

**ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENERIMAAN  
PAJAK REKLAME KOTA YOGYAKARTA TAHUN 2000 – 2015**

[Darma.shp07@gmail.com](mailto:Darma.shp07@gmail.com)

Darma Setia Hadi Pratomo  
Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia

**ABSTRAK**

Penelitian ini merupakan penelitian yang dibuat untuk memperbarui dari penelitian sebelumnya mengenai Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap Pajak Reklame di Kota Yogyakarta. Pajak Reklame salah satu sumber pendapatan pajak daerah bagi Kota Yogyakarta. Dapat dilihat dari tahun 2000 – 2015 pajak reklame mengalami peningkatan. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pajak reklame Kota Yogyakarta. Metode yang digunakan adalah Model Regresi Berganda dengan menggunakan *Ordinary Least Square* (OLS). Variabel yang digunakan Pajak Reklame sebagai Variabel Dependent dan Jumlah Penduduk, PDRB, dan Jumlah Industri, sebagai variabel independent.

Hasil uji secara keseluruhan variabel independen ( Jumlah Penduduk, PDRB, Jumlah Industri dan jumlah wisatawan) bersama-sama dapat menunjukkan pengaruhnya terhadap Pajak Reklame Kota Yogyakarta. Nilai R-Square sebesar 0.964196 berarti 96.4% menjelaskan variasi keempat variabel independent mempengaruhi penerimaan Pajak Reklame dan sisanya 3.6% dijelaskan variabel lain. Berdasarkan Hasil uji parsial yang dilakukan menunjukkan bahwa dari semua variabel bebas yang terdiri dari Jumlah Penduduk (PDK), PDRB, Jumlah Industri (ID) dan Jumlah Wisatawan (WST), yang berpengaruh signifikan positif terhadap pajak reklame (PJK) adalah Jumlah penduduk (PDK), PDRB, dan Jumlah Industri (ID). Sedangkan variabel Jumlah Wistawan (WST) tidak berpengaruh terhadap Pajak Reklame (PJK).

Kata Kunci : *Pajak Reklame ( Tax advertising ) , Jumlah Penduduk ( Total Population ) PDRB , dan Jumlah Industri ( Total industry ) , Jumlah Wisatawan ( Total Tourist) Kota Yogyakarta*

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang**

Penyelenggara otonomi daerah yang luas dipandang perlu untuk lebih menekankan pada prinsip-prinsip demokrasi pemerataan dan keadilan serta memperhatikan potensi dan keanekaragaman daerah, pemerintah diberi kewenangan untuk menggali sumber-sumber dana bagi penyelenggara pemerintah dan pembiayaan pembangunan. Pajak daerah merupakan salah satu sumber dana potensial bagi daerah, agar daerah dapat melaksanakan otonomi yang mampu mengatur dan mengurus rumah tangganya sendiri.

Pengertian pajak daerah menurut pasal 1 ayat 6 Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah diterangkan bahwa : Pajak daerah, yang selanjutnya disebut pajak adalah iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan kepada daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah. Pajak diartikan sebagai 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 mempunyai peranan penting dalam pembiayaan keperluan Negara, penerimaan pajak menjadi sumber pendapatan Negara yang semakin hari semakin penting. Hal tersebut dikarenakan untuk membiayai keperluan Negara sekaligus untuk

pembangunan masing masing daerah yang ada di Indonesia. Di tinjau dari lembaga pemungutannya, pajak dibedakan menjadi dua, yaitu pajak pusat dan pajak daerah.

Antara jenis Pajak Daerah salah satunya adalah Pajak Reklame. Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Dimana yang dimaksud dengan reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan atau dinikmati oleh umum.

Pajak Reklame menurut Peraturan Daerah Kabupaten Daerah Tingkat II Karawang Nomor 4 Tahun 1999 Tentang Pajak Reklame diterangkan bahwa : Pajak Reklame adalah pajak yang dipungut atas penyelenggaraan reklame. Pengenaan Pajak Reklame tidak mutlak ada pada seluruh daerah Kabupaten atau Kota yang ada di Indonesia. Untuk dapat dipungut pada suatu daerah Kabupaten atau Kota, pemerintah daerah harus terlebih dahulu menerbitkan peraturan daerah tentang Pajak Reklame yang akan menjadi landasan hukum operasional dalam teknis pelaksanaan pengenaan dan pemungutan Pajak Reklame di daerah Kabupaten atau Kota yang bersangkutan. Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui seberapa besar dan bagaimana pengaruhnya jumlah penduduk, jumlah industri, PDRB dan jumlah wisatawan terhadap penerimaan pajak daerah khususnya dalam pajak reklame.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

- a. Bagaimana pengaruh jumlah penduduk terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta ?
- b. Bagaimana pengaruh jumlah industri terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta ?
- c. Bagaimana pengaruh PDRB terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta ?
- d. Bagaimana pengaruh jumlah wisatawan terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari rumusan masalah yang terurai maka tujuan penelitian yang hendak di capai penulis adalah untuk :

- a. Mengetahui berapa besar pengaruh jumlah penduduk terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta.
- b. Mengetahui berapa besar pengaruh jumlah industri terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta.
- c. Mengetahui berapa besar pengaruh PDRB terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta.
- d. mengetahui berapa besar pengaruh jumlah wisatawan terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian tersebut adalah :

1. Bagi penulis

Menambah ilmu dan pengetahuan dalam bidang pengembangan potensi pajak daerah khususnya pajak reklame yang berada di Kota Yogyakarta.

2. Bagi masyarakat

Sebagai acuan agar masyarakat mengetahui dan menyadari pentingnya membayar pajak.

3. Bagi pemerintah

a. Sebagai bahan masukan bagi para pengambil keputusan untuk merumuskan kebijakan strategis untuk meningkatkan realisasi pajak Reklame Kota Yogyakarta.

b. Diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi Pemerintah Kota Yogyakarta dan Dinas Pengelolaan Keuangan Daerah Kota Yogyakarta dalam menerapkan kebijakan dalam rangka meningkatkan realisasi penerimaan Pajak Reklame di Kota Yogyakarta.

## **TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI**

### **2.1 Kajian pustaka**

Penelitian ini dimaksudkan untuk menggali informasi tentang penelitian pajak Reklame yang sudah diteliti oleh peneliti lain. Dengan penelusuran penelitian terdahulu maka akan dapat dipastikan ruang yang didapat oleh penelitian ini.

Beberapa penelitian mengenai Pajak Reklame telah banyak dilakukan, antara lain :

Pada penelitian Rizki Yulianto (2006) melakukan penelitian yang disusun dalam bentuk skripsi dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame di Kota Semarang” dengan menggunakan alat analisis

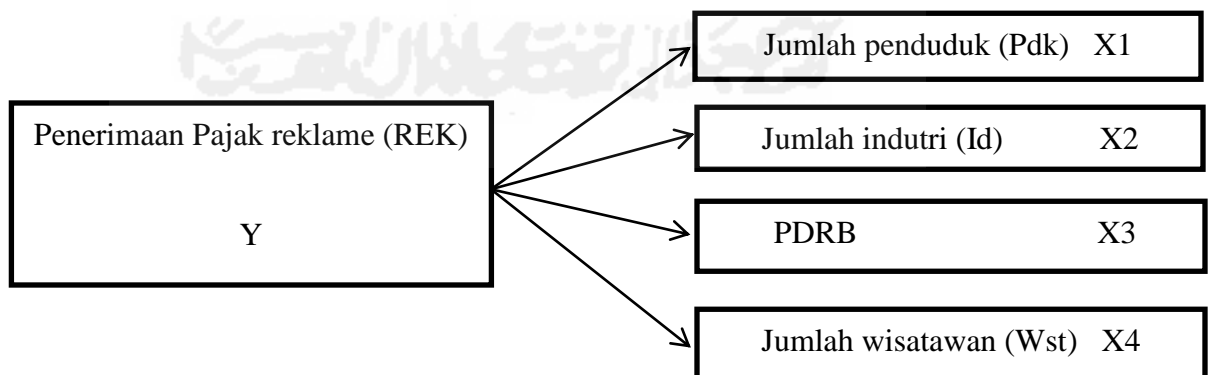
regresi berganda. Persamaan regresi melibatkan dua variabel atau lebih. Regresi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh perubahan dari suatu variabel independen terhadap variabel dependen. Studi kasus dalam penelitian ini adalah Kota Semarang.

## 2.2 Landasan teori

Pajak adalah pungutan wajib yang dibayar rakyat untuk negara dan akan digunakan untuk kepentingan pemerintah dan masyarakat umum. Rakyat yang membayar pajak tidak akan merasakan manfaat dari pajak secara langsung, karena pajak digunakan untuk kepentingan umum, bukan untuk kepentingan pribadi. Pajak merupakan salah satu sumber dana pemerintah untuk melakukan pembangunan, baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Pemungutan pajak dapat dipaksakan karena dilaksanakan berdasarkan undang-undang.

## 2.3 Kerangka pemikiran

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**



## **2.4 Hipotesis**

Setelah adanya kerangka pemikiran tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

- a. Diduga jumlah penduduk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta
- b. Diduga jumlah industri mempunyai pengaruh yang Positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta
- c. Diduga PDRB mempunyai pengaruh yang Positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta
- d. Diduga jumlah wisatawan mempunyai pengaruh yang Positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta.

## **METODE PENELITIAN**

### **3.1 Variabel Penelitian .**

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

#### **3.1.2 Variabel Dependen**

Variabel dependen adalah variabel yang nilainya tergantung pada nilai variabel lain yang merupakan konsekuensi dari perubahan yang terjadi pada variabel bebas (variabel independen). Dalam penelitian ini pajak reklame yang merupakan salah satu pajak Kota Yogyakarta dan salah satu sumber pendapatan asli daerah yang

menunjukkan posisi strategis dalam hal pendanaan pembiayaan di kota Yogyakarta dari tahun 2000 sampai dengan 2015 dijadikan sebagai variabel terikat (variabel dependen), variabel pajak reklame ini diukur dalam rupiah.

### **3.1.3 Variabel Independen**

Dalam penelitian ini melibatkan empat variabel independen sebagai berikut:

1. Jumlah penduduk

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

2. Jumlah industri

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

3. PDRB

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

4. Jumlah wisatawan

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



## **3.2 Jenis dan Sumber Data**

### **3.2.1 Jenis Data**

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

### **3.2.2 Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data sekunder. Menurut Sugiyono (2008 :14) “Data sekunder atau data pendukung ini adalah semua data yang diperoleh dari studi pustaka untuk beberapa teori yang berkaitan dengan permasalahan dan juga sebagai pembandingan terhadap hasil-hasil penelitian terdahulu untuk mendukung pemecahan permasalahan”. data diperoleh melalui dinas pajak daerah dan pengelola keuangan (DPDPK) Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Yogyakarta, serta bahan-bahan kepustakaan berupa bacaan yang berhubungan dengan penelitian, artikel dan laporan yang berkaitan dengan topik yang akan diteliti.

## **3.4 Metode Analisis**

### **3.4.1 Metode Regresi Kuadrat Terkecil**

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

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

Persamaan Regresi dinyatakan sebagai berikut :

$$Y = f(X_1, X_2, X_3, X_4)$$

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

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

Dimana:

Y = Penerimaan pajak reklame Kota Yogyakarta (rupiah)

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

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

X<sub>3</sub> = PDRB Kota Yogyakarta (juta rupiah)

X<sub>4</sub> = Jumlah wisatawan (orang)

#### **3.4.2 Pemilihan Model Regresi**

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

Jika  $Z_1$  signifikan secara statistik melalui uji t maka kita menolak hipotesis nul dan model yang tepat untuk digunakan adalah model log linier dan sebaliknya jika tidak signifikan maka kita menerima hipotesis nul dan model yang tepat digunakan adalah model linier

Jika  $Z_2$  signifikan secara statistik melalui uji t maka kita menolak hipotesis alternatif dan model yang tepat untuk digunakan adalah model log linier dan

sebaliknya jika tidak signifikan maka kita menerima hipotesis alternatif dan model yang tepat untuk digunakan adalah model linier. (Agus Widarjono, 2005).

### 3.4.3 Uji Statistik

Analisis dilakukan melalui pendekatan analisis kuantitatif yaitu dengan model regresi dengan metode 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 koefisien determinan ( $R^2$ )

$R^2$  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

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

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 variasi variabel tidak bebas ada keterkaitan.

## 2. Uji signifikansi simultan (uji f)

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

## 3. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

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

1)  $H_0 : \beta_1 = 0$ , yaitu tidak ada pengaruh 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)  $H_0 : \beta_2 = 0$ , yaitu tidak ada pengaruh signifikansi variabel jumlah industri secara individu terhadap variabel pajak reklame.

$H_1 : \beta_2 > 0$ , yaitu terdapat pengaruh positif signifikansi variabel jumlah industri secara individu terhadap variabel pajak reklame.

3)  $H_0 : \beta_3 = 0$ , yaitu tidak ada pengaruh signifikansi variabel PDRB secara individu terhadap variabel pajak reklame.

$H_1 : \beta_3 > 0$ , yaitu terdapat pengaruh positif signifikansi variabel PDRB secara individu terhadap variabel pajak reklame.

4)  $H_0 : \beta_4 = 0$ , yaitu tidak ada pengaruh signifikansi variabel jumlah wisatawan secara individu terhadap variabel pajak reklame.

$H_1 : \beta_4 > 0$ , yaitu terdapat pengaruh positif signifikansi variabel jumlah wisatawan secara individu terhadap variabel pajak reklame.

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

#### **3.4.4 Uji Asumsi Klasik**

Dalam penggunaan regresi, terdapat beberapa asumsi dasar yang dapat menghasilkan estimator linear tidak bias. Dengan terpenuhi asumsi tersebut, maka hasil yang diperoleh lebih akurat dan mendekati atau sama dengan kenyataan.

##### **a. Uji Normalitas**

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

## **b. Uji Autokorelasi**

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

## **c. Uji Heterokedastisitas**

Uji heteroskedastisitas adalah variabel independen (homoskedastisitas). model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Di uji dengan pengambilan keputusan jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel independen, maka terjadi heteroskedastisitas. jika probabilitas signifikan diatas tingkat kepercayaan 5% dapat disimpulkan model regresi tidak mengarahadanya heteroskedastisitas.

## **d. Uji Multikolinearitas**

Adalah hubungan yang terjadi diantara variabel-variabelindependen, pengujian terhadap gejala multikolinearitas dapatdilakukan dengan membandingkan koefisien determinasi parsial, ( $R^2$ ) dengan koefisien determinasi majemuk ( $R^2$ ) regresi awal atau yang disebut dengan metode Klein rule ofThumbs. Jika  $R^2 < R^2$  maka tidak ada multikolineraitas.( Widarjono, 2005)

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **4.1 Deskripsi Data Penelitian**

Dalam pembahasan sub-sub bab ini akan diuraikan mengenai hasil analisis dari obyek pajak reklame , jumlah penduduk, PDRB, jumlah industri dan jumlah wisatawan. Penelitian ini menggunakan data dalam kurun waktu tertentu secara

berkala atau time series. Jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 16 tahun secara berurutan dari tahun 2000-2015.

#### 4.2 Uji Spesifikasi Model

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

<b>Z1</b>	0.9183
<b>Z2</b>	0.1128

Sumber : hasil olah data eviews

Berdasarkan dari hasil regresi tersebut, maka dapat disimpulkan dengan menggunakan uji MWD nilai Z1 sebesar 0.9183 dan Z2 sebesar 0.1128 artinya tidak signifikan secara statistik, kesimpulan yang dapat diambil dari tabel hasil uji MWD di atas adalah baik model linier maupun model log linier sama baiknya untuk digunakan dalam mengestimasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi penerimaan pajak reklame di kota Yogyakarta. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan model linier karena dilihat dari nilai  $R^2$  model linier yaitu 0.964196 lebih tinggi dibandingkan dengan nilai  $R^2$  model log linier yaitu 0.915277

Jumlah penduduk	0.0307
Jumlah industri	0.0042
PDRB	0.0213
Jumlah wisatawan	0.3009

Sumber : hasil olah data eviews

Berdasarkan hasil estimasi model linear berganda, dapat diketahui dengan melihat probabilitas dari X1 (jumlah penduduk), X2 (jumlah industri), X3 (PDRB), dan X4 (jumlah wisatawan) pada model regresi linear berganda terdapat tiga variabel

yang signifikan yaitu X1 (jumlah penduduk), X2 (Jumlah industri) dan X3 (PDRB) pada  $\alpha = 1\%$  5% dan 10%. Dengan melihat R-Squared ( $R^2$ ) yang nilainya 0.963164

## 4.2 Pengujian Statistik

### 4.2.1 Uji R-squared ( $R^2$ ).

Berdasarkan hasil regresi perhitungan yang dilakukan untuk mengukur proporsi atau presentase dari variasi total variabel dependen yang mampu dijelaskan oleh model regresi  $R^2$  dalam regresi sebesar 0.964156 ini artinya variabel pajak reklame dijelaskan variabel jumlah penduduk, jumlah industri, pertumbuhan ekonomi, jumlah wisatawan sebesar 96.4% dan sisanya sebesar 3.6% dijelaskan variabel lain diluar model atau faktor lain yang tidak termasuk dalam persamaan regresi yang dibuat.

### 4.2.2 Uji T

Uji t dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Caranya adalah dengan membandingkan nilai probabilitas t hitung dengan *level of significance* ( $\alpha$  1% 5% 10%) Masing-masing variabel bebas dikatakan mempunyai pengaruh yang signifikan (nyata) apabila nilai probabilitas t hitung  $\leq$  *level of significance* ( $\alpha = 1\%$  5% 10%). .

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

Hipotesis yang digunakan :

$$H_0 : \beta = 0$$

$$H_1 : \beta > 0$$



Variabel X1 (jumlah penduduk) menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0.0307 lebih kecil dari taraf  $\alpha$  5%, maka H0 ditolak, artinya variabel X1 (jumlah penduduk) kota Yogyakarta periode 2000 – 2015 berpengaruh signifikan secara positif sesuai hipotesis terhadap penerimaan pajak reklame kota Yogyakarta.

2. Uji statistik variabel X2 (jumlah industri)

H0 :  $\beta = 0$

H1 :  $\beta > 0$

Variabel X2 (jumlah industri) menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0.0042 lebih kecil dari taraf  $\alpha$  1%, maka H0 ditolak, artinya variabel X2 (jumlah industri) kota Yogyakarta periode 2000 – 2015 berpengaruh signifikan secara positif sesuai hipotesis terhadap penerimaan pajak reklame kota Yogyakarta.

3. Uji statistik variabel X3 (PDRB)

H0 :  $\beta = 0$

H1 :  $\beta > 0$

Variabel X3 (PDRB) menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0.0213 lebih kecil dari taraf  $\alpha$  5%, maka H0 ditolak yang artinya berpengaruh signifikan. Maka (jumlah industri) kota Yogyakarta periode 2000 – 2015 berpengaruh secara positif sesuai hipotesis terhadap penerimaan pajak reklame kota Yogyakarta.

4. Uji statistik variabel X4 (jumlah wisatawan)

H0 :  $\beta = 0$

H1 :  $\beta > 0$

Variable X4 (jumlah wisatawan) menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0.3009 lebih besar dari taraf  $\alpha$  1% 5% 10% maka gagal menolak H0 atau menerima Ha yang artinya tidak berpengaruh signifikan. Maka (jumlah wisatawan) kota Yogyakarta periode 2000 -2015 tidak berpengaruh secara positif sesuai hipotesis terhadap penerimaan pajak reklame kota Yogyakarta.

#### 4.2.3 Uji F

Dilihat dari estimasi regresi linear berganda nilai f-statistik atau probabilitas sebesar 0.000000 pada  $\alpha$  1%, maka H0 ditolak. Artinya variabel jumlah penduduk, jumlah industri, PDRB, dan jumlah wisatawan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta.

akarta tahun 2000-2015.

### 4.3 Uji Asumsi Klasik

#### 4.3.1 Uji Multikolinieritas

**Tabel 4.5**

**Hasil Uji Multikolinieritas**

Variabel	R <sup>2</sup> regresi	R <sup>2</sup> variabel	Keterangan
PDK	0.964156	0.518559	Tidak ada multikolinieritas
ID	0.964156	0.721070	Tidak ada multikolinieritas
PDRB	0.964156	0.943500	Tidak ada multikolinieritas
WST	0.964156	0.948624	Tidak ada multikolinieritas

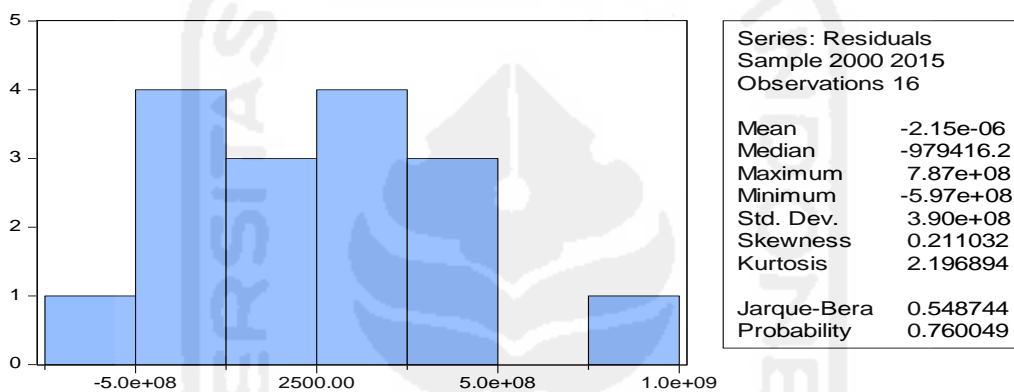
Sumber : hasil olah data sekunder 2016

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas dengan metode deteksi klien dapat dilihat bahwa  $R^2$  regresi  $>$   $R^2$  variabel maka tidak terdapat masalah multikolinieritas dari variabel jumlah penduduk, jumlah industri, PDRB, dan jumlah wisatawan

### 4.3.2 Uji Normalitas

**Table 4.6**

**Hasil Uji Normalitas**



Sumber : hasil olah data eviews 9

Keputusan terdistribusi normal tidaknya residual secara sederhana dengan membandingkan nilai Probabilitas JB (Jarque-Bera) hitung dengan tingkat alpha 0,05 (5%). Apabila Prob. JB hitung lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa residual terdistribusi normal dan sebaliknya, apabila nilainya lebih kecil maka tidak cukup bukti untuk menyatakan bahwa residual terdistribusi normal. Nilai Prob. JB hitung sebesar  $0,760049 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa residual terdistribusi normal yang artinya asumsi klasik tentang kenormalan telah dipenuhi.

### 4.3.3 Uji Autokorelasi

**Table 4.7**

**Hasil Uji Autokorelasi**

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

F-statistic	0.197221	<b>Prob. F(2,9)</b>	<b>0.6654</b>
Obs*R-squared	0.309450	Prob. Chi-Square(2)	0.5780

Sumber : hasil olah data eviews 9

Dapat dilihat nilai Prob. F(2,9)\* sebesar 0.6654 dapat juga disebut sebagai nilai probabilitas F hitung. Nilai Prob. F hitung lebih besar dari tingkat alpha 0,05 (5%) sehingga, berdasarkan uji hipotesis, H0 diterima yang artinya terjadi tidak autokorelasi.

### 4.3.4 Uji Heterokedastisitas

**Table 4.8**

**Hasil Uji Heterokedastisitas**

Heteroskedasticity Test: White

F-statistic	0.825508	Prob. F(14,1)	0.7104
Obs*R-squared	14.72582	<b>Prob. Chi-Square(14)</b>	<b>0.3972</b>
Scaled explained SS	4.165342	Prob. Chi-Square(14)	0.9944

Sumber : hasil olah data eviews 9

Dapat dilihat dari nilai probabilitas. Jika p-value obs\*-square  $< \alpha$  5%, maka Ho ditolak, sedangkan p-value obs \*square  $> \alpha$  H0 diterima. Karena p-value obs\*-square pada uji heteroskedastisitas  $0.3972 > 5\%$  maka H0 diterima. Dapat dikatakan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas.

## 4.4 Analisis Ekonomi

Dari hasil regresi eviews terhadap variabel pajak reklame kota Yogyakarta dapat diketahui nilai  $R^2$  sebesar 0.964156 ini menunjukkan bahwa 96.4% variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen (jumlah penduduk, jumlah industri, PDRB, jumlah wisatawan) dalam kurun waktu 16 tahun dari tahun 2000 – 2015, sedangkan sisanya 3.6% dijelaskan oleh variabel diluar model yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

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

#### **4.4.1 Jumlah Penduduk**

Berdasarkan hasil Penelitian menunjukkan jumlah penduduk berpengaruh positif terhadap penerimaan pajak daerah Kota Yogyakarta. Arti koefisien regresi variabel jumlah penduduk 1.6282.49 adalah apabila jumlah penduduk bertambah 1 orang maka penerimaan Pajak reklame akan bertambah sebesar Rp 16.282,49 dengan asumsi variabel lainnya konstan. Uji t dengan dilihat nilai probabilitas 0.0307 lebih kecil dari 5% maka menunjukkan Jumlah Penduduk berpengaruh signifikan terhadap penerimaan pajak reklame, hal ini menunjukkan bahwa adanya kenaikan jumlah penduduk akan mengakibatkan adanya permintaan penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta.

#### **4.4.2 Jumlah Industri**

Berdasarkan hasil Penelitian menunjukkan jumlah industri berpengaruh positif terhadap penerimaan pajak reklame Kota Yogyakarta dan hasilnya positif signifikan dengan hipotesis. Hasil regresi menunjukkan nilai koefisien sebesar 1.922284. yang

artinya jika jumlah industri bertambah 1 unit maka penerimaan pajak reklame Kota Yogyakarta bertambah sebesar Rp 1.922.284. Uji t-statistik jumlah industri berpengaruh signifikan secara positif terhadap penerimaan pajak reklame Kota Yogyakarta karena dilihat dari nilai probabilitas sebesar 0.0042 lebih kecil dari  $\alpha$  1% maka  $H_0$  ditolak, yang artinya jumlah industri berpengaruh secara keseluruhan positif terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta. Hal ini disebabkan karena dalam rangka memperkenalkan produknya maka industri-industri tersebut akan mempergunakan media reklame.

#### **4.4.3 PDRB**

Hasil Penelitian menunjukkan PDRB berpengaruh positif terhadap penerimaan pajak reklame Kota Yogyakarta dan hasilnya signifikan sesuai dengan hipotesis. Arti koefisien regresi variabel PDRB 1.154032 adalah apabila PDRB bertambah 1 rupiah maka pajak reklame akan bertambah sebesar Rp 1.154.032 dengan asumsi variabel lainnya konstan. Uji t statistik untuk PDRB dapat dilihat dari signifikan variabel tersebut. Nilai Probabilitas variabel PDRB adalah 0.0213 lebih kecil dari  $\alpha$  5% maka  $H_0$  ditolak menunjukkan pengaruh signifikan PDRB terhadap penerimaan Pajak Reklame. tanda positif menunjukkan adanya kenaikan PDRB Kota Yogyakarta besar, bisa menambahkan Penerimaan Pajak Reklame. Sejalan bila dilihat dari perkembangan Penerimaan PDRB mengalami peningkatan tiap tahunnya.

#### **4.4.3 Jumlah Wisatawan**

Berdasarkan hasil Penelitian menunjukkan jumlah wisatawan tidak berpengaruh signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di kota Yogyakarta tahun

2000 – 2015. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara yang berkunjung ke Kota Yogyakarta itu tidak mempengaruhi penerimaan pajak reklame. Dengan demikian Hal tersebut tidak sesuai dengan teori penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa jumlah wisatawan berpengaruh terhadap penerimaan pajak daerah dan hipotesis penelitian, yaitu bahwasannya diduga jumlah wisatawan berpengaruh signifikan terhadap penerimaan pajak reklame.

## **KESIMPULAN DAN IMPLIKASI**

### **1.1 Kesimpulan**

Hasil Analisis pengaruh Jumlah Penduduk, PDRB, Jumlah Industri dan Jumlah Wisatawan terhadap penerimaan Pajak Reklame Kota Yogyakarta tahun 2000-2015. Maka kesimpulan penelitian ini sebagai berikut :

- 1) Berdasarkan Hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel Jumlah Penduduk berpengaruh signifikan dan positif terhadap pajak reklame Kota Yogyakarta.
- 2) Berdasarkan Hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel Jumlah Industri berpengaruh signifikan dan positif terhadap pajak reklame Kota Yogyakarta.
- 3) Berdasarkan Hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel PDRB berpengaruh signifikan dan positif terhadap pajak reklame Kota Yogyakarta.

- 4) Berdasarkan Hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa jumlah wisatawan tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap pajak reklame Kota Yogyakarta.

## **1.2 Implikasi**

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

- 1) Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan jumlah penduduk mempunyai pengaruh positif terhadap penerimaan pajak reklame, hal tersebut bertentangan dengan program pemerintah yang bertujuan mengendalikan jumlah penduduk. Sehingga akan lebih baik apabila digunakan pendekatan lain untuk mengukur pengaruh jumlah penduduk terhadap penerimaan pajak reklame, seperti dengan melihat taraf hidup penduduk.
- 2) Jumlah industri secara keseluruhan dapat meningkatkan penerimaan pajak reklame, dengan sisi positif yaitu dapat membantu pemerintah mengatasi masalah pengangguran akibat terbukanya lapangan pekerjaan. Tetapi satu sisi lain adanya faktor yang mempengaruhi jumlah industri tersebut membuat penerimaan pajak reklame bisa menurun dan bisa jadi dapat menghambat pertumbuhan jumlah industri itu sendiri. Maka di harapkan untuk penelitian selanjutnya agar dapat memperjelas faktor tersebut, agar menjadi satu kebijakan buat pemerintah daerah Kota Yogyakarta.
- 3) PDRB Perkapita merupakan tolak ukur untuk menunjukkan & menggambarkan kesejahteraan masyarakat. Secara keseluruhan PDRB Kota Yogyakarta terus



mengalami kenaikan setiap tahunnya, hal ini merupakan kabar baik bagi Pemerintah Kota Yogyakarta. Tentunya apabila kesejahteraan masyarakat semakin baik maka akan menimbulkan potensi pasar, sehingga menarik minat perusahaan untuk mempromosikan produk atau jasanya di daerah tersebut, maka kesejahteraan masyarakat Kota Yogyakarta harus terus selalu di pertahankan

- 4) Adanya pengaruh yang tidak signifikan antara jumlah kunjungan wisatawan terhadap penerimaan pajak reklame kota Yogyakarta, maka perlu diperhatikan oleh Pemerintah kota Yogyakarta untuk dapat lebih mempromosikan lagi obyek wisata yang berada di kota Yogyakarta agar memiliki daya tarik untuk didatangi oleh wisatawan baik nusantara maupun mancanegara. hal ini akan mempengaruhi penerimaan pajak daerah khususnya pajak reklame.