



Pengaruh jumlah industri menengah, jumlah industri kecil dan produk domestik regional bruto terhadap penerimaan pajak reklame

Ventirana Adhi Helma¹, Aji Sofyan Effendi², Juliansyah Roy³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, Samarinda.

¹Email: venti.rana@yahoo.com

²Email: aji.sofyan.effendy@feb.unmul.ac.id

³Email: juliansyah.roy@feb.unmul.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk melihat pengaruh Jumlah Industri Menengah, Jumlah Industri Kecil dan PDRB terhadap Penerimaan Pajak Reklame Di Kota Samarinda dengan menggunakan model Regresi Linier Berganda dengan alat analisis yang digunakan SPSS versi 20. Penelitian ini menggunakan jenis data sekunder, yaitu data jumlah industri menengah dari tahun 2005-2014, data jumlah industri kecil dari tahun 2005-2014, dan data Produk Domestik Regional Bruto dari tahun 2005-2014. Data ini diperoleh dari Dinas Pendapatan Daerah (DISPENDA) Kota Samarinda dan Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Kalimantan Timur. Dari hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa Jumlah Industri Menengah berpengaruh terhadap Penerimaan Pajak Reklame, Jumlah Industri Kecil berpengaruh terhadap Penerimaan Pajak Reklame dan Produk Domestik Regional Bruto tidak berpengaruh Terhadap Penerimaan Pajak Reklame.

Kata Kunci: Pajak reklame; jumlah industri menengah; jumlah industri kecil; dan produk domestik regional bruto

The influence of the number of medium industries, the number of small industries and gross regional domestic product on advertisement tax revenue

Abstract

The purpose of this study to see the effect of Number of Intermediate Industry, Number of Small Industry and the Gross Domestic Product of the Advertising Tax Revenue In Samarinda city using the model of Multiple Linear Regression analysis tool used SPSS version 20. This research uses secondary data, i.e. data on the number of secondary industries from year 2005 to 2014, data on the number of small industries from year 2005 to 2014, and data from the years 2005 to 2014 Gross Regional Domestic Product. This data was obtained from the Department of Revenue (DISPENDA) Samarinda and the Central Statistics Agency (BPS) Province of East Kalimantan. From the results of research and discussion can be concluded that the number of Intermediate Industry affects The Advertising Tax Revenue, Number of Small Industry affects the Advertising Tax Revenue and the Gross Domestic Product does not affect The Advertising Tax Revenue.

Keywords: *Advertising tax; number of intermediate industry; number of small industry; and the gross domestic product*

PENDAHULUAN

Undang-Undang tentang pemerintahan daerah dikeluarkan sebagai wujud desentralisasi dalam rangka peningkatan kemampuan daerah dalam mengelola sumber-sumber yang ada didaerahnya dan sebagai bentuk keadilan bagi daerah yang selama ini diperlakukan tidak adil oleh pemerintah pusat dalam hal pembagian keuangan. Selain itu, pemerintah daerah juga diberikan wewenang untuk dapat memanfaatkan dan menggali potensi daerah yang nantinya akan menjadi pendapatan bagi daerah yang bermanfaat untuk memenuhi kebutuhan daerahnya serta menjadikan daerah tersebut lebih mandiri sehingga mengurangi ketergantungan kepada pemerintah pusat.

Salah satu usaha untuk mewujudkan kemandirian suatu bangsa atau Negara dalam pembiayaan pembangunan yaitu menggali sumber dana yang berasal dari dalam negeri berupa pajak. Pajak digunakan untuk membiayai pembangunan yang berguna bagi kepentingan bersama (Adisasmita, 2011:70).

Pajak daerah merupakan sumber pendapatan yang dapat dikembangkan berdasarkan peraturan-peraturan pajak yang diterapkan oleh daerah untuk kepentingan pembiayaan rumah tangga pemerintah daerah tersebut (Syuhada Sofian (1997) dalam Nurmayasari,2010). Jenis-jenis pajak daerah terbagi menjadi dua, yaitu pajak daerah yang dipungut oleh provinsi dan pajak daerah yang dipungut oleh kabupaten/kota. Salah satu pajak daerah yang dipungut oleh kabupaten/kota adalah pajak reklame.

Reklame adalah suatu media yang digunakan untuk mempromosikan suatu barang atau produk kepada masyarakat dengan cara yang lebih menarik. Selain itu, reklame juga dapat digunakan sebagai sarana untuk menginformasikan atau menghimbau masyarakat untuk melakukan sesuatu. Reklame dapat berupa reklame papan/billboard/videotron/megatron, reklame kain, reklame melekat/stiker, reklame selebaran, reklame berjalan termasuk kendaraan bermotor, reklame udara, reklame apung, reklame suara, reklame film/slide dan reklame peragaan.

Kota Samarinda merupakan ibukota dari Kalimantan Timur dan pusat pemerintahan. Dimana selain pusat pemerintahan Kota Samarinda juga menjadi pusat perbelanjaan. Hal ini menyebabkan masyarakat kota menjadi lebih konsumtif. Masyarakat yang konsumtif ini menyebabkan permintaan barang menjadi meningkat dan para produsen makin bersaing untuk memperebutkan pasar. Dalam mempromosikan barang-barang tersebut para produsen biasanya menggunakan reklame yang dipasang ditempat-tempat yang strategis. Dengan semakin banyak produsen yang menggunakan reklame, maka penerimaan pajak reklame akan semakin besar. Adapun penerimaan Pajak Reklame Kota Samarinda dan kontribusinya terhadap Pajak Daerah dari tahun 2010-2014 sebagai berikut:

Tabel 1. Kontribusi pajak reklame terhadap penerimaan pajak daerah kota samarinda tahun 2010-2014 (dalam ribuan)

Tahun	Pajak Daerah	Pajak Reklame	Kontribusi
2010	59,154,890,463.00	3,195,202,859	5.40%
2011	109,428,925,935.00	3,030,219,025	2.77%
2012	159,865,253,303.00	5,416,978,997	3.39%
2013	197,823,372,365.00	6,495,666,710	3.28%
2014	238,899,942,947.00	6,926,570,722	2.90%

Dalam rangka peningkatan penerimaan pajak reklame dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa faktor seperti jumlah industri menengah, industri kecil dan produk domestik regional bruto. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurmayasari (2010), menjelaskan jumlah industri berpengaruh positif dan signifikan terhadap pajak reklame serta PDRB berpengaruh positif dan signifikan terhadap pajak reklame di Kota Semarang. Jumlah penduduk, jumlah industri dan PDRB berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Semarang. Adapun data jumlah industri menengah, jumlah industri kecil dan produk domestik regional bruto di Kota Samarinda sebagai berikut:

Tabel 2. Jumlah industri menengah kota samarinda tahun 2010-2014 (dalam unit)

No.	Tahun	Jumlah Industri Menengah
1	2010	19
2	2011	95
3	2012	116
4	2013	145
5	2014	172

Dari tabel 1.2 diatas menjelaskan bahwa jumlah industri menengah di Kota Samarinda mengalami peningkatan dari tahun ke tahun mulai dari tahun 2010-2014. Dengan jumlah industri menengah yang setiap tahunnya mengalami peningkatan diharapkan dapat berdampak terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Samarinda.

Tabel 3. Jumlah industri kecil kota samarinda tahun 2010-2014 (dalam unit)

No.	Tahun	Jumlah
1	2010	1067
2	2011	1023
3	2012	1059
4	2013	1077
5	2014	1112

Dari tabel 1.3 diatas menjelaskan bahwa jumlah industri kecil di Kota Samarinda dapat dilihat bahwa pada tahun Dengan jumlah industri kecil yang setiap 2011 mengalami penurunan dari tahun sebelumnya, tetapi ditahun berikutnya mengalami peningkatan. Dengan jumlah industri kecil yang terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun diharapkan dapat berdampak terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Samarinda.

Tabel 4. PDRB atas dasar harga berlaku kota samarinda tahun 2010-2014 (dalam juta rupiah)

No	Tahun	Pdrb Atas Dasar Harga Berlaku
1	2010	23,664,836
2	2011 ^{r)}	33,267,694
3	2012 ^{*)}	35,819,217
4	2013 ^{**)}	41,562,545
5	2014 ^{**)}	46,983,548

Keterangan:

^{r)} adalah angka revisi

^{*)} adalah angka sementara

^{**)} adalah angka sangat sementara

Dari tabel 1.4 diatas dapat dilihat bahwa Produk Domestik Regional Bruto di Kota Samarinda mengalami peningkatan dari tahun ke tahun mulai dari tahun 2010-2014. PDRB yang digunakan adalah PDRB Atas Dasar Harga Berlaku yang digunakan untuk melihat struktur perekonomian di Kota Samarinda. Produk Domestik Regional Bruto yang setiap tahunnya mengalami peningkatan diharapkan dapat berdampak terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Samarinda.

METODE

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dengan dokumentasi, yaitu mengumpulkan data-data yang diperlukan sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yang diperoleh dari instansi atau lembaga terkait. Selain itu juga, teknik pengumpulan datanya dilakukan dengan studi pustaka, penelitian terdahulu, jurnal ilmiah, buletin, dan penerbitan lainnya yang relevan dengan penelitian ini. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jenis data sekunder yang diperoleh dari Kantor Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda dan Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Timur.

Alat analisis yang digunakan oleh penelitian ini untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen (variabel bebas) terhadap variabel dependen (variabel terikat) adalah dengan menggunakan analisis regresi berganda (Multiple Linier Regression Method).

Menurut Riduwan dan Sunarto (2012;108), analisis regresi berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua atau variabel bebas atau lebih (X1), (X2), (X3).....(Xn) dengan satu variabel terikat. Persamaan regresi dinyatakan sebagai berikut :

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

Keterangan :

$\ln Y$ = Penerimaan Pajak Reklame (dalam rupiah)

α = Konstanta

$\ln X_1$ = Jumlah Industri Menengah (dalam unit)

$\ln X_2$ = Jumlah Industri Kecil (dalam unit)

$\ln X_3$ = Produk Domestik Regional Bruto (dalam rupiah)

e = Error

Menurut Sumanto (2014:145), untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak mempersyaratkan uji normalitas dan homogenitas data. Selain itu juga mempersyaratkan uji linearitas, uji heterokedasitas, uji autokorelasi, dan uji multikolinearitas. Peneliti juga menggunakan uji statistik yang terdiri dari koefisien determinasi, uji statistik f dan uji statistik t.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan peneliti mengenai pengaruh dari Jumlah Industri Menengah (X1), Jumlah Industri Kecil (X2) dan Produk Domestik Regional Bruto (X3) terhadap Penerimaan Pajak Reklame (Y) di Kota Samarinda menggunakan SPSS versi 20. Adapun pembahasannya sebagai berikut :

Persamaan regresi linier berganda awal, yaitu:

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

Dari hasil uji Coefficeints, dilihat bahwa Nilai Konstanta (α) sebesar 15,112 dengan Nilai Jumlah Industri Menengah ($\ln X_1$) sebesar 0,530, Nilai Jumlah Industri Kecil ($\ln X_2$) sebesar 3,623 dan Nilai Produk Domestik Regional Bruto ($\ln X_3$) sebesar -1,170 sehingga dapat diperoleh persamaan dari data ini adalah:

$$\ln Y = 15,112 + 0,530 \ln X_1 + 3,623 \ln X_2 - 1,170 \ln X_3$$

Dengan konstanta sebesar 15,112 menyatakan bahwa jika tidak ditambahkan nilai/variabel Jumlah Industri Menengah, Jumlah Industri Kecil, dan Produk Domestik Regional Bruto, maka hasil Penerimaan Pajak Reklame adalah 15,112. Jika terjadi pertambahan Jumlah Industri Menengah sebesar 1% dengan nilai variabel independen lainnya tetap, maka akan ada pertambahan Penerimaan Pajak Reklame sebesar 0,530%. Jika terjadi pertambahan Jumlah Industri Kecil sebesar 1% dengan nilai variabel independen lainnya tetap, maka akan ada pertambahan Penerimaan Pajak Reklame sebesar 3,623%. Dan jika ada pertambahan Produk Domestik Regional Bruto sebesar 1% dengan nilai variabel independen lainnya tetap, maka akan terjadi pengurangan Penerimaan Pajak Reklame sebesar 1,170%.

Interpretasi hasil penelitian

Pengaruh Jumlah Industri Menengah (X1) dan Jumlah Industri Kecil (X2) terhadap Penerimaan Pajak Reklame Di Kota Samarinda

Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa jumlah industri menengah dan jumlah industri kecil memiliki pengaruh terhadap penerimaan pajak reklame, sesuai dengan hipotesis. Hal ini dapat dilihat sebagai berikut :

Dari uji t dimana thitung Nilai Jumlah Industri Menengah sebesar 3,269 lebih besar dari ttabel sebesar 1,943 sehingga H0 ditolak dan H1 diterima maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel jumlah industri menengah terhadap variabel penerimaan pajak reklame serta jika dilihat dari signifikan Nilai Jumlah Industri Menengah sebesar 0,017 lebih kecil dari α (alpha) 0,05 yang menggambarkan bahwa jumlah industri menengah berpengaruh signifikan terhadap penerimaan pajak reklame. Selain itu juga dari pengujian koefisien regresi menunjukkan bahwa jika terjadi pertambahan Jumlah Industri Menengah sebesar 1% dengan nilai variabel independen lainnya tetap, maka akan ada pertambahan Penerimaan Pajak Reklame sebesar 0,530%.

Dari uji t dimana thitung Nilai Jumlah Industri Kecil sebesar 2,481 lebih besar dari ttabel sebesar 1,943 sehingga H0 ditolak H1 diterima maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel jumlah industri kecil terhadap variabel penerimaan pajak reklame serta jika dilihat dari signifikan Nilai Jumlah Industri Kecil sebesar 0,048 lebih kecil dari α (alpha) 0,05 menggambarkan bahwa jumlah industri kecil berpengaruh signifikan terhadap penerimaan pajak reklame. Selain itu juga dari pengujian koefisien regresi dapat dilihat bahwa jika terjadi pertambahan Jumlah Industri Kecil sebesar 1% dengan nilai variabel independen lainnya tetap, maka akan ada pertambahan Penerimaan Pajak Reklame sebesar 3,623%.

Dengan meningkatnya jumlah industri baik itu industri menengah ataupun industri kecil hal ini akan memberikan dampak kepada penerimaan pajak reklame karena dalam bauran pemasaran ada empat (4) komponen yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran dalam sasaran pasar. Salah satu komponen tersebut adalah promosi, dimana promosi ini dilakukan dengan tujuan untuk mempromosikan kepada masyarakat atau konsumen tentang produk atau jasa yang dihasilkan oleh para produsen atau industri. Cara mempromosikan produk atau jasa ini dapat dengan menggunakan reklame. Dengan banyaknya para produsen atau industri yang menggunakan reklame, maka hal ini akan berdampak terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Samarinda. Dalam Syuhada Sofian (1997) dalam Dini Nurmayasari (2010), objek pajak reklame akan tumbuh seiring dengan pertumbuhan perusahaan atau industri.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Setio Neo Liberty (2013) dimana jumlah industri berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Jember. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar jumlah industri maka penerimaan pajak reklame juga akan semakin besar, sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian yang dilakukan oleh Setia Neo Liberty sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis.

Pengaruh Produk Domestik Regional Bruto (X3) terhadap Penerimaan Pajak Reklame Di Kota Samarinda

Dari hasil pengujian yang dilakukan bahwa Produk Domestik Regional Bruto tidak memiliki pengaruh terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Samarinda, tidak sesuai dengan hipotesis. Hal ini dapat dari uji t dimana thitung Nilai Produk Domestik Regional Bruto sebesar -2,115 lebih kecil dari ttabel sebesar 1,943 sehingga H0 diterima H1 ditolak maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh variabel Produk Domestik Regional Bruto terhadap variabel penerimaan pajak reklame serta jika dilihat signifikan Nilai Produk Domestik Regional Bruto sebesar 0,079 lebih besar dari α (alpha) 0,05 menggambarkan bahwa Produk Domestik Regional Bruto tidak memiliki signifikan terhadap penerimaan pajak reklame. selain itu dari pengujian koefisien regresi juga menunjukkan bahwa jika ada pertambahan Produk Domestik Regional Bruto sebesar 1% dengan nilai variabel independen lainnya tetap, maka akan terjadi pengurangan Penerimaan Pajak Reklame sebesar 1,170%.

Produk Domestik Regional Bruto tidak memiliki pengaruh terhadap penerimaan pajak reklame karena Produk Domestik Regional Bruto merupakan bagian dari indikator makro ekonomi dimana Produk Domestik Regional Bruto itu digunakan untuk mengamati perekonomian suatu wilayah/daerah, seperti penerimaan daerah dan pendapatan asli daerah Daerah sedangkan penerimaan pajak reklame bersifat mikro yang berhubungan dengan industri atau perusahaan sehingga dari penjelasan ini dapat dilihat bahwa secara teori Produk Domestik Regional Bruto tidak berpengaruh dengan penerimaan pajak reklame.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Setio Neo Liberty (2013) dimana PDRB berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Jember. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan penulis dimana Produk Domestik Regional Bruto tidak berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame.

SIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari jumlah industri menengah, jumlah industri kecil dan Produk Domestik Regional Bruto terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Samarinda selama 10 tahun mulai dari tahun 2005 – 2014. Berdasarkan penjabaran di bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

Jumlah Industri Menengah berpengaruh terhadap Penerimaan Pajak Reklame Di Kota Samarinda, sehingga dapat disimpulkan bahwa sesuai dengan hipotesis.

Jumlah Industri Kecil berpengaruh terhadap Penerimaan Pajak Reklame Di Kota Samarinda, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis sesuai dengan hipotesis.

Produk Domestik Regional Bruto tidak memiliki pengaruh terhadap Penerimaan Pajak Reklame Di Kota Samarinda, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak sesuai dengan hipotesis.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisasmita, Rahardjo.2011.Pembiayaan Pembangunan Daerah.Yogyakarta:Graha Ilmu
- Badan Pusat Statistik. Samarinda Dalam Angka berbagai Edisi: Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Timur
- Badan Pusat Statistik. Statistik Daerah Kota Samarinda Tahun 2015: Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Timur
- Basri,Yuswar Zainul.2005.Kuangan Negara dan Analisis Kebijakan Utang Luar Negeri.Jakarta:Penerbit PT. Raja Grafindo Persada.
- Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda Tahun 2005-2014.
- Fazriana,Nadya Haniz.2013.Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Daerah Kota Tegal.
- Ghozali,Imam.2011.Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS.Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Istianto,Donna Dwi.2011.Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame Di Kabupaten Semarang Tahun 2000-2009.
- Liberty,Setia Neo.2013.Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame Di Kabupaten Jember.
- Sumanto.2014.Statistik Terapan.Yogyakarta:Penerbit CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Riduwan dan Sunarto.2012.Pengantar Statistik untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi Komunikasi, dan Bisnis.Bandung:Penerbit Alfabeta.
- Nurmayasari,Dini.2010.Analisis Penerimaan Pajak Reklame Kota Semarang.
- Oktaviyanti,Desy.2013.Kontribusi dan Prospek Retribusi Pelayanan Pasar terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Samarinda.
- Prasedyawati,Lintan Gupita.2013.Analisis Penerimaan Pajak Reklame Di Kota Semarang Tahun 1990-2011.
- Puspitaningsih,Silvia Ristina.2013.Analisis Penerimaan Pajak Reklame Kota Malang.Jurnal Ilmiah. Samarindakota.bps.go.id
- Saragih, Juli Panglima.2003.Desentralisasi Fiskal dan Keuangan Daerah dalam Otonomi.Jakarta:Ghalia Indonesia
- Siregar,Sofian Siregar.2014.Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif.Jakarta:Penerbit PT. Bumi Aksara.
- www.bi.go.id. Produk Domestik Regional Bruto Provinsi-Provinsi Di Indoensia Menurut Lapangan Usaha 2010-2014.
- www.bps.go.id. Badan Pusat Statistik Tentang Industri Mikro dan Kecil.
- Yani,Ahmad.2004.Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah.Jakarta:Penerbit PT.Raja Grafindo Persada.