat diuji dan ditentukan kebenarannya oleh orang lain berdasarkan variabel yang digunakan (Hadi, 1996).

Sebagai panduan untuk melakukan penelitian dan dalam rangka pengujian hipotesis yang diajukan, maka dalam penelitian ini yang dijadikan variabel yang diteliti adalah sebagai berikut:

##### **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 Semarang dan salah satu sumber pendapatan asli daerah yang menunjukkan posisi strategis dalam hal pendanaan pembiayaan di Kota Semarang dari tahun anggaran 1990 sampai dengan 2011 dijadikan sebagai variabel terikat, variabel pajak reklame ini diukur dalam rupiah.

##### **3.1.2 Variabel Independen**

Dalam penelitian ini melibatkan tiga variabel independen sebagai berikut:

1. Jumlah penduduk

Adalah jumlah penduduk akhir tahun di Kota Semarang. Data jumlah penduduk diukur dalam jutaan.

2. Jumlah Perusahaan

Adalah jumlah Perusahaan menengah dan besar yang ada di Kota Semarang. Data jumlah perusahaan diukur dalam satuan unit.

3. PDRB

Jumlah nilai barang dan jasa akhir yang dihasilkan oleh berbagai unit produksi (sektor) dalam satu tahun dibagi jumlah penduduk pada tahun yang sama dan dihitung menurut harga konstan. Data yang digunakan adalah PDRB atas dasar harga berlaku. PDRB harga berlaku diukur dalam jutaan rupiah.

## **3.2 Jenis dan Sumber Data**

### **3.2.1 Jenis Data**

Data yang dibutuhkan dalam penulisan skripsi ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diambil dari pihak lain atau merupakan data yang sudah diolah oleh pihak ketiga, secara berkala (*time series*) untuk melihat perkembangan objek penelitian selama periode tertentu. Penelitian ini bersifat studi kasus dengan menentukan lokasi penelitian di Kota Semarang. Data yang digunakan adalah data sekunder selama dua puluh dua tahun. Adapun data yang digunakan adalah:

1. Penerimaan pajak reklame dan penerimaan pajak daerah Kota Semarang

tahun 1990-2011

2. Jumlah penduduk Kota Semarang tahun 1990-2011
3. Jumlah Perusahaan Kota Semarang tahun 1990-2011
4. PDRB atas dasar harga berlaku Kota Semarang tahun 1990-2011

### **3.2.2 Sumber Data**

Sedangkan data-data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari beberapa sumber, yaitu dari publikasi instansi-instansi pemerintah seperti:

1. Badan Pusat Statistik (BPS) Povinsi Jawa Tengah
2. Dinas Pengelolaan Keuangan Daerah (DPKD) Kota Semarang

### **3.3 Metode dan Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dilakukan dengan dokumentasi, yaitu mengumpulkan catatan-catatan/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 dan PDRB. 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 Data**

#### **3.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda**

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).

**Persamaan Regresi dinyatakan sebagai berikut :**

$$Y = f(X_1, X_2, X_3)$$

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

**Karena satuan dari masing-masing variabel satuannya berbeda maka persamaan model menjadi**

$$Y = \alpha + \beta_1 \text{Log}X_1 + \beta_2 \text{Log}X_2 + \beta_3 \text{Log}X_3 + e$$

**Dimana:**

**Y = Penerimaan pajak reklame (dalam ribuan rupiah)**

**X<sub>1</sub> = Jumlah penduduk (orang)**

**X<sub>2</sub> = Jumlah industri (unit)**

**X<sub>3</sub> = center data PDRB (X<sub>i</sub> - X<sub>mean</sub>) (dalam jutaan rupiah)**

**e = Error**

### **3.4.2 Deteksi Penyimpangan Asumsi Klasik**

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

1. Distribusi kesalahan adalah normal

2. Nonmultikolinearitas, berarti antara variabel bebas yang satu dengan yang lain dalam model regresi tidak terjadi hubungan yang mendekati sempurna atau pun hubungan yang sempurna.
3. Nonautokorelasi, berarti tidak ada pengaruh dari variabel dalam modelnya melalui selang waktu atau tidak terjadi korelasi diantara galat randomnya.
4. Heteroskedastisitas, berarti varians dari variabel bebas adalah sama atau konstan untuk setiap nilai tertentu dari variabel bebas lainnya atau variansi residual sama untuk semua pengamatan.

Penyimpangan dari nonmultikolinearitas dikenal sebagai multikolinearitas, penyimpangan dan nonautokorelasi dikenal sebagai autokorelasi, dan penyimpangan terhadap heteroskedastisitas 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. Deteksi Normalitas**

Deteksi Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Apabila asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak berlaku (Ghozali, 2005).

### **2. Deteksi Autokorelasi**

Autokorelasi adalah korelasi antara anggota-anggota serangkaian observasi yang diuraikan menurut waktu dan ruang (Gujarati 1997 :2001).

Konsekuensi adanya autokorelasi diantaranya adanya selang keyakinan menjadi lebar serta variasi dan standar error terlalu rendah.

Deteksi autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya (Ghozali, 2005 : 95). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Salah satu uji formal yaitu dengan menggunakan uji Durbin Watson.

### **3. Deteksi Heteroskedastisitas**

Deteksi heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2001). Heteroskedastisitas yaitu variabel pengganggu ( $e$ ) memiliki varian yang berbeda dari satu observasi ke observasi lain atau varian antar variabel independen tidak sama. Hal ini melanggar asumsi heteroskedastisitas yaitu setiap variabel penjelas memiliki varians yang sama (konstan). Heteroskedastisitas lebih sering muncul pada data cross section dibandingkan data time series (Mudrajat Kuncoro, 2001). Model regresi ini dengan menggunakan uji park karena bebas dari heteroskedastisitas. Dibandingkan uji yang lainnya uji ini lebih baik.

### **4. Deteksi Multikolinearitas**

Multikolinearitas berarti adanya hubungan linear yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan (independen) dari model

regresi (Gujarati, 1997:157). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal (Ghozali, 2005 : 91).

Multikolinearitas dalam penelitian ini diuji dengan melihat dari nilai tolerance dan lawannya variance inflation faktor (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen lainnya dalam pengertian sederhana setiap variabel independen menjadi variabel dependen (terikat) dan diregres terhadap variabel independen lainnya. Tolerance mengukur variabelitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi.

### **3.4.3 Uji Statistik**

Analisis dilakukan melalui pendekatan analisis kuantitatif yaitu dengan model regresi dengan metode kuadrat 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 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 bersama-sama terhadap variabel tak bebas. Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$ , yaitu tidak ada pengaruh signifikansi variabel jumlah penduduk, jumlah industri dan jumlah PDRB.

$H_1 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$ , yaitu terdapat pengaruh signifikansi variabel jumlah penduduk, jumlah industri dan jumlah PDRB.

Uji F dapat dilakukan dengan membandingkan antara nilai F hitung dengan F tabel, dimana nilai F hitung dapat dipenuhi dengan formula sebagai berikut :

$$F \text{ hitung} = \frac{R^2/(k-1)}{(1-R^2)/(n-k)}$$

dimana :

$R^2$  : koefisien determinasi

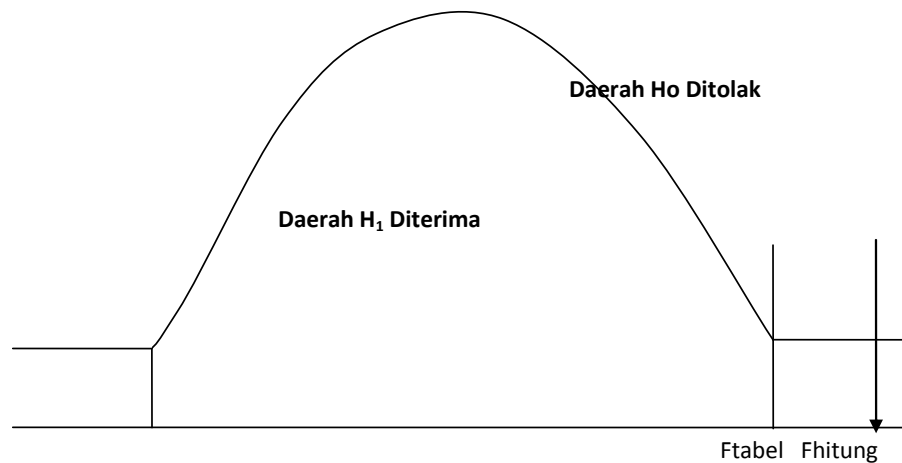
$K$  : jumlah variabel independen termasuk konstanta

$N$  : jumlah sampel

Apabila nilai F hitung  $>$  F tabel maka  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_1$ . Artinya ada pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Sebaliknya apabila, F hitung  $<$  F tabel maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Artinya tidak ada pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2005).

Untuk menentukan kesimpulan dengan menggunakan nilai F hitung dengan F tabel dengan menggunakan kriteria sebagai berikut:

**Gambar 3.1**  
**Uji F**  
**Hipotesis Secara Simultan  $\alpha = 0,05$**



Sumber : J, Supranto, 2001

## 2. 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 F Tabel F Hitung variabel dependen (Ghozali, 2005). Untuk menguji pengaruh variabelin dependen terhadap dependen secara individu dapat dibuat hipotesis sebagai berikut.

- (1)  $H_0 : \beta_1 \leq 0$ , yaitu tidak ada pengaruh positif signifikansi variabel jumlah penduduk secara individu terhadap variabel pajak reklame.  
 $H_1 : \beta_1 > 0$ , yaitu terdapat pengaruh positif signifikansi variabel jumlah penduduk secara individu terhadap variabel pajak reklame.
- (2)  $H_0 : \beta_2 \leq 0$ , yaitu tidak ada pengaruh positif 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 :  $\beta_3 \leq 0$ , yaitu tidak ada pengaruh positif 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.

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

$$t_{hitung} = \frac{b_j}{Se(b_j)}$$

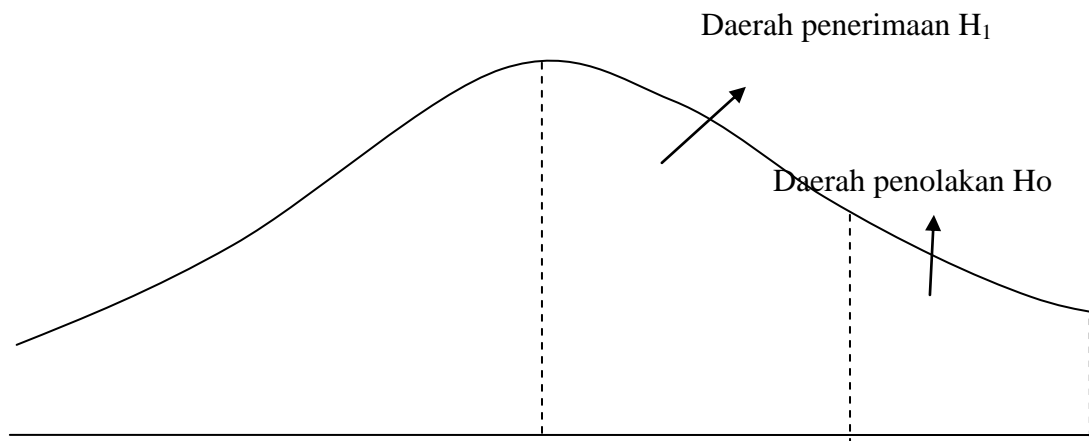
dimana :

$b_j$  = koefisien regresi

$se(b_j)$  = standar 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.

**Gambar 3.2**  
**Pengujian Hipotesis Secara Searah (One Tail Test)  $\alpha = 0.05$**



*Sumber: Gujarati, 2003*

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

$R^2$  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 ( $R^2$ ). Koefisien determinasi ( $R^2$ ) 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:

$$R^2 = \frac{\sum (Y_1 - \bar{Y})^2}{\sum (Y_1 - \bar{Y})^2}$$

Nilai  $R^2$  yang sempurna adalah satu, yaitu apabila keseluruhan variasi dependen dapat dijelaskan sepenuhnya oleh variabel independen yang dimasukkan dalam model.

Dimana  $0 < R^2 < 1$  sehingga kesimpulan yang dapat diambil adalah:

- Nilai  $R^2$  yang kecil atau mendekati nol, berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel tidak bebas dan sangat terbatas.
- Nilai  $R^2$  mendekati satu, berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan hampir semua informasi yang digunakan untuk memprediksi variasi variabel tidak bebas.

#### 3.4.4 Elastisitas Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah

Analisis ini digunakan untuk mengetahui derajat kepekaan dari Pendapatan Asli Daerah akibat adanya perubahan pada penerimaan pajak reklame. Sehingga pada akhirnya dapat diketahui seberapa besar pajak reklame berpengaruh terhadap Pendapatan Asli Daerah. Rumus yang digunakan (Sutrisno PH. 1982 : 244-248).

$$E_{PR \text{ thd } PAD} = \frac{\Delta PAD}{\Delta PR} \times \frac{PR}{PAD}$$

Dimana :

$E_{PR \text{ thd } PAD}$  = nilai elastisitas (%)

$\Delta PAD$  = perubahan Pendapatan Asli Daerah

$\Delta PR$  = perubahan realisasi pajak reklame

$PAD$  = realisasi Pendapatan Asli Daerah (Rp)

$PR$  = realisasi Pajak Reklame (Rp)

Berdasarkan konsep elastisitas tersebut akan diperoleh 3 kemungkinan yaitu :

$E < 1$  disebut inelastik

Artinya jika penerimaan pajak reklame naik 1 % maka Pendapatan Asli Daerah akan naik kurang dari 1 %. Jika penerimaan Pajak Reklame turun 1 % maka Pendapatan Asli Daerah akan turun kurang dari 1 %.

$E > 1$  disebut elastik

Artinya jika penerimaan pajak reklame naik 1 % maka Pendapatan Asli Daerah akan naik lebih dari 1 %. Jika penerimaan pajak reklame turun 1 % maka Pendapatan Asli Daerah akan turun lebih dari 1 %

$E = 1$  disebut unitary

Artinya jika penerimaan pajak reklame naik 1 % maka Pendapatan Asli Daerah akan naik 1 %. Jika penerimaan pajak reklame turun 1 % maka Pendapatan Asli Daerah akan turun 1%.

### 3.4.5 Efektivitas Pajak Reklame

Menurut Devas (1989), efektivitas yaitu hubungan antara *output* dan tujuan atau dapat juga dikatakan merupakan ukuran seberapa jauh tingkat *output* tertentu, kebijakan dan prosedur dari organisasi. Efektivitas juga berhubungan dengan derajat keberhasilan suatu operasi pada sektor publik sehingga suatu kegiatan dikatakan efektif jika kegiatan tersebut mempunyai pengaruh besar terhadap kemampuan menyediakan pelayanan masyarakat yang merupakan sasaran yang telah ditentukan (Simanjuntak, 2001)

Efektivitas digunakan untuk mengukur hubungan antara hasil pungutan suatu pajak dengan tujuan atau potensi riil yang telah dimiliki suatu daerah (Mardiasmo, 2002).

Adapun cara untuk mengukur efektivitas pemungutan pajak adalah sebagai berikut :

$$Efektivitas = \frac{\text{Realisasi pajak reklame}}{\text{Target pajak reklame}} \times 100\%$$

Dari pengertian efektivitas tersebut disimpulkan bahwa efektivitas bertujuan untuk mengukur rasio keberhasilan, semakin besar rasio maka semakin efektif, standar minimal rasio keberhasilan adalah 100 persen atau 1 (satu) dimana realisasi sama dengan target yang telah ditentukan. Rasio dibawah standar minimal keberhasilan dapat dikatakan tidak efektif. Selama ini belum ada ukuran baku mengenai kategori efektifitas, ukuran efektifitas biasanya dinyatakan secara kualitatif dalam bentuk pernyataan saja (*judgement*). Tingkat efektifitas dapat digolongkan kedalam beberapa kategori yaitu:

1. Hasil perbandingan tingkat pencapaian diatas 100 persen berarti sangat efektif.
2. Hasil perbandingan tingkat pencapaian 100 persen berarti efektif.
3. Hasil perbandingan tingkat pencapaian dibawah 100 persen berarti tidak efektif.

### **3.4.6 Analisis Peranan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah**

#### **3.4.6.1 Analisis Proporsi**

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah sehingga akan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai kebijakan yang harus diambil dalam rangka meningkatkan penerimaan pajak reklame sebagai usaha untuk meningkatkan peranannya terhadap Pendapatan Asli Daerah. Proporsi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Semarang dihitung dengan membandingkan jumlah penerimaan pajak reklame dengan jumlah penerimaan Pendapatan Asli Daerah.

### 3.4.6.2 Analisis Koefisien Korelasi

Analisis ini digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara pajak reklame dengan Pendapatan Asli Daerah yang pada akhirnya dapat diketahui apakah memang pajak reklame itu berperan terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah. Pengujian atas nilai koefisien korelasi melalui uji t-test.

Rumus yang dipakai adalah :

$$t - test = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana :

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Sampel

Jika t hitung lebih kecil atau sama dengan batas terendah atau lebih besar atau sama dengan batas tertinggi maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima berarti ada korelasi positif yang kuat. Dan jika thitung lebih besar atau sama dengan batas terendah atau lebih kecil atau sama dengan batas tertinggi maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak berarti ada korelasi negatif yang kuat.