

ANALISIS PENGARUH PENERIMAAN PAJAK REKLAME TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH KABUPATEN BANYUASIN

Vina (Lovelyvinaeffendy@gmail.com)
Rizal Effendi (), Ratna Juwita ()
Jurusan Akuntansi
STIE MDP

Abstrak : Pajak reklame merupakan salah satu pajak daerah yang merupakan salah satu pendapatan asli daerah yang sebagian besar akan digunakan untuk pembiayaan pembangunan dan pembiayaan daerah lainnya. Penelitian dilakukan dengan metode analisis dengan observasi ke tempat dimana penelitian dilakukan dan mengambil data secara langsung ke Dispenda Kabupaten Banyuasin tentang pajak reklame serta ke Badan Pusat Statistik (BPS) untuk memperoleh data yang diperlukan dan penelitian kepustakaan. Pajak reklame mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Banyuasin. Taraf hidup masyarakat yang semakin meningkat maka perekonomian daerah juga akan meningkat sehingga akan lebih banyak industri kecil maupun besar yang berkembang serta memberikan dampak positif terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Banyuasin. Hal ini dikarenakan industri kecil dan industri besar membutuhkan media berupa reklame untuk mengenalkan produk mereka ke masyarakat.

Kata Kunci : Analisis, Pajak Reklame, Pendapatan Asli Daerah

Abstract : Advertisement tax is a local tax which is one of the revenue most of which will be used to finance the construction and financing of other areas. Research carried out by the method of analysis with the observation to a place where research is conducted and retrieve data directly to the Revenue District Banyuasin of advertisement tax as well as to the Central Statistics Agency (BPS) to obtain the necessary data and research literature. Advertisement tax has a positive and significant impact on revenue (PAD) District Banyuasin. Livelihood of increasing the local economy will also increase so that more small and large industries that develop and provide a positive impact on tax revenue in the District Banyuasin advertisement. This is because small industries and industrial needs in the form of advertising media to introduce their products to the public.

Key Words: Analysis, Advertisement Tax, Revenue

1 PENDAHULUAN

Pajak mempunyai peranan penting dalam membiayai 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.

Ditinjau dari lembaga pemungutnya, pajak dibedakan menjadi dua, yaitu pajak pusat (disebut juga pajak negara) 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.

Seperti halnya pungutan pajak daerah, pajak daerah di Kabupaten Banyuasin

sebelumnya hanya memiliki enam jenis pajak daerah seperti Pajak Hotel, Pajak Restoran, Pajak Hiburan, Pajak Reklame, Pajak Galian Golongan C dan Pajak Penerangan Jalan dan pajak daerah tersebut realisasi pajak daerahnya selalu melebihi target yang ditetapkan oleh pemerintah daerah Kabupaten Banyuasin. Kabupaten Banyuasin merupakan salah satu bagian dari Provinsi Sumatera Selatan dimana sering disebut Bumi Sedulang Setudung ini banyak terdapat usaha-usaha kecil disepanjang jalanan menuju Ibukota Pangkalan Balai akan tetapi penerimaan pajak reklame terbilang masih minim dikarenakan masih ada industri atau usaha kecil yang belum membayar pajak, tidak membayar pajak, tidak memiliki izin pemasangan reklame dan juga dikarenakan masa tayangnya sudah habis oleh karena itu akan dilakukan penertiban reklame.

Obyek pajak reklame akan tumbuh seiring dengan pertumbuhan perusahaan atau industri dan Pemilihan Kepala Daerah (PILKADA) juga sudah memakai reklame untuk kepentingan politik dalam kegiatan kampanye. Dalam ilmu marketing ada bauran pemasaran yang dipakai perusahaan atau industri yang bertujuan untuk memasarkan atau memperkenalkan produk maupun barang dan jasa. Salah satu bauran pemasaran tersebut adalah promosi yang terdiri antara lain iklan, reklame dan promosi penjualan. Maka prospek pajak reklame di Kabupaten Banyuasin cukup potensial untuk waktu yang akan datang.

Berdasarkan wacana diatas, maka penulis akan melakukan :“**Analisis Pengaruh Penerimaan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Banyuasin**” (Studi Kasus pada Dispenda Kabupaten Banyuasin pada Tahun 2006-2010).

2 LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Pajak

Menurut Soemitro pajak merupakan iuran rakyat kepada negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan)

dengan tidak mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang dipergunakan untuk membayar pengeluaran umum.

Dari definisi di atas, maka dapat disimpulkan pajak adalah suatu iuran wajib yang harus dibayarkan oleh wajib pajak sebagai sebuah kewajiban yang bersifat memaksa tanpa adanya imbalan secara langsung berdasarkan peraturan perundang – undangan yang ditetapkan.

2.1.2 Pendapatan Asli Daerah

Pendapatan daerah adalah semua hak daerah yang diakui sebagai penambah nilai kekayaan bersih dalam periode anggaran tertentu, pendapatan daerah berasal dari penerimaan dari dana perimbangan pusat dan daerah, juga yang berasal daerah itu sendiri yaitu pendapatan asli daerah serta lain-lain pendapatan yang sah.

Berdasarkan Pasal 157 UU No. 32 Tahun 2004 disebutkan bahwa pendapatan asli daerah terdiri dari

1. Hasil pajak daerah

Hasil pajak daerah yaitu Pungutan daerah menurut peraturan yang ditetapkan oleh daerah untuk pembiayaan rumah tangganya sebagai badan hukum publik.

2. Hasil retribusi daerah

Hasil retribusi daerah yaitu pungutan yang telah secara sah menjadi pungutan daerah sebagai pembayaran pemakaian atau karena memperoleh jasa atau karena memperoleh jasa pekerjaan, usaha atau milik pemerintah daerah bersangkutan.

3. Hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan

Hasil perusahaan milik daerah merupakan pendapatan daerah dari keuntungan bersih perusahaan daerah yang berupa dana pembangunan daerah dan bagian untuk anggaran belanja daerah yang disetor ke kas daerah, baik perusahaan daerah yang

dipisahkan, sesuai dengan motif pendirian dan pengelolaan, maka sifat perusahaan daerah adalah suatu kesatuan produksi yang bersifat menambah pendapatan daerah, memberi jasa, menyelenggarakan kemanfaatan umum, dan memperkembangkan perekonomian daerah.

4. Lain-lain PAD yang sah

Lain-lain pendapatan daerah yang sah ialah pendapatan-pendapatan yang tidak termasuk dalam jenis-jenis pajak daerah, retribusi daerah, pendapatan dinas-dinas.

6. Lain-lain pendapatan daerah yang sah

Lain-lain pendapatan daerah yang sah adalah pendapatan daerah dari sumber lain misalnya sumbangan pihak ketiga kepada daerah yang dilaksanakan sesuai dengan peraturan perundangan-undangan yang berlaku.

2.1.3 Pajak Daerah

Menurut Undang-Undang No.28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Pajak daerah adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi kemakmuran rakyat

Menurut Undang-Undang No.28 Tahun 2009 Pasal 2 tentang Jenis Pajak Daerah terdiri dari :

1. Pajak Provinsi

Contoh : Pajak kendaraan bermotor, bea balik nama kendaraan bermotor (BBNKB), pajak bahan bakar kendaraan bermotor, pajak air permukaan dan pajak rokok .

2. Pajak Kabupaten atau Kota

Contoh : Pajak hotel dan restoran, pajak reklame, pajak penerangan jalan, pajak hiburan, pajak mineral bukan logam dan batuan dan pajak parkir, pajak air tanah, pajak sarang burung walet, pajak bumi dan

bangunan perdesaan dan perkotaan, dan bea perolehan hak atas tanah dan bangunan.

Berdasarkan Undang-Undang No.28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah menyebutkan Pajak Kabupaten atau Kota terdiri dari :

1. Pajak Hotel

Pajak hotel adalah pajak atas pelayanan yang disediakan oleh hotel. Hotel adalah fasilitas penyedia jasa penginapan atau peristirahatan termasuk jasa terkait lainnya dengan dipungut bayaran, yang mencakup juga motel, losmen, gubuk pariwisata, wisma pariwisata, pesanggrahan, rumah penginapan dan sejenisnya, serta rumah kos dengan jumlah kamar lebih dari 10

2. Pajak Restoran

Pajak Restoran adalah pajak atas pelayanan yang disediakan oleh restoran. Restoran adalah fasilitas penyedia makanan dan atau minuman dengan dipungut bayaran, yang mencakup juga rumah makan, kafetaria, kantin, warung, bar, dan sejenisnya termasuk jasa boga atau catering.

3. Pajak Penerangan Jalan

Pajak Penerangan Jalan adalah pajak atas penggunaan tenaga listrik, baik yang dihasilkan sendiri maupun diperoleh dari sumber lain.

4. Pajak Hiburan

Pajak Hiburan adalah pajak atas penyelenggaraan hiburan. Hiburan adalah semua jenis tontonan, pertunjukan, permainan dan atau keramaian yang dinikmati dengan dipungut bayaran.

5. Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan

Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan adalah pajak atas kegiatan pengambilan mineral bukan logam dan batuan baik dari sumber alam di dalam dan atau permukaan bumi untuk dimanfaatkan. Mineral

Bukan Logam dan Batuan adalah mineral bukan logam dan batuan sebagaimana dimaksud di dalam peraturan perundang-undangan di bidang mineral dan batubara.

6. Pajak Parkir

Pajak Parkir adalah pajak atas penyelenggaraan tempat parkir di luar badan jalan, baik yang disediakan berkaitan dengan pokok usaha maupun yang disediakan sebagai suatu usaha, termasuk penyediaan tempat penitipan kendaraan bermotor.

7. Pajak Air dan Tanah

Pajak Air Tanah adalah pajak atas pengambilan dan atau pemanfaatan air tanah. Air Tanah adalah air yang terdapat dalam lapisan tanah atau batuan di bawah permukaan tanah.

8. Pajak Sarang Burung Walet

Pajak Sarang Burung Walet adalah pajak atas kegiatan pengambilan dan atau pengusahaan sarang burung walet.

9. Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan

Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan adalah pajak atas bumi dan atau bangunan yang dimiliki, dikuasai, dan atau dimanfaatkan oleh orang pribadi atau badan, kecuali kawasan yang digunakan untuk kegiatan usaha perkebunan, perhutanan, dan pertambangan.

10 Bea Perolehan Hak Atas Tanah dan Bangunan

Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan adalah pajak atas perolehan hak atas tanah dan atau bangunan. Perolehan hak atas tanah dan atau bangunan adalah perbuatan atau peristiwa hukum yang mengakibatkan diperolehnya hak atas tanah dan atau bangunan oleh orang pribadi atau badan.

2.1.4 Pajak Reklame

Menurut Siahaan sesuai dengan Undang – Undang Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 1 angka 26 dan 27, Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Sedangkan 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.

Pemungutan pajak reklame juga harus mengikuti peraturan dan undang-undang yang berlaku. Menurut Undang – Undang No.28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah ditetapkan tarif pajak reklame sebesar 25%

2.1.5 Objek Pajak Reklame

Penyelenggaraan reklame yang ditetapkan menjadi objek Pajak Reklame adalah sebagaimana disebut dibawah ini

1 Reklame Papan atau billboard

Reklame yang terbuat dari papan, kayu, termasuk seng atau bahan lain yang sejenis, dipasang atau digantungkan atau dibuat pada bangunan, tembok, dinding, pagar, pohon, tiang, dan sebagainya baik bersinar maupun yang disinari.

2. Reklame megatron atau videotron atau Large Electronic Display (LED)

Reklame yang menggunakan layar monitor besar berupa proram reklame atau iklan bersinar dengan gambar dan atau tulisan berwarna yang dapat berubah-ubah, terprogram, dan difungsikan dengan tenaga listrik.

3. Reklame kain

Reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain, termasuk kertas, plastik, karet, atau bahan lain yang sejenis dengan itu.

4. Reklame melekat (stiker)

Reklame yang terbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebarkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda dengan ketentuan luasnya tidak lebih dari 200 cm² per lembar.

5. Reklame selebaran

Reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebarkan, diberikan, atau dapat diminta dengan ketentuan tidak ditempelkan, diletakkan, dipasang, atau digantungkan pada suatu benda lain.

6. Reklame berjalan, termasuk kendaraan

Reklame yang ditempatkan atau ditempelkan pada kendaraan yang diselenggarakan dengan menggunakan kendaraan atau dengan cara dibawa oleh orang.

7. Reklame udara

Reklame yang diselenggarakan di udara dengan menggunakan gas, laser, pesawat, atau alat lain yang sejenis.

8. Reklame suara

Reklame yang diselenggarakan dengan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari atau oleh perantaraan alat.

9. Reklame film atau slide

Reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan klise berupa kaca atau film, ataupun bahan-bahan yang sejenis, sebagai alat untuk diproyeksikan dan atau dipancarkan pada layar atau benda lain yang ada di ruangan.

10. Reklame peragaan

Reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara.

2.1.6 Bukan Objek Pajak Reklame

Beberapa pengecualian yang tidak termasuk sebagai objek Pajak Reklame, yaitu :

a. Penyelenggaraan reklame melalui internet, televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan, dan sejenisnya.

b. Label atau merek produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan, yang berfungsi untuk membedakan dari produk sejenis lainnya.

c. Nama pengenal usaha atau profesi yang dipasang melekat pada bangunan tempat usaha atau profesi diselenggarakan sesuai ketentuan yang mengatur nama pengenal atau profesi tersebut.

d. Reklame yang diselenggarakan oleh pemerintah pusat atau pemerintah daerah.

e. Penyelenggaraan reklame lainnya yang ditetapkan dengan peraturan daerah, misalnya penyelenggaraan reklame yang diadakan khusus untuk kegiatan sosial, pendidikan, keagamaan, dan politik tanpa sponsor.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian Kausalitas. Penelitian Kausalitas bertujuan untuk menyelidiki kemungkinan hubungan sebab-akibat, dilakukan dengan pengamatan terhadap data dari faktor yang diduga menjadi penyebab, sebagai pembanding. Dimana dalam penelitian ini terdapat variabel bebas yaitu pajak reklame dan variabel terikat yaitu Pendapatan Asli Daerah.

3.2 Objek/Subjek Penelitian

Objek penelitian ini adalah penerimaan pajak reklame, pajak daerah yang mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Banyuwangi dan reklame

merupakan salah satu media untuk memperkenalkan produk ataupun suatu industri kepada masyarakat. Subjek dalam penelitian ini adalah Dispenda Kabupaten Banyuasin. Kabupaten Banyuasin cukup potensial dan signifikan dalam menghasilkan Pendapatan Asli Daerah.

3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Populasi adalah wilayah generalis asli yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian akan ditarik kesimpulannya. Maka dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah Kabupaten dan Kota di Provinsi Sumatera Selatan.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Sampling Purposive dengan dijadikan sampel yaitu semua data realisasi penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Banyuasin periode tahun 2006-2010 dengan pertimbangan bahwa Pajak Reklame merupakan pajak daerah yang menduduki posisi ke 4 setelah pajak lainnya seperti Pajak Hotel, Pajak Restoran dan Pajak Pengambilan dan Pengolahan Bahan Galian Golongan C dalam penerimaan PAD. Sampling Purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

3.4 Jenis Data

Jenis data penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diambil melalui tangan kedua atau merupakan data yang sudah diolah oleh Dispenda Kabupaten Banyuasin, secara berkala untuk melihat perkembangan dari Pajak Reklame selama periode tahun 2006-2010.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut

1. Wawancara adalah suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk

memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Kegiatan wawancara ini dilakukan di Dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Banyuasin berhubungan dengan pajak reklame.

2. Dokumentasi adalah ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter, data yang relevan penelitian. Pengambilan data penelitian ini seara langsung ke tempat penelitian yaitu Dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Banyuasin tentang Pajak Reklame serta ke Badan Pusat Statistik (BPS) untuk memperoleh data atau informasi yang dibutuhkan terkait dengan penelitian.

3.6 Definisi Operasional

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Variabel Independen

Variabel Independen atau bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel Independen dalam penelitian ini adalah penerimaan pajak reklame.

2. Variabel Dependen

Variabel Dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Maka variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Banyuasin.

3.7 Teknik Analitis Data

Teknik analitis data penelitian ini adalah menggunakan model regresi linier sederhana dengan mengolah data menggunakan program SPSS 15.0. Persamaan Regresi dinyatakan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1$$

Dimana :

Y = Pendapatan Asli Daerah

α = Konstanta/koefisien
 b = Koefisien Regresi
 X_1 = Penerimaan Pajak Reklame

3.7 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah model estimasi telah memenuhi kriteria ekonometrika, dalam arti tidak terjadi penyimpangan yang cukup serius dari asumsi-asumsi yang harus dipenuhi dalam metode Ordinary Least Square (OLS).

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Dalam penelitian ini akan menggunakan program SPSS 15.0 dengan pengujian *Durbin Watson*.

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.

3. Uji Asumsi Homoskedastisitas

Suatu asumsi pokok dari model regresi linier klasik adalah bahwa gangguan (disturbance) yang muncul dalam regresi adalah homoskedastisitas, yaitu semua gangguan tadi mempunyai varian. Untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan pengujian *Durbin Watson* yang tersedia dalam program SPSS 15.0.

3.8 Uji Statistik T

Uji statistik t merupakan metode pengujian koefisien regresi untuk menguji tingkat signifikansi masing-masing koefisien yang mempengaruhi penerimaan Pajak Reklame Kabupaten Banyuwasin digunakan uji

t dengan menggunakan hipotesis nol. Dengan rumus yang digunakan adalah :

$$t \text{ hitung} = \frac{(b_j)}{Se(b_j)}$$

Dimana :

b_j = koefisien regresi

$Se(b_j)$ = standar error koefisien regresi

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Untuk uji analisis data dengan menggunakan regresi linier sederhana dilakukan pengolahan data menggunakan program SPSS 15.0. Berikut ini adalah hasil pengolahan data menggunakan program SPSS 15.0 :

Tabel 4.1
Hasil Uji SPSS 15.0
Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.884(a)	.782	.709	212753068.938	2.557

a Predictors: (Constant), x
 b Dependent Variable: y

Pada tabel 4.1, angka R sebesar 0,884 menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan antara Pajak Reklame dengan PAD adalah kuat. Dikatakan kuat karena angka R diatas 0,5. Angka R Square atau Koefisien Determinasi adalah 0,782. Hal ini berarti 78,2% yang dapat ditafsirkan bahwa variabel independen yaitu penerimaan Pajak Reklame memiliki pengaruh sebesar 78,2% terhadap variabel dependen yaitu PAD dan 21,8% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel independen seperti Pajak Hotel, Pajak Parkir, Pajak Penerangan Jalan, Pajak Restoran, Pajak Hiburan. Standard Error of Estimate (SEE) sebesar Rp.212.753.068,938. Semakin kecil SEE akan membuat model regresi semakin tepat dalam memprediksi variabel dependen atau PAD. Dari hasil SEE tersebut menggambarkan bahwa Pajak Reklame dapat dijadikan sebagai

salah satu penerimaan bagi PAD di Kabupaten Banyuasin.

Persamaan regresi linier sederhana dapat dilihat pada tabel 4.2 koefisien regresi berikut :

Tabel 4.2
Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t Tolerance	Sig. VIF	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				B	Std. Error
1 (Constant)	1072995928.627	184211969.832		5.825	.010		
x	9.605	2.931	.884	3.277	.047	1.000	

a. Dependent Variable: y

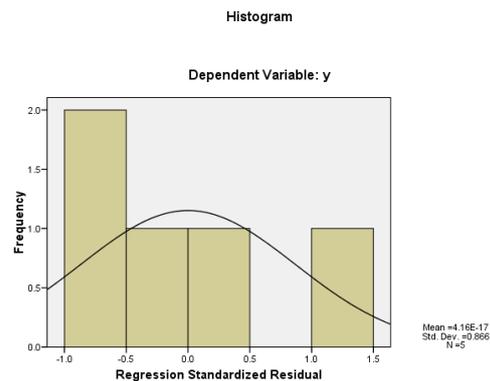
$$PAD = 1.072.995.928,627 + 9,605 X$$

Konstanta sebesar 1.072.995.928,627 menggambarkan bahwa jika tidak adanya pajak reklame maka, Pendapatan Asli Daerah diperoleh sebesar Rp.1.072.995.928,627 per tahun. Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Banyuasin setiap tahunnya bukan hanya berasal dari pajak reklame saja, tetapi juga berasal dari pajak lainnya seperti Pajak Hotel, Pajak Parkir, Pajak Restoran, Pajak Penerangan Jalan, dan Pajak Hiburan dan sumber-sumber penerimaan PAD lainnya. Koefisien regresi 9,605 menyatakan bahwa setiap penambahan Rp. 1,- penerimaan pajak reklame akan meningkatkan PAD sebesar Rp.9,605.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dapat dilihat pada gambar 4.2 sebagai berikut:



Gambar 4.2
Uji Normalitas

Data berdistribusi normal jika kurva normal yang ada di grafik mengikuti bentuk bel (lonceng). Dari grafik diatas terlihat sebaran data mempunyai kurva yang dapat dianggap berbentuk lonceng. Karena itu error model regresi dapat dikatakan berdistribusi normal.

4.2.2 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan dengan menggunakan program SPSS 15.0. Berikut adalah hasil uji autokorelasi :

Tabel 4.3
Model Summary(b)

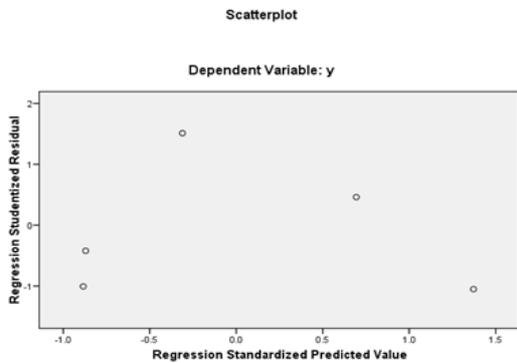
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.884(a)	.782	.709	212753068.938	2.557

Pada hasil uji autokorelasi menggunakan program SPSS 15.0, terlihat pada tabel diatas angka pada kolom Durbin-Watson sebesar + 2,557. Hal ini berarti model regresi diatas tidak terdapat masalah autokorelasi dengan kriteria pengambilan keputusan $dU < DW < (4 - dU)$ yang berarti tidak terjadi autokorelasi.

4.2.3 Uji Homoskedastisitas

Uji homoskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians pada residual (error) dari satu pengamatan ke

pengamatan lain. Hasil uji homoskedastisitas dilakukan dengan pengujian Durbin Watson yang terdapat dalam program SPSS 15.0 sebagai berikut :



Gambar 4.3
Uji Homoskedastisitas

Dari grafik di atas, terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

4.2.4 Uji T

. Hasil uji t dapat dilihat ditabel 4.4 berikut :

Tabel 4.4
Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF	B	Std. Error
1 (Constant)	10729959 28.627	184211 969.83 2		5.825	.010		
x	9.605	2.931	.884	3.277	.047	1.000	1.000

a. Dependent Variable: y

Pada tabel 4.4 dilihat Variabel penerimaan pajak reklame dan konstanta mempunyai angka signifikan di bawah 0,05 yaitu sebesar 0,047 sehingga variabel independent yaitu pajak reklame mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Banyuasin sehingga PAD Kabupaten Banyuasin semakin meningkat.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menganalisis adakah pengaruh positif pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Banyuasin periode tahun 2006 sampai dengan tahun 2010. Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan penelitian yaitu

1. Variabel penerimaan pajak reklame dan konstanta mempunyai angka signifikan di bawah 0,05 yaitu sebesar 0,047 sehingga variabel independent yaitu pajak reklame mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Banyuasin sehingga PAD Kabupaten Banyuasin semakin meningkat. Pajak reklame mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Banyuasin.

2. Koefisien regresi 9,605 menyatakan bahwa setiap penambahan Rp. 1,- penerimaan pajak reklame akan meningkatkan PAD sebesar Rp.9,605. Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Banyuasin setiap tahunnya bukan hanya berasal dari pajak reklame saja, tetapi juga berasal dari pajak lainnya seperti Pajak Hotel, Pajak Parkir, Pajak Restoran, Pajak Penerangan Jalan, dan Pajak Hiburan dan sumber-sumber penerimaan PAD lainnya.

5.2 Saran

Dari kesimpulan diatas, maka sebagai masukan bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Banyuasin dalam upaya peningkatan penerimaan Pajak Reklame, maka dapat disarankan sebagai berikut :

1. Dalam upaya untuk meningkatkan penerimaan pajak reklame hendaknya di tingkatkan lagi jumlah industri baik industri kecil, menengah dan industri besar di Kabupaten Banyuasin diharapkan pemasangan reklame juga akan meningkat dengan bertambahnya industri-industri. Peningkatan penerimaan pajak reklame juga akan meningkatkan PAD di Kabupaten Banyuasin. Maka dengan adanya peningkatan

penerimaan PAD dapat digunakan untuk pembiayaan pembangunan Kabupaten Banyuasin.

2. Pemerintah Kabupaten Banyuasin hendaknya lebih meningkatkan taraf hidup masyarakat Kabupaten Banyuasin. Taraf hidup masyarakat yang semakin meningkat maka perekonomian daerah juga akan meningkat sehingga akan lebih banyak industri kecil maupun besar yang berkembang serta memberikan dampak positif terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Banyuasin. Hal ini dikarenakan industri kecil dan industri besar membutuhkan media berupa reklame untuk mengenalkan produk mereka ke masyarakat. Sehingga reklame dijadikan salah satu media untuk mengenalkan produk ke masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Godam 2008, *Pengertian Dan Jenis/Macam Air Permukaan Dan Air Tanah - Preatis, Artesis, Darat & Laut*, diakses 19 Desember 2012 dari (<http://organisasi.org/pengertian-dan-jenis-macam-air-permukaan-dan-air-tanah-preatis-artesis-darat-laut>).
- [2] Istianto, Donna Dwi 2011, *Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Semarang Tahun 2000 - 2009*, Universitas Diponegoro Semarang, Semarang.
- [3] Lazio, Sonny 2012, *Pengertian Dan Sumber-Sumber Pendapatan Asli Daerah*, diakses 18 September 2012 dari (<http://http://sonnylazio.blogspot.com/2012/06/pengertian-dan-sumber-sumber-pendapatan.html>).
- [4] Nurmayasari, Dini 2010, *Analisis Penerimaan Pajak Reklame Kota Semarang*, Universitas Diponegoro Semarang, Semarang.
- [5] Resmi, Siti 2009, *Perpajakan : Teori dan Kasus Buku 1*, Salemba Empat, Jakarta.
- [6] Riduwan. 2012, *Dasar-Dasar Statistika*, Alfabeta, Bandung.
- [7] Sudayat, Ridwan Iskandar, 2002, *Syarat Pemungutan Pajak*, diakses pada tanggal 19 September 2012 dari ([Http://Journal-Sadam.Blogspot.com](http://Journal-Sadam.Blogspot.com)).
- [8] Sugiono 2007, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.
- [9] Siahaan, Mariot Pahala 2010, *Pajak Daerah & Retribusi Daerah*, Rajawali Pers, Yogyakarta.
- [10] Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang *Pemerintahan Daerah*, diakses 13 Oktober 2012 dari (<http://djkd.depdagri.go.id>).
- [11] Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang *Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat Dan Pemerintah Daerah*, diakses 13 Oktober 2012 dari (<http://djkd.depdagri.go.id>).
- [12] Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang *Pajak Daerah Dan Retribusi Daerah*, diakses 6 Desember 2012 dari (<http://djkd.depdagri.go.id>).
- [13] Widyaningsih, Aristanti 2009, *Analisis Potensi Penerimaan Pajak Reklame Kota Bandung Periode 2001-2007*, diakses 10 Desember 2012 dari (<http://isjd.pdii.lipi.go.id/admin/jurnal/4109112.pdf>).
- [14] Yulianto, Agung, DKK 2011, *Perpajakan Aplikasi dan Terapan*. ANDI, UDINUS, Semarang.