

ANALISIS PENERIMAAN PAJAK REKLAME DI KOTA SEMARANG TAHUN 1990-2011

Lintan Gupita P, Nugroho SBM¹

Jurusan Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan
Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro

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.

PENDAHULUAN

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.

¹ Penulis penanggung jawab

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).

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.

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.

Tabel 1
Kontribusi Pajak-Pajak Daerah di Kota Semarang
Tahun 1990-2011

Tahun	Pajak Reklame (Dalam Ribuan)	%	Pajak Hotel dan Restoran (Dalam Ribuan)	%	Pajak Hiburan (Dalam Ribuan)	%	Pajak Penerangan Jalan (Dalam Ribuan)	%	Pajak Bahan Galian Golongan C (Dalam Ribuan)	%	Pajak Air Bawah Tanah & Air Permukaan (Dalam Ribuan)	%	Pajak Parkir (Dalam Ribuan)	%	Jumlah Pajak Daerah
1990	486.302	6.44	2.513.763	6.44	1.496.857	19.81	3.058.545	40.48	-	-	-	-	-	-	7.555.467
1991	713.492	8.39	2.952.489	8.39	1.525.708	17.94	3.311.414	38.94	-	-	-	-	-	-	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	46.91	-	-	-	-	-	-	14.079.582
1994	1.012.792	6.18	5.934.913	6.18	1.940.784	11.84	7.507.404	45.79	-	-	-	-	-	-	16.395.893
1995	1.257.891	7.01	6.219.198	7.01	1.996.732	11.13	8.471.581	47.21	-	-	-	-	-	-	17.945.402
1996	1.215.870	6.10	7.850.214	6.10	1.306.838	6.56	9.546.489	47.93	-	-	-	-	-	-	19.919.411
1997	1.507.531	6.50	8.618.925	6.50	2.246.541	9.69	10.807.103	46.62	-	-	-	-	-	-	23.180.100
1998	2.079.539	6.53	12.817.134	6.53	2.023.700	6.35	14.949.880	46.91	-	-	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	48.28	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	49.88	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	51.24	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	54.67	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	54.79	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	54.16	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	53.98	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	55.45	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	54.39	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	54.61	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	54.26	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	53.09	-	-	3.246.743	1.63	-	-	199.212.747
	136.126.581		488.155.370		69.264.829		7.82E+08		784.121		3.246.743		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 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).

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.

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.

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. 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 2.

Tabel 2
Pertumbuhan Jumlah Penduduk Kota Semarang
Tahun 1990-2011

Tahun	Jumlah Penduduk	Pertumbuhan
1990	1.121.150	-
1991	1.141.995	1.86%
1992	1.167.348	2.22%
1993	1.173.752	0.55%
1994	1.202.480	2.45%
1995	1.229.125	2.22%
1996	1.249.786	1.68%
1997	1.260.404	0.85%
1998	1.272.092	0.93%
1999	1.288.796	1.31%
2000	1.308.310	1.51%
2001	1.320.990	0.97%
2002	1.348.588	2.09%
2003	1.376.798	2.09%
2004	1.388.021	0.82%
2005	1.418.324	2.18%
2006	1.432.954	1.03%
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 3.

Tabel 3
Pertumbuhan Jumlah Industri Kota Semarang Tahun 1990-2011

Tahun	Jumlah Industri	Pertumbuhan
1990	226	-
1991	251	11.1%
1992	259	3.2%
1993	285	10.0%
1994	291	2.1%
1995	305	4.8%
1996	342	12.1%
1997	315	-7.9%
1998	334	6.0%
1999	355	6.3%
2000	373	5.1%
2001	379	1.6%
2002	377	-0.5%
2003	376	-0.3%
2004	367	-2.4%
2005	364	-0.8%
2006	462	26.9%
2007	431	-6.7%
2008	377	-12.5%
2009	341	-9.5%
2010	314	-7.9%
2011	314	0.0%

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. 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 4.

Tabel 4
Pertumbuhan PDRB Harga Berlaku Kota Semarang
Tahun 1990-2011 Menurut Harga Berlaku
(Dalam Ribuan)

Tahun	PDRB(Rp)	Pertumbuhan(%)
1990	1.775.475	-
1991	2.191.695	23.44
1992	2.740.491	25.04
1993	3.791.256	38.34
1994	4.460.587	17.65
1995	5.307.686	18.99
1996	6.398.228	20.55
1997	7.474.436	16.82
1998	9.470.663	26.71
1999	11.189.721	18.15
2000	12.886.561	15.16
2001	15.097.150	17.15
2002	17.198.169	13.92
2003	19.151.708	11.36
2004	20.959.532	9.44
2005	23.858.225	13.83
2006	26.406.248	10.68
2007	30.515.736	15.56
2008	34.541.218	13.19
2009	38.459.815	11.34
2010	43.398.190	12.84
2011	48.461.410	11.67

Sumber: BPS Kota Semarang dari beberapa Tahun

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

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). 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).

Jumlah penduduk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penerimaan Pajak Reklame di Kota Semarang, Jumlah Industri mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Pajak Reklame di Kota Semarang. PDRB mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Pajak Reklame di Kota Semarang. Selain itu juga melihat bagaimana Elastisitas pajak Reklame, Bagaimana Efektivitas Pajak Reklame, dan bagaimana peranan pajak reklame terhadap PAD. Secara bersama-sama Jumlah Penduduk, Jumlah Industri, dan PDRB mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penerimaan Pajak Reklame di Kota Semarang.

METODE PENELITIAN

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. Variabel Dependen dan Independen dalam penelitian ini adalah :

1. Pajak Reklame

Pajak Reklame sebagai Variabel Dependen. 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.

2. Jumlah Penduduk

Jumlah Penduduk sebagai variabel independen, jumlah penduduk akhir tahun di Kota Semarang. Data jumlah penduduk diukur dalam jutaan.

3. Jumlah Perusahaan

Jumlah Perusahaan sebagai variabel independen, jumlah Perusahaan menengah dan besar yang ada di Kota Semarang. Data jumlah perusahaan diukur dalam satuan unit.

4. PDRB menurut Harga Berlaku

PDRB sebagai variabel Independen, 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.

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)

X1 = Jumlah penduduk (orang)

X2 = Jumlah industri (unit)

X3 = center data PDRB ($X_i - X_{\text{mean}}$) (dalam jutaan rupiah)

e = Error

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 5
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-89.987	10.214		-8.810	.000
	LogX1	16.251	1.746	.970	9.308	.000
	LogX2	-1.254	2.219	-.113	-.565	.587
	LogX33	.128	.169	.145	.759	.469

a. Dependent Variable: LogY

Sumber : Output Pengolahan Data dengan Program SPSS 17.0

1. Pengaruh Jumlah Penduduk Terhadap Penerimaan Pajak Reklame

Berdasarkan tabel 5. menunjukkan hasil perhitungan uji t untuk variabel jumlah penduduk diperoleh nilai t-hitung sebesar 9,308 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($< \alpha = 0,05$).

2. Pengaruh Jumlah Industri Terhadap Penerimaan Pajak Reklame

Berdasarkan tabel 5. menunjukkan hasil perhitungan uji t untuk variabel jumlah industri diperoleh nilai t-hitung sebesar -.565 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,587 ($> \alpha = 0,05$).

3. Pengaruh Jumlah PDRB Terhadap Penerimaan Pajak Reklame

Berdasarkan tabel 5. menunjukkan hasil perhitungan uji t untuk variabel jumlah PDRB diperoleh nilai t-hitung sebesar .759 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,469 ($> \alpha = 0,05$).

Tabel 6
Elastisitas Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah
Kota Semarang
Tahun 1990-2011

Tahun	Perubahan Pajak	Perubahan PAD	Elastisitas
1990	-	-	-
1991	0.47	0.06	0.004
1992	0.02	0.13	0.193
1993	-0.03	0.35	-0.220
1994	0.44	-0.01	-0.001
1995	0.24	0.16	0.022
1996	-0.03	0.17	-0.139
1997	0.24	0.12	0.015
1998	0.38	-0.05	-0.006
1999	-0.13	0.21	-0.051
2000	-0.25	-0.15	0.017
2001	0.84	0.75	0.026
2002	0.54	0.43	0.025
2003	1.06	0.17	0.009
2004	0.22	0.09	0.025
2005	0.02	0.22	0.521
2006	0.04	0.18	0.195
2007	0.19	0.06	0.017
2008	0.36	0.21	0.034
2009	-0.05	0.07	-0.081
2010	-0.04	0.06	-0.087
2011	0.13	0.59	0.152

Sumber : Output Pengolahan Data dengan Program SPSS 17.0

Berdasarkan hasil analisis elastisitas pada tahun 1990-2011 kurang dari satu maka diartikan inelastis, maka dari itu tidak ada perubahan pada pajak Reklame dan PAD. Inelastis kurang dari 1persen yang berarti perubahannya pada pajak reklame dan PAD tidak elatis.

Tabel 7
Efektivitas Pajak Reklame Kota Semarang Tahun 1990-2011
Kota Srmarang Tahun 1990-2011
(Dalam Ribuan)

Tahun	Pajak Reklame	Target Pajak Reklame	Efektivitas(%)
1990	486,302	550,000	88%
1991	713,492	550,000	130%
1992	727,963	700,000	104%
1993	703,905	900,000	78%
1994	1,012,792	900,000	113%
1995	1,257,891	1,400,000	90%
1996	1,215,870	1,434,177	85%
1997	1,507,531	1,422,683	106%
1998	2,079,539	1,850,527	112%
1999	1,810,945	1,550,579	117%
2000	1,366,478	1,162,931	118%
2001	2,517,341	2,471,971	102%
2002	3,871,338	3,750,000	103%
2003	7,984,782	6,000,000	133%
2004	9,754,020	9,000,000	108%
2005	9,968,447	9,900,000	101%
2006	10,406,369	10,000,000	104%
2007	12,344,883	11,500,000	107%
2008	16,824,197	13,500,000	125%
2009	16,063,853	16,000,000	100%
2010	15,498,917	16,000,000	97%
2011	17,522,424	18,000,000	97%

Sumber : Output Pengolahan Data dengan Program SPSS 17.0

Berdasarkan tabel hasil efektivitas dalam kurun waktu dua tahun terakhir, yaitu pada tahun 2010-2011 mengalami penurunan sehingga diartikan tidak efektif.

Analisis Proporsi 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. Besarnya proporsi pajak reklame terhadap penerimaan Pendapatan Asli Daerah di Kota Semarang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 8
Proporsi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah
Kota Semarang Tahun 1990-2011
(Dalam Ribuan)

Tahun	Pajak Reklame	PAD	Proporsi(%)
1990	486,302	20,682,270	2.35
1991	713,492	21,935,859	3.25
1992	727,963	24,861,236	2.93
1993	703,905	33,460,225	2.10
1994	1,012,792	33,026,581	3.07
1995	1,257,891	38,274,904	3.29
1996	1,215,870	44,842,649	2.71
1997	1,507,531	50,062,988	3.01
1998	2,079,539	47,392,788	4.39
1999	1,810,945	57,185,999	3.17
2000	1,366,478	48,741,406	2.80
2001	2,517,341	85,524,469	2.94
2002	3,871,338	122,590,244	3.16
2003	7,984,782	143,157,296	5.58
2004	9,754,020	155,824,657	6.26
2005	9,968,447	189,772,559	5.25
2006	10,406,369	224,822,680	4.63
2007	12,344,883	238,237,998	5.18
2008	16,824,197	287,914,250	5.84
2009	16,063,853	308,112,422	5.21
2010	15,498,917	327,992,258	4.73
2011	17,522,424	521,538,058	3.36

Sumber : Output Pengolahan Data dengan Program SPSS 17.0

Tabel 4 menunjukkan bahwa proporsi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Semarang selama kurun waktu dua puluh dua tahun yaitu sejak 1990-2011 bervariasi antara 2,10 persen sampai 6,26 persen.

Analisis Koefisien Korelasi ini digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara pajak reklame dengan Pendapatan Asli Daerah yang pada akhirnya dapat diketahui apakah pajak reklame berperan terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kota Semarang.

Tabel 9
Koefisien Korelasi Pajak Reklame dengan
Pendapatan Asli Daerah
Correlations

		Y	PAD
Y	Pearson Correlation	1	.950**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	22	22
PAD	Pearson Correlation	.950**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	22	22

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Output Pengolahan Data dengan Program SPSS 17.0

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan SPSS diperoleh nilai koefisien korelasi (r) adalah sebesar 0,950 dan signifikansi sebesar 0,000 ($<\alpha=0,05$), keadaan ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat (positif) antara pajak reklame dengan Pendapatan Asli Daerah.

KESIMPULAN

Studi ini menganalisis bagaimana pengaruh variabel jumlah penduduk, jumlah Industri, dan PDRB perkapita, terhadap penerimaan pajak reklame dan Menganalisis besarnya peranan pajak reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah di Kota Semarang dari tahun 1990 sampai dengan tahun 2011.

Variabel jumlah penduduk diperoleh nilai t-hitung sebesar 9.308 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($<\alpha = 0,05$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima Variabel jumlah industri diperoleh nilai t-hitung sebesar -.565 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,587 ($>\alpha = 0,05$). Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak Variabel jumlah PDRB diperoleh nilai t-hitung sebesar .759 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,469 ($>\alpha = 0,05$). Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Analisis Elastisitas pada akhirnya dapat diketahui seberapa besar pajak reklame berpengaruh terhadap Pendapatan Asli Daerah. Pada Tahun 2010 Pajak Reklame berpengaruh terhadap Pendapatan Asli Daerah sekitar -0,087 persen, dan meningkat pada tahun 2011 sekitar 0,152 persen.

Tingkat efektifitas pajak reklame di Kota Semarang dihitung dengan membandingkan antara realisasi penerimaan pajak reklame dengan Target Pajak Reklame yang ditetapkan. Apabila hasil perhitungan pajak reklame menghasilkan angka atau persentase mendekati atau melebihi 100 persen, maka pajak reklame semakin efektif atau dengan kata lain kinerja pemungutan pajak reklame Kota Semarang semakin baik. Dilihat dari Tahun 2010 dan 2011 efektivitas menurun menjadi 97 persen tingkat efektifnya.

Proporsi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Semarang dihitung dengan membandingkan jumlah penerimaan pajak reklame dengan jumlah penerimaan Pendapatan Asli Daerah. dua tahun yaitu sejak 1990-2011 bervariasi antara 2,10 persen sampai 6,26 persen.

Analisis Koefisien korelasi yaitu untuk melihat seberapa besar keeratan pajak reklame dengan Pendapatan Asli Daerah. nilai koefisien korelasi (r) adalah sebesar 0,950 dan signifikansi sebesar 0,000 ($<\alpha=0,05$), keadaan ini menunjukkan bahwa terdapat

hubungan yang sangat kuat (positif) antara pajak reklame dengan Pendapatan Asli Daerah.

Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah :

1. Sampel dalam penelitian ini terbatas pada Kota Semarang saja.
2. Indikator variabel dalam penelitian ini masih sedikit untuk menjelaskan pengaruhnya terhadap pajak reklame di Kota Semarang.

REFERENSI

Akhmad, Rusyadi. 2000. *Peranan Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Di Kabupaten Brebes*. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.

Arief Sasongko, Fajar. 2009. *Evaluasi Kinerja Keuangan Pemerintah Daerah Melalui Analisis Rasio Keuangan APBD Dalam Era Otonomi Daerah (Studi Kasus pada Pemerintah Daerah Kabupaten Karanganyar)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Badan Pusat Statistik. *Jawa Tengah Dalam Angka* berbagai edisi : Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah.

_____ *Semarang Dalam Angka* berbagai edisi. Semarang : Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah.

Devas, Nick, 1989, *Keuangan Pemerintah Daerah di Indonesia*, UI, Press, Jakarta.

Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah, *Laporan Evaluasi Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Semarang*, Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Semarang, 2010.

Gujarati, Darmodar, 1995, *Ekonometrika Dasar*. Terjemahan Sumarno Zein, Penerbit Erlangga Jakarta.

Imam Ghozali, 2005, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Revisi, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang

J. Supranto. 1996. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jakarta : Erlangga.

Karya, Satya Azhar MHD. 2008. *Analisis Kinerja Keuangan Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota Sebelum Dan Sesudah Otonomi Daerah*. Program Pasca Sarjana Universitas Sumatra Utara.

Mardiasmo. 2003. *Perpajakan*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.

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



Musgrave, 1993. *Keuangan Negara Dalam Teori dan Praktek*, edisi V, Erlangga, Jakarta.

Nurmayasari, Dini. 2010. “Analisis Penerimaan Pajak Reklame Kota Semarang”. *Skripsi Tidak Dipublikasikan*, Universitas Diponegoro.

Purnomo.2009. “Analisis Kemandirian Dan Kinerja Keuangan Daerah Dalam Pelaksanaan Otonomi Daerah Pada Pemerintah Kota Yogyakarta, Semarang, Dan Surakarta Tahun 2001-2006”. *Skripsi Tidak Dipublikasikan*, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Sutrisno P.H, 1983, *Dasar – Dasar Kebijakan Ekonomi dan Kebijakan Fiskal*, BPFE, Yogyakarta.

Syuhada Sofian, 1997, Prospek dan Alternatif “Action Plan” Pemajakan Reklame dalam Mendongkrak Pendapatan Asli Daerah Studi Kasus *Skripsi Tidak Dipublikasikan*, Kodya Semarang, Gema Stikubank, Semarang.

Undang – Undang Nomor 32 Tahun 2004 *Tentang Otonomi Daerah*. Jakarta