

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENERIMAAN PAJAK  
REKLAME DI KABUPATEN KLATEN TAHUN 2000-2013**

**Noviyanto Indriyawan  
Ign. Agus Wantara**

**Program Studi Ekonomi Pembangunan  
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta  
Jln. Babarsari 43-44, Yogyakarta**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh PDRB, Jumlah Penduduk dan Jumlah Perusahaan terhadap Penerimaan Pajak Reklame Kabupaten Klaten. Data yang digunakan adalah data sekunder. Data sekunder bersumber dari dokumen resmi yang dikeluarkan instansi terkait. Tahun pengamatan dimulai dari tahun 2000 hingga tahun 2013. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda.

Hasil Uji F menunjukkan bahwa variabel independen (PDRB, Jumlah Penduduk dan Jumlah Perusahaan) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel penerimaan pajak reklame. Hasil Uji t dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ )= 5% menunjukkan bahwa PDRB dan jumlah penduduk berpengaruh positif terhadap penerimaan pajak reklame, sedangkan jumlah perusahaan tidak berpengaruh positif. Hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,988912 yang berarti bahwa 98,89% variabel dependen (penerimaan pajak reklame) mampu dijelaskan oleh variabel independen dalam model (PDRB, jumlah penduduk, jumlah perusahaan), sedangkan sisanya 1,11% dijelaskan oleh faktor lain diluar model.

Kata kunci: pajak reklame, PDRB, jumlah penduduk, jumlah perusahaan.

## **1. 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. Dalam usaha mencapai tujuan pembangunan tersebut, pemerintah menciptakan tahap-tahap pelaksanaannya, baik untuk jangka panjang maupun jangka pendek yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, pembiayaan, pengawasan dan evaluasi dengan tidak mengesalkan arti peran dari pihak-pihak lainnya dalam berpartisipasi mensukseskan pembangunan nasional.

Pembangunan nasional merupakan rangkaian upaya pembangunan yang berkesinambungan yang meliputi seluruh kehidupan masyarakat, bangsa dan negara. Seiring dengan diberlakukannya otonomi daerah maka dikenal pula istilah desentralisasi fiskal. Desentralisasi fiskal berarti pendelegasian kewenangan dan tanggung jawab fiskal dari pemerintah pusat kepada pemerintah daerah. Dengan diberlakukannya kebijakan desentralisasi fiskal, maka daerah diberikan kebebasan untuk mengatur sistem pembiayaan dan pembangunan daerahnya sesuai dengan potensi dan kapasitasnya masing-masing. Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan salah satu indikator yang menentukan derajat kemandirian suatu daerah. Semakin besar penerimaan PAD suatu daerah maka semakin rendah tingkat ketergantungan pemerintah daerah tersebut terhadap pemerintah pusat. Sebaliknya, semakin rendah penerimaan PAD suatu daerah maka semakin tinggi tingkat ketergantungan pemerintah daerah tersebut terhadap pemerintah pusat. Upaya peningkatan Pendapatan Asli Daerah dapat dilakukan dengan cara peningkatan terhadap sumber daya yang sudah ada, dalam hal ini adalah pajak 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. Salah satu jenis pajak yang menarik dari semua pajak yang dikelola adalah pajak reklame yang merupakan bagian dari pajak daerah. Pajak Reklame adalah pungutan yang dikenakan terhadap penyelenggaraan reklame (Siahaan, 2005). Pajak reklame dikenakan dengan alasan bahwa reklame dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan suatu barang, jasa yang dapat dilihat, dibaca di tempat umum. 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. Pemberian beban bagi wajib pajak reklame memang bukan semata-mata karena meningkatkan kebutuhan dana untuk pembangunan saja, tetapi juga di sebabkan sifat pajak reklame sebagai pajak objektif yang dasar pengenaannya adalah nilai sewa reklame (NSR). NSR yang diperhatikan dengan memperhatikan lokasi penempatan, jenis reklame, jangka waktu penyelenggaraan dan ukuran media reklame.

### **1.2. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pengaruh PDRB terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Klaten
2. Bagaimana pengaruh jumlah penduduk terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Klaten
3. Bagaimana pengaruh jumlah perusahaan terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Klaten
4. Bagaimana pengaruh PDRB, jumlah penduduk dan jumlah perusahaan terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Klaten

### **1.3. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh PDRB terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Klaten
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh jumlah penduduk terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Klaten
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh jumlah perusahaan terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Klaten

4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh PDRB, jumlah penduduk dan jumlah perusahaan terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Klaten

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

1. Sebagai bahan informasi bagi para peneliti atau pembaca sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian lanjutan.
2. Diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pemerintah daerah Kabupaten Klaten dalam rangka peningkatan pajak reklame.
3. Memperkaya khasanah kepustakaan.
4. Bagi penulis, sebagai sarana mempraktekkan ilmu yang didapatkan dari bangku kuliah.

#### **1.5. Hipotesis Penelitian**

1. PDRB mempunyai pengaruh positif terhadap penerimaan pajak reklame Kabupaten Klaten
2. Jumlah penduduk mempunyai pengaruh positif terhadap penerimaan pajak reklame Kabupaten Klaten
3. Jumlah perusahaan mempunyai pengaruh positif terhadap penerimaan pajak reklame Kabupaten Klaten
4. Secara bersama-sama PDRB, jumlah penduduk dan jumlah perusahaan mempunyai pengaruh terhadap penerimaan pajak reklame Kabupaten Klaten

## **2. LANDASAN TEORI**

### **2.1. Pengertian Pajak**

Menurut Prof. Dr. P. J. A. Adriani yang telah diterjemahkan oleh R. Santoso Brotodiharjo (1991: 2) 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 berhubung dengan tugas negara yang menyelenggarakan pemerintahan.

## **2.2. Pajak Daerah**

Menurut Kesit Bambang Prakosa (2005) Pajak Daerah adalah iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan kepada daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah.

Pada Pasal 2 Undang-Undang Nomer 28 Tahun 2009 jenis pajak daerah terbagi atas daerah provinsi dan daerah kabupaten/kota sebagai berikut:

1. Jenis pajak provinsi:
  - a. Pajak Kendaraan Bermotor
  - b. Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor
  - c. Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor
  - d. Pajak Air Permukaan
  - e. Pajak Rokok
2. Jenis pajak kabupaten/kota:
  - a. Pajak Hotel
  - b. Pajak Restoran
  - c. Pajak Hiburan
  - d. Pajak Reklame
  - e. Pajak Penerangan Jalan
  - f. Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan
  - g. Pajak Parkir
  - h. Pajak Air Tanah
  - i. Pajak Sarang Burung Walet
  - j. Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan
  - k. Bea Perolehan Hak Atas Tanah dan Bangunan

## **2.3. Pajak Reklame**

Berdasarkan Undang-Undang Nomer 34 Tahun 2000 , pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame, yaitu benda, alat, perbuatan, atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan suatu barang, jasa atau

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

Objek pajak reklame adalah semua penyelenggara reklame, meliputi:

- a. Reklame Papan/billboard
- b. Reklame Megatron/Videotron/Large Electronic Display (LED)
- c. Reklame Kain
- d. Reklame Melekat/Stiker
- e. Reklame Selebaran
- f. Reklame Berjalan termasuk pada kendaraan
- g. Reklame Udara
- h. Reklame Suara
- i. Reklame Film/Slide
- j. Reklame Peragaan

Dasar pemungutan pajak reklame pada suatu kabupaten atau kota yaitu:

- a. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
- b. Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 yang merupakan perubahan atas Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
- c. Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 tentang Pajak Daerah.
- d. Peraturan Daerah Kabupaten/Kota yang mengatur tentang Pajak Reklame.
- e. Keputusan Bupati/Walikota yang mengatur tentang Pajak Reklame sebagai aturan pelaksanaan peraturan daerah tentang Pajak Reklame pada Kabupaten/Kota yang dimaksud.

### **3. METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi, Jenis, Sumber Data dan Alat Analisis**

Lokasi penelitian dilakukan di Kabupaten Klaten, data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari dokumen resmi yang dikeluarkan instansi terkait. Tahun pengamatan dimulai dari tahun 2000-2013. Alat analisis

yang digunakan menggunakan alat analisis regresi linear berganda untuk jenis data time series dengan menggunakan metode OLS.

### 3.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan model regresi linear berganda dengan metode kuadrat terkecil. Bentuk fungsi dari model tersebut adalah

$$Y = f(X_1, X_2, X_3) \dots \dots \dots (3.1)$$

Keterangan:

- Y = Penerimaan pajak reklame (dalam rupiah)
- X<sub>1</sub> = PDRB (juta rupiah)
- X<sub>2</sub> = Jumlah penduduk (orang)
- X<sub>3</sub> = Jumlah perusahaan (unit)

### 3.3 Uji MWD

Untuk mengetahui model yang lebih sesuai antara model linear atau model log linear dilakukan uji McKinnon, White and Davidson (MWD) (Gujarati, 2003:264-266).

Apabila bentuk linear maka persamaan untuk model yang ditaksir adalah:

$$Y = \alpha_0 + \alpha_1 X_1 + \alpha_2 X_2 + \alpha_3 X_3 + e \dots \dots \dots (3.2)$$

Apabila bentuk log linear maka persamaan untuk model yang ditaksir adalah:

$$LY = L\beta_0 + \beta_1 LX_1 + \beta_2 LX_2 + \beta_3 LX_3 + u \dots \dots \dots (3.3)$$

Kriteria pengujian:

1. Apabila probabilitas t hitung  $Z_1 > \alpha$  (tidak signifikan) dan probabilitas t hitung  $Z_2 < \alpha$  (signifikan) maka pilih model log linear.
2. Apabila probabilitas t hitung  $Z_1 < \alpha$  (signifikan) dan probabilitas t hitung  $Z_2 > \alpha$  (tidak signifikan) maka pilih model linear.

### 3.4 Uji Asumsi Klasik

Multikolinearitas berarti adanya hubungan linear yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan (independen) dari model regresi (Gujarati, 2003:61). Untuk mengetahui terjadi atau tidaknya gejala multikolinier dilakukan dengan metode *Auxiliary Regression*.

Contoh model auxiliary, model teoritis:

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

$$X_1 = f_0 + f_1 X_2 + f_2 X_3 + U$$

.....(3.8)

Model yang ditaksir:

$$\hat{X}_1 = \hat{f}_0 + \hat{f}_1 X_2 + \hat{f}_2 X_3$$

.....(3.9)

Untuk mengetahui apakah multikolinearitas tersebut sempurna atau tidak sempurna, maka digunakan kriteria *Klein Rule of Thumb*, yaitu membandingkan nilai  $R^2$  dari model regresi awal dengan  $R^2$  dari model regresi auxiliary.

Kriteria pengujian:

- Jika nilai  $R^2$  awal > nilai  $R^2$  auxiliary, maka multikolinearitasnya tidak sempurna
- jika nilai  $R^2$  awal < nilai  $R^2$  auxiliary, maka multikolinearitasnya sempurna.

Autokorelasi adalah korelasi antara anggota-anggota serangkaian observasi yang diuraikan menurut waktu dan ruang (Gujarati, 2003:112). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Untuk mengetahui adanya autokorelasi digunakan *Statistic DurbinWatson* (Gujarati, 2003:119).

Kriteria pengujian :

$H_0$	: tidak ada autokorelasi positif
$H_0^*$	: tidak ada autokorelasi negatif
$0 < d < d_l$	: terdapat autokorelasi positif
$4 - d_l \leq d \leq 4$	: terdapat autokorelasi negatif
$d_u \leq d \leq 4 - d_u$	: tidak terdapat autokorelasi
$d_l \leq d \leq d_u$ atau $4 - d_u \leq d \leq 4 - d_l$	: pengujian tidak dapat disimpulkan (ragu-ragu).

Deteksi heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2005:99). Salah satu metode yang digunakan untuk mendeteksi



heteroskedastisitas digunakan metode *White Heteroscedasticity* dengan langkah sebagai berikut:

1. Mengestimasi model dasar untuk mendapatkan nilai residual, persamaan (3.2)

2. Menaksir persamaan berikut :

$$\hat{e}_i^2 = g_1 + g_2 X_1 + g_3 X_2 + g_4 X_3 + g_5 X_1^2 + g_6 X_2^2 + g_7 X_3^2 + g_8 X_1 X_2 + g_9 X_1 X_3 + g_{10} X_2 X_3 + W \dots \dots \dots (3.10)$$

3. Melakukan pengujian dengan menggunakan Chi-square ( $X^2$ ) yaitu dengan membandingkan nilai  $X^2$  hitung dengan  $X^2$  tabel.

4. Mengambil keputusan dengan kriteria:

- a. Apabila  $X^2$  hitung (Obs\*R-Square) >  $X^2$  tabel maka signifikan, artinya model regresi mengandung heteroskedastisitas.
- b. Apabila  $X^2$  hitung (Obs\*R-Square) <  $X^2$  tabel maka tidak signifikan, artinya model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas.

**3.5 Uji Statistik**

Uji F pada dasarnya dimaksudkan untuk membuktikan secara statistik apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh atau tidak terhadap variabel dependen. 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. Artinya ada pengaruh secara simultan atau bersama-sama PDRB, jumlah penduduk dan jumlah perusahaan terhadap penerimaan pajak reklame. Sebaliknya apabila, F hitung < Ftabel maka

$H_0$  tidak ditolak. Artinya tidak ada pengaruh secara simultan atau bersama-sama PDRB, jumlah penduduk dan jumlah perusahaan terhadap penerimaan pajak reklame.

Uji t di kenal dengan uji parsial, yaitu untuk menguji ada tidaknya pengaruh masing-masing variabel bebas secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. nilai t hitung dapat diperoleh dengan formula sebagai berikut :

$$t_h = \frac{\hat{a}_i - a_i^*}{Se(\hat{a}_i)}$$

Keterangan :

$\hat{a}_i$  : koefisien regresi variabel  $X_i$  hasil estimasi

$a_i^*$  : koefisien variabel  $X_i$  menurut hipotesis  $H_0$

$Se(\hat{a}_i)$  : *standart error* koefisien regresi variabel  $X_i$ .

$i$  : 1,2,3

Uji t ini dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Apabila t hitung  $>$  t tabel, maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak, dengan demikian variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen. Apabila t hitung  $<$  t tabel, maka hipotesis nol ( $H_0$ ) tidak ditolak, dengan demikian variabel independen secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen.

$R^2$  bertujuan untuk mengetahui seberapa besar variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model regresi. Koefisien determinasi dirumuskan sebagai berikut:

$$R^2 = 1 - \frac{\sum e_i^2}{\sum y_i^2}$$

Keterangan:

$\sum e_i^2$  = jumlah kuadrat residu (*residual sum of squares/ RSS*)

$\sum y_i^2$  = total jumlah kuadrat (*total sum of squares/ TSS*).

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Hasil Regresi Linear Berganda

Tabel 4.2 Hasil Estimasi Model Regresi Log Linear, Persamaan (3.5)

Dependen Variabel LY				
Variabel	Koefisien	Std Error	t-statistik	Probabilitas
Konstanta	-413,3420	161,4147	-2,560746	0,0283
LX1	2,573789	0,816817	3,151000	0,0103
LX2	29,75872	12,27432	2,424470	0,0358
LX3	-2,648113	1,128811	-2,345933	0,0409
R <sup>2</sup>	0,988912		F-hitung	297,2801
Adj-R <sup>2</sup>	0,985585		Prob. F	0,000000
DW statistik	3,158111			

Sumber: Lampiran 3 halaman 58.

### 4.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, nilai R<sup>2</sup> model Auxiliary masing-masing sebesar 0,959417, 0,957477, 0,536898 lebih kecil dari nilai R<sup>2</sup> regresi utama sebesar 0,988912 sehingga dapat dikatakan bahwa multikolinearitanya tidak sempurna

Berdasarkan hasil uji autokorelasi dengan menggunakan uji Durbin Watson nilai hitung DW adalah 3,158111 nilai dl: 0,7667 dan du: 1,7788 pada  $\alpha=5\%$  dengan k=3 dan n=14. Diperoleh nilai 4-du= 2,2212 dan 4-dl= 3,2333 karena nilai DW statistik terletak antara nilai 4-du < 4-dl maka dapat disimpulkan bahwa nilai DW terletak didaerah ragu-ragu.

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji white menunjukkan tabel Chi Square dengan derajat kebebasan (df) = 7 dan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) 5% maka diperoleh X<sup>2</sup><sub>tabel</sub> sebesar 14,07. Sedangkan X<sup>2</sup><sub>hitung</sub> = n x R<sup>2</sup> = 14 x 0,230972 = 3,233602. Dengan demikian nilai X<sup>2</sup><sub>hitung</sub> (3,233602) < nilai

$X^2$  tabel (14,07). Hasil tersebut menunjukkan bahwa model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas.

### 4.3 Hasil Uji Statistik

Berdasarkan hasil estimasi model log linear, diperoleh nilai F hitung sebesar 297,2801. Besarnya nilai  $F_{tabel} = F_{\alpha (k-1) (n-k)} = F_{0,05 (4-1) (14-4)} = F_{0,05 (3) (10)} = 3,71$ . Menunjukkan bahwa F hitung lebih besar dari F tabel, ini berarti bahwa secara bersama-sama variabel PDRB, jumlah penduduk dan jumlah perusahaan berpengaruh terhadap variabel penerimaan pajak reklame.

Dengan *degree of freedom*  $(n-k) = 14 - 4 = 10$ , dan tingkat signifikansi  $(\alpha) = 5\%$ , diperoleh nilai t tabel untuk uji satu sisi  $= t_t = t_{\alpha(n-k)} = t_{0,05(10)} = 1,81$ . Sedangkan nilai t tabel untuk uji dua sisi  $= t_t = t_{\alpha/2 (n-k)} = t_{0,025 (10)} = 2,228$ . Berdasarkan hasil regresi diperoleh nilai t hitung konstanta sebesar  $|-2,56| > 2,228$  maka  $H_0$  ditolak. nilai t-hitung untuk variabel PDRB sebesar 3,151 lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 1,81 berarti  $H_0$  ditolak maka secara individual PDRB berpengaruh positif terhadap pajak reklame. Variabel jumlah penduduk sebesar 2,424 lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 1,81 berarti  $H_0$  ditolak maka secara individual jumlah penduduk berpengaruh positif terhadap pajak reklame. Variabel jumlah perusahaan sebesar -2,345 lebih kecil dari nilai t-tabel sebesar 1,81 berarti  $H_0$  tidak ditolak maka secara individual jumlah perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap pajak reklame.

Berdasarkan hasil regresi utama didapatkan hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) dari hasil estimasi persamaan adalah sebesar 0,988912 hal ini berarti bahwa 98,89% variabel dependen (pajak reklame) mampu dijelaskan oleh variabel independen dalam model (PDRB, jumlah penduduk, jumlah perusahaan).

### 4.4 Interpretasi Ekonomi

Dari hasil regresi diperoleh persamaan regresi dibawah ini:

$$\begin{aligned}
 LY &= (-413,3420) + 2,573789 LX1 + 29,75872 LX2 - 2,648113 LX3 \\
 t\text{-statistik} &= (-2,560746) \quad (3,151000) \quad (2,424470) \quad (-2,345933) \\
 R^2 &= 0,988912
 \end{aligned}$$

F-hitung = 297,2801

DW = 3,158111

Konstanta sebesar -413,3420, ini merupakan bentuk lognya, karena bilangan tersebut dalam bentuk negatif maka diubah bentuknya menjadi antilog, antilog dari bilangan tersebut adalah 0 yang artinya bahwa ketika variabel PDRB, jumlah penduduk, dan jumlah perusahaan 0 maka penerimaan pajak reklame di Kabupaten Klaten adalah sebesar 0.

Dalam penelitian ini, koefisien variabel PDRB sebesar 2,573789 artinya bahwa PDRB mempunyai pengaruh positif terhadap penerimaan pajak reklame. Jika PDRB naik 1% maka akan mengakibatkan penerimaan pajak reklame naik sebesar 2,57%. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis bahwa PDRB berpengaruh positif terhadap penerimaan pajak reklame.

Koefisien variabel penduduk sebesar 29,75872 artinya bahwa jumlah penduduk mempunyai pengaruh positif terhadap penerimaan pajak reklame. Jika jumlah penduduk naik 1% maka akan mengakibatkan penerimaan pajak reklame naik sebesar 29,75%. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis bahwa jumlah penduduk berpengaruh positif terhadap penerimaan pajak reklame.

Variabel perusahaan tidak mempunyai pengaruh terhadap penerimaan pajak reklame. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hipotesis bahwa jumlah perusahaan berpengaruh positif terhadap penerimaan pajak reklame. Ini dikarenakan perusahaan yang ada di Kabupaten Klaten tidak semuanya memasang reklame. Bahkan reklame yang ada di Kabupaten Klaten sebagian besar berasal dari perusahaan-perusahaan besar yang tidak berlokasi di Kabupaten Klaten.

## **5. PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. PDRB Kabupaten Klaten berpengaruh positif terhadap penerimaan pajak reklame

2. Penduduk Kabupaten Klaten berpengaruh positif terhadap penerimaan pajak reklame
3. Jumlah perusahaan di Kabupaten Klaten tidak berpengaruh positif terhadap penerimaan pajak reklame
4. PDRB, jumlah penduduk dan jumlah perusahaan di Kabupaten Klaten berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dapat disampaikan saran bahwa pemerintah daerah hendaknya menciptakan kondisi yang kondusif bagi perkembangan perusahaan, dengan semakin meningkatnya perusahaan diharapkan pemasangan reklame juga akan meningkat. Melakukan pendataan kembali mengenai subjek dan objek pajak reklame sehingga dari potensi yang ada dapat digali pajak reklame secara maksimal dan menciptakan cara pembayaran pajak reklame yang lebih tertata agar wajib pajak dapat dengan mudah melakukan pembayaran sehingga perilaku wajib pajak yang mangkir dapat diminimalisir. Dan Dinas Pendapatan Daerah juga harus aktif melakukan penagihan terhadap tunggakan-tunggakan pajak reklame yang sudah terjadi sejak lama dan pemberian sanksi yang tegas sesuai dengan ketentuan yang berlaku terhadap pelanggaran pajak reklame sehingga akan lebih meningkatkan kedisiplinan terhadap wajib pajak reklame.

## DAFTAR PUSTAKA

### a. Buku

- Ghozali, Imam, 2005, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Revisi, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gujarati, Damodar, 2003, *Dasar-dasar Ekonometrika*, Erlangga, Jakarta.
- Gujarati, D.N, dan Dawn C. Porter., 2009, *Basic Econometrics*, 5th Edition, McGrawHill International Edition, Singapore.
- Marihot P Siahaan, 2005, *Pajak dan Retribusi Daerah*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Prakosa, Kesit Bambang, 2005, *Pajak dan Retribusi*, UII Press, Yogyakarta.

Subroto K, Usman B, 1980, Pajak-Pajak Indonesia, Yayasan Bina Pajak, Jakarta.

Sambodo, Agus, 2015, Pajak Dalam Entitas Bisnis, Salemba Empat, Jakarta.

Sunarto, 2005, Pajak dan Retribusi Daerah, Amus Yogyakarta dan Citra Pustaka, Yogyakarta.

Sutrisno, P.H, 2002, Dasar-Dasar Kebijakan Ekonomi dan Kebijakan Fiskal, BPFE, Yogyakarta.

Waluyo, 2011, Perpajakan Indonesia, Edisi sepuluh, Buku 1, Salemba Empat, Jakarta.

Widarjono, Agus, 2013, Ekonometrika: teori dan aplikasi untuk ekonomi dan bisnis, edisi keempat, Cetakan 1, UPP STIM YKPN, Yogyakarta.

**b. Brosur/Artikel/Skripsi**

Badan Pusat Statistik, 2007, *Klaten Dalam Angka*, Kabupaten Klaten.

\_\_\_\_\_, 2008, *Klaten Dalam Angka*, Kabupaten Klaten.

\_\_\_\_\_, 2009, *Klaten Dalam Angka*, Kabupaten Klaten.

\_\_\_\_\_, 2010, *Klaten Dalam Angka*, Kabupaten Klaten.

\_\_\_\_\_, 2011, *Klaten Dalam Angka*, Kabupaten Klaten.

\_\_\_\_\_, 2012, *Klaten Dalam Angka*, Kabupaten Klaten.

Riyanto, Gigih Arif, (2006), "Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah (PAD) Provinsi DIY Tahun 1980-2002", Skripsi, UAJY (tidak dipublikasikan).

Ema, Yuliana Florentina, (2013), "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Kapuas Hulu Provinsi Kalimantan Barat Tahun 1995- 2010", Skripsi, UAJY (tidak dipublikasikan).

Nurmayasari, Dini, (2010), "Analisis Penerimaan Pajak Reklame Kota Semarang", Skripsi, Universitas Diponegoro Semarang.

Istianto, Donna Dwi, (2011), "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame Di Kabupaten Semarang Tahun 2000-2009", Skripsi, Universitas Diponegoro.

