

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENERIMAAN PAJAK REKLAME KOTA SURAKARTA

Guarddina Faahtika Subroto ¹⁾

Fadjar Harimurti ²⁾

Suharno ³⁾

^{1, 2, 3)} Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta

e-mail: ¹⁾ gsubroto@gmail.com)

²⁾ fadjarharimurti@gmail.com)

³⁾ suharno_mm_akt@yahoo.co.id)

ABSTRACT

The purpose of this study to know the effect of total population, amount of industries and GDRP (Gross Domestic Regional Product) on advertising revenue tax. This study uses quantitative data. Data collection techniques by means of documentation and literature. Data analysis technique used is multiple regression, the classical assumption test, descriptive statistics, F test, t test, and test the coefficient of determination. The results of the analysis of determination coefficient of $R^2 = 0.980$, meaning that the effect of variables total population, amount of industries and the Gross Domestic Regional Product of the advertising revenue tax is implanted at 98%. F test results indicate that there is a positive and significant effect of the total population, the amount of industries and the Gross Domestic Regional Product simultaneously on the advertising revenue tax. Total population has positive and significant effect on the advertisement revenue tax. The amount of industries has positive effect but no significant on advertisement revenue tax. Gross Domestic Regional Product has positive and significant effect on the advertisement revenue tax.

Keywords: *advertisement tax, advertisement revenue tax, total population, amount of industries*

PENDAHULUAN

Pembangunan merupakan suatu proses yang berkesinambungan yang mencakup segala bidang yang ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat (Noviyanto, 2013: 2). Oleh karena itu pembangunan lebih diupayakan untuk pemanfaatan segala potensi yang ada disetiap masing-masing daerah. Hal ini dilandasi oleh Undang-Undang No.22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah yang kemudian diperbahurui dengan Undang-Undang No.32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah yang di mana, otonomi daerah adalah hak, wewenang dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Pembangunan ekonomi daerah merupakan suatu proses di mana pemerintah daerah dan masyarakat bersama-sama mengelola sumber daya yang ada dan membentuk suatu pola kemitraan antara pemerintah daerah dan sektor swasta untuk menciptakan suatu lapangan kerja baru yang merangsang perkembangan kegiatan ekonomi dalam wilayah tersebut (Lincoln dalam Dini, 2010: 1). Pembiayaan pembangunan memerlukan uang yang cukup banyak sebagai syarat mutlak agar pembangunan dapat berhasil. Salah satu sumber pendapatan ialah pajak, pajak menjadi sumber pendapatan yang semakin hari semakin penting karena dapat membiayai keperluan negara sekaligus untuk pembangunan masing-masing daerah yang ada di Indonesia.

Pengenaan pajak di Indonesia sendiri dapat dikelompokkan menjadi 2 (dua) bagian, yaitu Pajak Negara dan Pajak Daerah (Mardiasmo, 2013: 11).

Pemungutan pajak daerah di Surakarta sama halnya dengan daerah lain. Pajak Daerah kota Surakarta memiliki 10 (sepuluh) jenis pajak daerah seperti Pajak Hotel, Pajak Restoran, Pajak Hiburan, Pajak Reklame, Pajak Penerangan Jalan, Pajak Parkir, Pajak Air Tanah, Pajak Sarang Burung Walet, Pajak Bumi dan Banguna (PBB) dan Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan (BPHTB). Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame, di mana yang dimaksud dengan reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang bentuk corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial seperti mempromosikan barang, jasa, orang atau badan yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan atau dinikmati oleh umum (Vina, 2013: 1).

Realisasi pajak reklame setiap tahunnya mengalami fluktuasi, rata-rata realisasi untuk tahun 2008-2015 sebesar Rp 380.102.841,00 ini masih cukup kecil dibanding jenis pajak lain. Hal ini membuktikan bahwa pajak reklame bukan merupakan pajak unggulan di Kota Surakarta, tetapi cukup menarik untuk diteliti karena dilihat di lapangan banyak reklame ditemukan di tempat-tempat umum namun kontribusinya masih relatif kecil terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) yaitu rata-rata sebesar 3%.

Penerimaan pajak reklame berdasarkan data dari DPPKA Kota Surakarta pada tahun 2008 sampai 2015 mengalami fluktuasi. Penerimaan pajak reklame terus mengalami kenaikan yang berbeda. Persentase perubahan pajak reklame terbesar terjadi pada tahun 2010 dan 2015 sebesar 18% dan 19%, di mana penerimaan pajak reklame pada tahun tersebut sebesar Rp 4.697.717.016,00 dan Rp 8.053.259.400,00. Namun penurunan terjadi pada tahun 2012 sampai 2014 dengan persentase 6% sampai 9%. Pada tahun 2015 penerimaan pajak reklame mengalami kenaikan yang cukup besar mencapai 19% atau Rp 8.053.259.400,00 karena bertepatan dengan tahun Pemilihan Kepala Daerah (PILKADA), hal ini dapat memicu pertambahan penerimaan pajak karena terdapat pertumbuhan objek pajak yang menggunakan reklame untuk kepentingan politik maupun swasta.

Pertumbuhan Pendapatan Asli Daerah (PAD) berdasarkan data dari DPPKA Kota Surakarta pada tahun 2009 sampai 2013 mengalami kenaikan yang berbeda-beda dan penerimaan tertinggi pada tahun 2011 dengan persentase perubahan sebesar 37%. Penurunan PAD terjadi pada tahun 2014 dengan persentase perubahan sebesar -25% dan kemudian kembali mengalami kenaikan pada tahun 2015 dengan persentase perubahan sebesar 10%. Sedangkan untuk pertumbuhan sumbangan pajak reklame terhadap PAD dalam kurun waktu tahun 2008 sampai 2015 mengalami fluktuasi dengan rata-rata berkisar antara 2 sampai 4 persen.

Penelitian terdahulu yang menganalisis penerimaan pajak daerah sebagai objek yang dipengaruhi. Silvia (2013) dalam penelitiannya membuktikan bahwa tingkat jumlah penduduk, jumlah industri dan adanya perlawanan pasif dari wajib pajak berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame. Sedangkan pada penelitian oleh Phany (2013) membuktikan bahwa tingkat jumlah penduduk, pendapatan perkapita, inflasi dan Surat Ijin Usaha Perdagangan berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame. Dari beberapa pendapat tentang faktor yang mempengaruhi peningkatan penerimaan pajak daerah diambil beberapa faktor yang diduga akan berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Surakarta yaitu jumlah penduduk, jumlah industri dan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB).

Banyak jumlah penduduk akan memacu kegiatan produksi, konsumsi dari penduduk inilah yang akan menimbulkan permintaan agregat (Seetharam dalam Phany, 2013: 195). Penduduk melakukan permintaan atas suatu barang dalam rangka memenuhi atau memuaskan kebutuhan hidup. Pada akhirnya, peningkatan konsumsi agregat memungkinkan usaha-usaha produktif berkembang, begitu pula perekonomian secara keseluruhan. Besar kecilnya penerimaan pajak sangat ditentukan oleh PDRB, jumlah penduduk, dan kebijakan pemerintah baik pusat maupun daerah (Dini, 2010: 11).

Jumlah industri yang menggunakan jasa pemasangan reklame juga berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame. Hal ini disebabkan apabila suatu industri yang ingin memasarkan produknya dapat menggunakan atau memasang reklame agar diketahui oleh masyarakat (Donna, 2011: 10). Bertambahnya jumlah industri yang memasang reklame mengakibatkan objek pajak bertambah luas, sehingga penerimaan daerah meningkat. Di Kota Surakarta sendiri jumlah industri begitu banyak dari industri kecil sampai industri besar dan Kota Surakarta sendiri lebih di dominan oleh jenis industri batik. Oleh sebab itu, jumlah industri dapat dijadikan pengaruh dalam penelitian penerimaan pajak reklame di Kota Surakarta.

Salah satu faktor penting untuk mengetahui kondisi ekonomi disuatu wilayah tertentu dalam suatu periode tertentu dapat ditunjukkan oleh data PDRB daerah tersebut. Apabila PDRB mengalami peningkatan maka akan membawa pengaruh positif pada kenaikan pendapatan daerah (Dini, 2010: 14). Sedangkan PDRB perkapita dalam *wikipedia.org* adalah salah satu indikator untuk mengukur kesejahteraan rakyat di suatu wilayah tertentu. Pajak reklame merupakan salah satu pajak daerah maka akan semakin tinggi PDRB semakin tinggi pula penerimaan pajak daerah, dan pajak reklame pada khususnya. Hal ini dapat memberikan ketertarikan pada peneliti untuk melihat bagaimana PDRB di Kota Surakarta yang jika dilihat rata-rata kesejahteraan penduduknya mengalami peningkatan dapat dijadikan pengaruh dalam penelitian penerimaan pajak reklame di Kota Surakarta.

Tujuan penelitian ini adalah untuk: 1) mengetahui pengaruh jumlah penduduk terhadap penerimaan Pajak Reklame di Kota Surakarta. 2) mengetahui pengaruh jumlah industri terhadap penerimaan Pajak Reklame di Kota Surakarta, 3) mengetahui pengaruh PDRB terhadap penerimaan Pajak Reklame di Kota Surakarta dan 4) mengetahui pengaruh jumlah penduduk, jumlah industri dan PDRB secara simultan terhadap penerimaan Pajak Reklame di Kota Surakarta. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 : Jumlah penduduk berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Surakarta.
- H2 : Jumlah industri berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Surakarta.
- H3 : PDRB berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Surakarta.
- H4 : Jumlah penduduk, jumlah industri dan PDRB secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Surakarta.

METODE PENELITIAN

Jenis data penelitian ini menggunakan data kuantitatif. Sumber data menggunakan data sekunder. Sumber data dimulai dari tahun 2006-2014. Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari beberapa sumber, yaitu dari instansi-instansi pemerintah seperti: Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Surakarta dan Dinas Pengelolaan Pendapatan, Keuangan dan Aset (DPPKA) Kota Surakarta. Teknik pengumpulan data menggunakan data dokumentasi dan studi pustaka. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi berganda, uji asumsi klasik, statistik deskriptif, uji F, uji t, dan uji koefisien determinasi.

HASIL PENELITIAN

Hasil penerimaan pajak reklame dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1: Penerimaan pajak reklame

Tahun	Penerimaan Pajak Reklame (Rupiah)	Persentase Pertumbuhan
2006	3.692.440.678	-
2007	3.441.757.063	-7%
2008	3.527.909.910	2%
2009	3.850.377.341	8%
2010	4.697.717.016	18%
2011	5.208.406.763	10%
2012	5.600.190.650	7%
2013	6.143.112.000	9%
2014	6.501.381.219	6%

Sumber: DPPKA Kota Surakarta

Tabel tersebut menunjukkan bahwa penerimaan pajak reklame pada tahun 2007 mengalami penurunan pendapatan persentase penurunan sebesar -7%, sedang pada tahun 2010 mengalami peningkatan tertinggi dengan persentase sebesar 18%. Selanjutnya untuk tahun-tahun berikutnya mengalami fluktuasi dengan rata-rata persentase peningkatan sebesar 8%. Berdasarkan data tersebut peneliti dapat melakukan analisis pengaruh, yaitu uji analisis deskriptif statistik, uji analisis asumsi regresi dan uji hipotesis.

Tabel 2: Data Jumlah Penduduk, Jumlah Industri dan Pendapatan Domestik Regional Bruto (PDRB)

Tahun	Jumlah Penduduk	Persentase Pertumbuhan	Jumlah Industri	Persentase Pertumbuhan	PDRB (Rupiah)
2006	512.898	-	5.257	-	4.067.529,94
2007	498.150	-3%	5.459	4%	4.304.287,37
2008	498.504	0%	5.677	4%	4.549.342,95
2009	498.904	0%	5.912	4%	4.817.877,63
2010	500.173	0%	6.098	3%	5.103.886,24
2011	502.866	1%	6.374	4%	5.411.912,32
2012	505.413	1%	6.374	0%	5.742.861,31
2013	507.825	0%	7.134	11%	6.080.954,07
2014	510.077	0%	7.160	0%	6.389.656,34

Sumber: Data diolah 2016

Tabel di atas menunjukkan bahwa untuk jumlah penduduk di tahun 2007 mengalami penurunan dengan persentase sebesar -3%, kemudian di tahun 2008-2014 mengalami kenaikan jumlah penduduk. Jumlah industri pada tahun 2013 mengalami kenaikan tertinggi dengan persentase kenaikan sebesar 11% dan PDRB dari tahun ke tahun mengalami peningkatan.

Statistik Deskriptif

Dari data uji statistik deskriptif diketahui bahwa 9 sampel penerimaan pajak reklame periode 2006-2014 menunjukkan hasil rata-rata pengungkapan Penerimaan Pajak Reklame sebesar 0,89 atau 89% yang berarti rata-rata tingkat penerimaan tinggi dari nilai maksimum, maka dapat disimpulkan bahwa kesadaran untuk melakukan pembayaran pajak reklame tinggi. Nilai minimum untuk Penerimaan Pajak Reklame sebesar 0,06 dan maksimum sebesar 0,81. Nilai Jumlah Penduduk minimum sebesar 49,81; nilai maksimum sebesar 51,39 dan rata-rata

sebesar 67,78. Nilai Jumlah Industri minimum sebesar 1,40; nilai maksimum 7,16 dan rata-rata sebesar 4,00. Nilai PDRB minimum sebesar 4,06; nilai maksimum 6,38 dan rata-rata sebesar 5,35.

Uji Asumsi Klasik

Hasil uji asumsi klasik semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan lolos uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas, seperti pada tabel 3.

Tabel 3: Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik	Hasil Uji	Kesimpulan
Uji Multikolinearitas	<i>Tolerance</i> (0,801; 0,562; 0,612) > 0,10 <i>VIF</i> (1,249; 1,778; 1,635) < 10	Tidak ada Multikolinearitas
Uji Autokorelasi	$p(1,000) > 0,05$	Tidak ada Autokorelasi
Uji Heteroskedastisitas	$p(0,196; 0,254; 0,914) > 0,05$	Tidak ada Heteroskedastisitas
Uji Normalitas	$p(0,541) > 0,05$	Data terdistribusi normal

Sumber: Data Primer diolah, 2016

Uji Hipotesis

Tabel 5: Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Koefisien Regresi	Standar Error	t hitung	Signifikan
(Constant)	-21754951469,078	5887964994,617		-3,695
J.Penduduk	39052,811	11914,869	0,181	3,278
J.Industri	52217,463	44725,062	0,077	1,168
PDRB	1263,001	92,578	0,864	13,643
F = 134,253		P value = 0,000		
Adj R ² = 0,980				

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan garis regresinya sebagai berikut:

$$Y = -21.754.951.469,078 + 39.052,811X_1 + 52.217,463X_2 + 1.263,001X_3$$

Interprestasi dari persamaan regresi tersebut adalah:

- a : -21.754.951.469,078 artinya jika Jumlah Penduduk (X_1), Jumlah Industri (X_2), dan PDRB (X_3) sama dengan nol, maka Penerimaan Pajak Reklame (Y) adalah sebesar Rp - 21.754.951.469,078.
- b₁: 39.052,811 artinya pengaruh variabel Jumlah Penduduk (X_1) terhadap Penerimaan Pajak Reklame (Y) di Kota Surakarta periode 2006-2014 positif, artinya apabila Jumlah Penduduk meningkat, maka dapat meningkatkan Penerimaan Pajak Reklame (Y) di Kota Surakarta periode 2006-2014, dengan asumsi Jumlah Industri (X_2), dan PDRB (X_3) dianggap tetap.
- b₂: 52.217,463 artinya pengaruh variabel Jumlah Industri (X_2) terhadap Penerimaan Pajak Reklame (Y) di Kota Surakarta periode 2006-2014 positif, artinya apabila Jumlah Industri meningkat, maka dapat meningkatkan Penerimaan Pajak Reklame (Y) di Kota Surakarta periode 2006-2014, dengan asumsi Jumlah Penduduk (X_1), dan PDRB (X_3) dianggap tetap.

b_3 : 1.263,001 artinya pengaruh variabel PDRB (X_3) terhadap Penerimaan Pajak Reklame (Y) di Kota Surakarta periode 2006-2014 positif, artinya apabila PDRB meningkat, maka dapat meningkatkan Penerimaan Pajak Reklame (Y) di Kota Surakarta periode 2006-2014, dengan asumsi Jumlah Penduduk (X_1), dan Jumlah Industri (X_2) dianggap tetap.

Dari analisis tersebut, maka variabel yang dominan pengaruhnya terhadap Penerimaan Pajak Reklame (Y) di Kota Surakarta periode 2006-2014 adalah variabel Jumlah Industri (X_2), karena nilai koefisien regresinya paling besar yaitu 52.217,463 di antara koefisien regresi variabel lain yaitu Jumlah Penduduk (X_1) sebesar 39.052,811, dan PDRB (X_3) sebesar 1.263,001.

1. Pengaruh Jumlah Penduduk (X_1) terhadap Penerimaan Pajak Reklame (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa p value sebesar $0,022 < 0,05$ maka H_0 ditolak berarti ada pengaruh positif dan signifikan Jumlah Penduduk terhadap Penerimaan Pajak Reklame di Kota Surakarta periode 2006-2014. Sehingga hipotesis ke-1 yang berbunyi “Jumlah penduduk berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Surakarta”, terbukti kebenarannya.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Dini Nurmayasari (2010), Noviyanto Indriawan; Ign. Agus Wantara (2013) dan Silvia Ristina Puspitasari (2013) yang menyimpulkan bahwa secara parsial Jumlah Penduduk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penerimaan Pajak Reklame. Penduduk adalah sejumlah orang yang tinggal secara menetap pada suatu daerah dalam jangka waktu yang lama. Tingginya jumlah penduduk akan memacu kegiatan produksi dan konsumsi dari yang menimbulkan permintaan agregat, sehingga dapat menarik industri untuk mengembangkan dan memperluas usaha. Perluasan usaha yang disebabkan permintaan penduduk dapat meningkatkan penerimaan pajak reklame di Kota Surakarta.

2. Pengaruh Jumlah Industri (X_2) terhadap Penerimaan Pajak Reklame (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa p value sebesar $0,296 > 0,05$ maka H_0 diterima berarti ada pengaruh positif dan tidak signifikan Jumlah Industri (X_2) terhadap Penerimaan Pajak Reklame (Y) di Kota Surakarta periode 2006-2014. Sehingga hipotesis ke-2 yang berbunyi “Jumlah industri berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Surakarta”, tidak terbukti kebenarannya.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, membuktikan bahwa Jumlah Industri tidak berpengaruh signifikan terhadap Penerimaan Pajak Reklame di Kota Surakarta periode 2006-2014. Hasil tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dini Nurmayasari (2010) dan Silvia Ristina Puspitaningsih (2013).

Hal ini cukup beralasan karena Jumlah Industri di Kota Surakarta sendiri lebih dominan dengan industri kecil rumah tangga, sehingga Penerimaan Pajak Reklame di Kota Surakarta lebih banyak dihasilkan melalui industri-industri besar yang memperluas usahanya di wilayah Kota Surakarta.

3. Pengaruh PDRB (X_3) terhadap Penerimaan Pajak Reklame (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa p value sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak berarti ada pengaruh positif dan signifikan PDRB (X_3) terhadap Penerimaan Pajak Reklame (Y) di Kota Surakarta periode 2006-2014. Sehingga hipotesis ke-3 yang berbunyi “PDRB berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Surakarta”, terbukti kebenarannya.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Dini Nurmayasari (2010), dan Noviyanto Indriawan; Ign. Agus Wantara (2013) yang menyimpulkan bahwa secara parsial PDRB berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penerimaan Pajak Reklame. PDRB salah satu indikator pengukur pertumbuhan ekonomi yang dapat mencerminkan kesejahteraan penduduk disuatu daerah. Ketika PDRB suatu daerah mengalami peningkatan maka semakin besar pula potensi penerimaan daerah, selain itu

tingginya pendapatan perkapita masyarakat akan dapat mengakibatkan mobilitas masyarakat tinggi. Mobilitas masyarakat yang tinggi tersebut dapat memberikan potensi masyarakat untuk melihat reklame sebagai media informasi dan promosi terhadap barang yang ditawarkan oleh produsen. Dengan kata lain memberikan peluang bagi produsen untuk meningkatkan pemasaran produknya dengan memasang reklame.

4. Pengaruh jumlah penduduk, jumlah industri dan PDRB secara simultan terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Surakarta

Hasil penelitian menunjukkan bahwa p value sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak berarti ada pengaruh positif dan signifikan variabel independen yaitu Jumlah Penduduk (X1), Jumlah Industri (X2) dan PDRB (X3) secara simultan terhadap variabel dependen yaitu Penerimaan Pajak Reklame (Y) di Kota Surakarta periode 2006-2014. Sehingga hipotesis ke-4 yang berbunyi “Jumlah penduduk, jumlah industri dan PDRB secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Surakarta”, terbukti kebenarannya.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Dini Nurmayasari (2010) yang menyimpulkan bahwa secara simultan Jumlah Penduduk, Jumlah Industri dan PDRB berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penerimaan Pajak Reklame.

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil koefisien determinasi diperoleh *adjusted* R^2 sebesar 0,980 yang berarti besarnya pengaruh variabel independen yaitu Jumlah Penduduk, Jumlah Industri dan PDRB terhadap variabel dependen yaitu Penerimaan Pajak Reklame adalah 98%, sedangkan sisanya ($100\% - 98\% = 2\%$) dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah diuraikan pada bab sebelumnya kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah Jumlah Penduduk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penerimaan Pajak Reklame, Jumlah Industri berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Penerimaan Pajak Reklame, PDRB berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penerimaan Pajak Reklame dan Jumlah Penduduk, Jumlah Industri dan PDRB berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Penerimaan Pajak Reklame.

Kesimpulan untuk hasil analisis determinasi dan peran dari penerimaan pajak reklame adalah besarnya koefisien determinasi R^2 sebesar 0,980 yang berarti 98 persen variasi variabel Penerimaan Pajak Reklame dapat dijelaskan oleh variabel Jumlah Penduduk, Jumlah Industri dan PDRB. Sedangkan 2 persen dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Peranan dari Penerimaan Pajak Reklame dari tahun anggaran 2006 sampai 2014 selalu mengalami peningkatan tiap tahunnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi, 2010, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi 2010, Rineka Cipta. Jakarta.
- Avrianto Triantoro, 2010, “Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame dan Kontribusinya terhadap Penerimaan Pajak Daerah di Kota Bandung”, Vol. 5 No.1, Juni 2010 (hal 1 – 24).
- Bastian, Indra, 2010, *Akuntansi Sektor Publik*, Edisi 3, Erlangga. Jakarta
- Dini Nurmayasari, 2010, “Analisis Penerimaan Pajak Reklame Kota Semarang”, *Skripsi* (tidak dipublikasikan) Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang.
- Donna Dwi Istianto, 2011, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Semarang Tahun 2000 – 2009”, *Skripsi* (tidak dipublikasikan) Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang.

- Ghozali, Imam, 2005, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Edisi Revisi, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Halim, Abdul, 2007, *Akuntansi Keuangan Daerah*, Salemba Empat. Jakarta.
- Halim, Abdul dan Syam Kusufi, 2012, *Akuntansi Sektor Publik*, Salemba Empat. Jakarta.
- <http://wikipedia.org> diakses pada tanggal 14 Maret 2016
- <http://www.sjdih.depkeu.go.id/fulltext/2004/32TAHUN2004UU.htm> diakses pada tanggal 15 Maret 2016
- <http://surakarta.go.id/konten/pajak-reklame> diakses pada tanggal 14 Maret 2016
- Kota Surakarta, 2011, *Peraturan Daerah Kota Semarang Nomer 4 Tahun 2011 Tentang Pajak Daerah*, Surakarta
- Kuncoro, M, 2009, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Edisi Revisi, Erlangga, Yogyakarta.
- Mardiasmo, 2011, *Perpajakan*, Edisi Revisi, Andi Yogyakarta. Yogyakarta.
- Noviyanto Indriyawan, 2013, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Klaten Tahun 2000 - 2013”, *Skripsi*, (tidak dipublikasikan), Fakultas Ekonomi Universitas Atmajaya, Yogyakarta.
- Phany Inneke Putri, 2013, “ Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak”, *Jurnal of Economics and Policy* 6 (2) (hal 194 - 201), September 2013.
- Risa Iman Madina, 2015, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Implementasi Regulasi Daerah Terkait Penerimaan Pajak Reklame (Studi Kasus di Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang)”, *Jurnal Perpajakan* (hal 1 - 10), Vol. 6 No. 2, 2015.
- Sarwono, Jonathan, 2012, *Metode Riset Skripsi: Pendekatan Kuantitatif (Menggunakan Prosedur SPSS)*, PT. Alex Media Komputindo, Jakarta.
- Silvia Ristina Puspitaningsih, 2013, “Analisa Penerimaan Pajak Reklame Kota Malang”, *Skripsi* (tidak dipublikasikan), Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya, Malang.
- Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi Revisi, Alfabeta, Bandung.
- Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 *Tentang Pemerintah Daerah*.
- Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 *Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*.
- Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 *Tentang Otonomi Daerah*.
- Vera Fransiska Pesik, 2013, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame di Kota Manado”, *Jurnal Perpajakan* (hal 804 - 812), Vol. 1 No. 3, September 2013.
- Vina, 2013, “Analisis Pengaruh Penerimaan Pajak Reklame TERhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Banyuasin”, *Skripsi* (tidak dipublikasikan), Fakultas Ekonomi STIE MDP.
- Waluyo, 2011, *Perpajakan Indonesia*, Edisi 10, Salemba Empat. Jakarta.
- www.pajak.go.id diakses pada tanggal 14 Maret 2016
- www.jdih.setjen.kemendagri.go.id/.../KOTA_SURAKARTA_4_2011.pdf diakses pada tanggal 15 Maret 2016
- Yan Yan, 2012, “Analisis Peranan dan Kontribusi Pajak Reklame terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kota Jambi”, *Skripsi* (tidak dipublikasikan) Fakultas Ekonomi STIE MPD.