

**PENGARUH JUMLAH UNIT USAHA, JUMLAH
PENDUDUK, INFLASI, DAN PRODUK
DOMESTIK REGIONAL BRUTO (PDRB)
TERHADAP PENERIMAAN PAJAK REKLAME**

(STUDI PADA KABUPATEN TULUNGAGUNG)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Perpajakan
pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

**SELLA RINDHA AGUSTINA
NIM. 145030407111045**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI PERPAJAKAN
MALANG
2018**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Jumlah Unit Usaha, Jumlah Penduduk, Inflasi,
dan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Terhadap
Penerimaan Pajak Reklame (Studi Pada Kabupaten
Tulungagung)

Disusun oleh : Sella Rindha Agustina

NIM : 145030407111045

Fakultas : Ilmu Administrasi

Program Studi : Perpajakan



Malang, 23 Juli 2018

Komisi Pembimbing

Ketua

Mukhamad Kholid Mawardi, S.Sos., M.AB., Ph.D
NIP. 19751220 200501 1 002



TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu Administrasi
Universitas Brawijaya, pada :

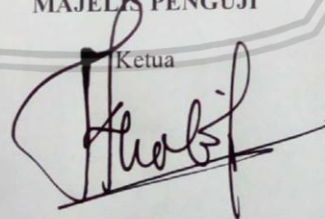
Hari : Rabu
Tanggal : 29 Agustus 2018
Jam : 08.00 WIB
Skripsi atas nama : Sella Rindha Agustina
Judul : Pengaruh Jumlah Unit Usaha, Jumlah Penduduk, Inflasi
dan Produk Domestik Bruto (PDRB) Terhadap Penerimaan
Pajak Reklame (Studi Pada Kabupaten Tulungagung).

Dan Dinyatakan

LULUS

MAJELIS PENGUJI

Ketua

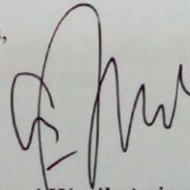


M. Kholid Mawardi, S.Sos., M.AB., Ph.D
NIP. 19751220 200501 1 002

Anggota,



Mirza Maulinarhadi R, SE, MSA, Ak
NIK. 2012018412112001



Astri Warih Anjarwi, SE, MSA, Ak
NIK. 2013048703162001

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya Sella Rindha Agustina menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU) No 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Malang, 01 Oktober 2018

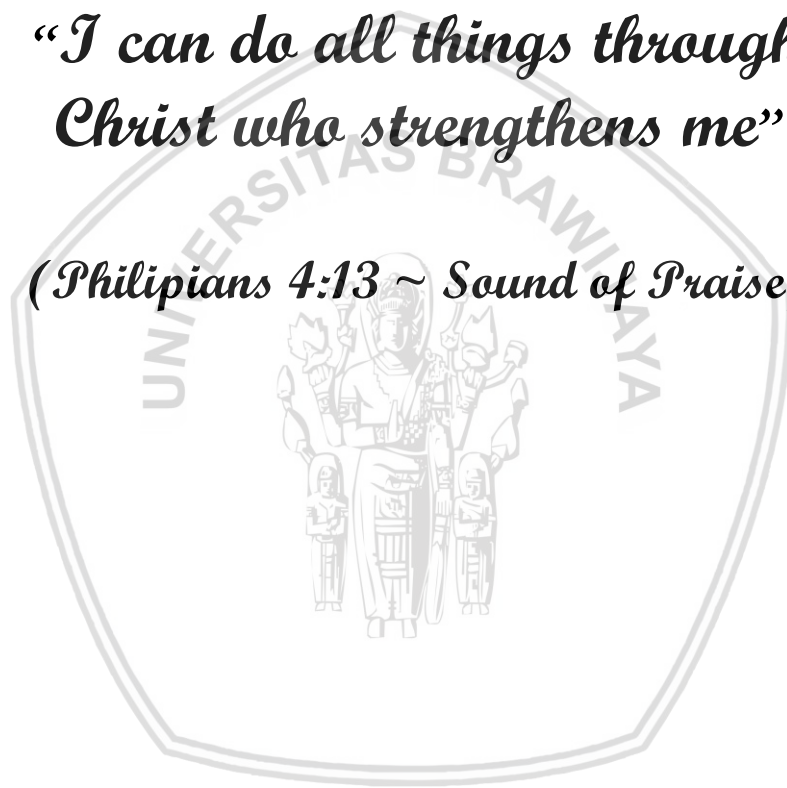


Sella Rindha Agustina

MOTTO

*“I can do all things through
Christ who strengthens me”*

(Philipians 4:13 ~ Sound of Praise)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Tuhan Yesus Kristus karena atas berkat dan anugerahNya peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan kali ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada orang-orang yang menyanyangi, selalu ada dan selalu mendukung selama ini :

1. Kedua orangtua peneliti yakni Bapak Sih Widyo Harianto dan Mami Ninik Titik Romelah, terimakasih untuk segala cinta, kasih sayang, semangat, doa, nasehat, dan segala bentuk dukungan yang telah diberikan kepada peneliti yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Saudari peneliti yakni Selly Shevia Septiana selaku adik peneliti, terimakasih atas segala doa, semangat dan dukungannya.
3. Christopher Imandela terimakasih sudah menjadi motivator pribadi yang tidak pernah berhenti memberi dukungan, nasehat dan mengingatkan untuk berusaha lebih baik dan bekerja lebih keras.
4. Para sahabat yang tak henti-hentinya memberikan semangat dan doa kepada peneliti Laila, Benita, Emon dan Yonas sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

-Sella Rindha Agustina-

RINGKASAN

Sella Rindha Agustina, 2018, **Pengaruh Jumlah Unit Usaha, Jumlah Penduduk, Inflasi, dan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Terhadap Penerimaan Pajak Reklame (Studi Pada Kabupaten Tulungagung)**. Mukhamad Kholid Mawardi, S.Sos., M.AB., Ph.D.

Salah satu sumber pajak daerah yang berkontribusi terhadap PAD di wilayah Kabupaten Tulungagung adalah Pajak Reklame. Pajak reklame merupakan pajak yang cukup potensial dimana memiliki beberapa keunggulan, antara lain lokasi objek pajak jelas dan mudah diidentifikasi, relatif mudah untuk diimplementasikan dan pertumbuhannya yang stabil. Namun, penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Tulungagung belum bisa dikatakan optimal dikarenakan sering terjadi penurunan dan tidak mencapai target.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh jumlah unit usaha, jumlah penduduk, inflasi, dan PDRB terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Tulungagung. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah pendekatan kuantitatif yang menitikberatkan pada pengujian hipotesis. Objek penelitian yang digunakan adalah Badan Pendapatan Kabupaten Tulungagung berupa realisasi penerimaan pajak reklame Kabupaten Tulungagung dari tahun 2008-2016, dan Badan Pusat Statistik berupa jumlah penduduk, inflasi dan PDRB dari tahun 2008-2016. Teknik pengumpulan data menggunakan data sekunder dengan menggunakan metode dokumentasi dan studi kepustakaan. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis, maka dapat disimpulkan bahwa variabel jumlah unit usaha berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame. Sedangkan jumlah penduduk, inflasi dan produk domestik regional bruto berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Tulungagung.

Rekomendasi yang dapat peneliti berikan adalah Badan Pendapatan Daerah lebih mensosialisasikan lagi tentang penyelenggaraan reklame dengan tarif sebesar 25% sehingga diharapkan pemasangan reklame ilegal atau reklame liar dapat di minimalisir. Peneliti selanjutnya dapat memperluas lingkup penelitan, menambah jumlah sampel atau memakai teknik analisis yang berbeda, menambahkan variabel bebas lainnya sehingga diharapkan dapat memberikan hasil penelitian yang lebih baik, lengkap, spesifik dan bermanfaat.



SUMMARY

Sella Rindha Agustina, 2018, **The Influence of Total Business Unit, Population, Inflation, and Gross Domestic Regional Product (GDRP) towards Advertisement Tax Revenue (Study at Tulungagung Regency)**. Mukhamad Kholid Mawardi, S.Sos., M.AB., Ph.D.

One of the sources that contribute to the local tax revenue in the district of Tulungagung is advertisement tax. Advertisement tax is a tax that is a potential which has several advantages, including the location of the tax object is clear and easily identifiable, relatively easy to implement and stable growth. However, the advertisement tax revenue in Tulungagung is not optimal because there is often a decline and does not reach the target.

The purpose of this study was to analysis the influence of total business, population, inflation, and gross regional domestic product on advertisement tax revenue in the Tulungagung. This type of research used in the study is a quantitative approach that focuses on hypothesis testing. The object of the research is the Department of Revenue and Financial Management of Tulungagung in the form of advertisement tax revenues Tulungagung from 2008-2016 year, and the Central Bureau of Statistics such as total business unit, population, inflation, and the GDRP of the year 2008-2016. Data collection techniques using secondary data by using the method of documentation and library research. Methods of data analysis using multiple linear regression analysis.

Based on the results of data analysis and hypothesis testing, it can be concluded that the variable total business unit have a negative and significant effect on advertisement tax revenue. While the population, inflation and gross domestic regional product have a positive and significant effect on advertisement tax acceptance in Tulungagung.

Recomendation that researchers can give is that Department of Revenue and Financial Management should be more socialized about administration of the advertisement at a rate of 25 % and so hopefully installation of illegal advertisement can be minimized. The next researchers can expanding the scope of the research, adding the number of samples or use different analytical techniques, adding more independent variable so hopefully can give a better research, more comprehensive, more spesific and useful.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat dan anugerahNya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Jumlah Unit Usaha, Jumlah Penduduk, Inflasi, dan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Terhadap Penerimaan Pajak Reklame (Studi Pada Kabupaten Tulungagung)”**. Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Perpajakan pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak yang mendukung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Nuhfil Hanani AR., MS, selaku Rektor Universitas Brawijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Bambang Supriyono, MS, selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
3. Bapak Dr. Mochammad Al Musadieg, MAB, selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
4. Ibu Dr. Sapparilla Worokinarsih, S.Sos., M.Si, selaku Ketua Program Studi Perpajakan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
5. Bapak Mukhamad Kholid Mawardi, S.Sos., M.AB., Ph.D, selaku dosen pembimbing akademik skripsi yang telah bersedia meluangkan waktunya

- untuk membimbing, mengarahkan dan membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang telah memberi ilmu kepada peneliti dari semester I – VII.
 7. Kepala Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tulungagung yang memberikan kesempatan peneliti untuk melakukan penelitian di Kantor Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tulungagung.
 8. Seluruh staf dan karyawan Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tulungagung atas bimbingan dan bantuannya selama kegiatan penelitian berlangsung.
 9. Kepala Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung yang memberikan kesempatan peneliti untuk melakukan penelitian di Kantor Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung.
 10. Seluruh staf dan karyawan Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung atas bimbingan dan bantuannya selama kegiatan penelitian berlangsung.
 11. Kedua orangtua peneliti yang telah senantiasa mendoakan kelancaran penyelesaian skripsi ini dan selalu memberikan dukungan baik dukungan moril serta materi kepada peneliti.
 12. Saudara dan keluarga yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah senantiasa mendoakan dan mendukung peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
 13. Teman – teman seperjuangan Program Studi Perpajakan Angkatan 2014 terimakasih untuk kebersamaan dan kerukunan selama empat tahun ini.

14. Teman-teman Finally We Meet yaitu Kiki, Hayu, Dwi, Filly dan Devi serta Immaners 2014 yaitu Rumondang, Monica, Nicho, Vando dan Theo yang terus mensupport dan menjadi tempat berkeluh kesah, teman diskusi, dan sumber pencerahan selama penyusunan skripsi ini.
15. Sahabat-sahabat tercinta Wimo, Eko, Logan, Satya, Yonas, Laila, dan Benita terima kasih atas segala dukungan dan semua momen yang pernah kita lalui bersama.
16. Teman-teman Administratio Choir sebagai keluarga kedua di kampus dan tempat berorganisasi peneliti selama 3 periode, terimakasih atas pengalaman, doa, dan dukungannya.
17. Seluruh pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu telah memberikan bantuan kepada peneliti hingga penyelesaian skripsi ini.

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang bersifat membangun sangat peneliti harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang memerlukan informasi mengenai tema yang diangkat dalam skripsi ini.

Malang, 23 Juli 2018

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
RINGKASAN.....	vii
SUMMARY.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kontribusi Penelitian.....	9
E. Sistematika Pembahasan.....	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Empiris.....	11
B. Tinjauan Teoritis	16
1. Pendapatan Asli Daerah	16
a. Pengertian Pendapatan Asli Daerah	16
b. Sumber-sumber Pendapatan Asli Daerah.....	17
2. Industri.....	17
a. Pengertian Industri	17
b. Klasifikasi Industri	18
3. Kependudukan.....	20

a. Pengertian Penduduk.....	20
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Penduduk.....	21
4. Inflasi.....	23
a. Pengertian Inflasi	23
b. Dampak Terjadinya Inflasi.....	24
5. Konsep Produk Domestik Regional Bruto.....	25
a. Pengertian.....	25
b. Metode Perhitungan PDRB	26
c. Kegunaan PDRB.....	29
3. Pajak Daerah.....	30
a. Pengertian Pajak Daerah	30
b. Kriteria Umum Pajak Daerah	31
c. Tolak Ukur Pajak Daerah.....	32
d. Jenis dan tarif Pajak Daerah	34
4. Pajak Reklame.....	36
a. Pengertian Pajak Reklame	36
b. Objek Pajak Reklame.....	36
c. Bukan Objek Pajak Reklame	38
d. Subjek Pajak dan Wajib Pajak Reklame.....	38
e. Tarif dan Dasar Pengenaan Pajak Reklame.....	38
5. Hubungan Antar variabel.....	40
a. Hubungan Jumlah Unit Usaha terhadap Penerimaan Pajak Reklame	40
b. Hubungan Jumlah Penduduk terhadap Penerimaan Pajak Reklame.....	41
c. Hubungan Inflasi terhadap Penerimaan Pajak Reklame.....	42
d. Hubungan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) terhadap Penerimaan Pajak Reklame.....	42
C. Kerangka Konseptual.....	44
D. Perumusan Hipotesis.....	45

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	47
B. Lokasi penelitian	47
C. Variabel dan Definisi Operasional.....	48
1. Variabel	48
2. Definisi Operasional.....	49
D. Populasi dan Sampel.....	50
1. Populasi	50
2. Sampel.....	51
E. Jenis dan Sumber Data.....	51
1. Jenis Data.....	51
2. Sumber Data.....	52
F. Teknik Pengumpulan Data.....	52



1. Dokumentasi.....	53
2. Studi Kepustakaan (<i>Library Research</i>).....	53
G. Teknik Analisis Data.....	53
1. Uji Statistik Deskriptif.....	54
2. Uji Statistik Inferensial.....	54
a. Uji Asumsi Klasik.....	55
1) Uji Normalitas.....	56
2) Uji Multikolinearitas.....	56
3) Uji Autokolerasi.....	57
4) Uji Heteroskedastisitas.....	57
b. Analisis Regresi Linear Berganda.....	58
H. Pengujian Hipotesis.....	59
1. Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	59
2. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t).....	60
3. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	61

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	63
B. Gambaran Umum Variabel.....	65
1. Variabel Dependen.....	65
a. Penerimaan pajak Reklame Wilayah Kabupaten Tulungagung.....	65
2. Variabel Independen.....	67
a. Jumlah Unit Usaha.....	67
b. Jumlah Penduduk.....	68
c. Inflasi.....	69
d. Produk Domestik Regional Bruto.....	70
C. Analisis Data.....	71
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	71
2. Analisis Statistik Inferensial.....	73
a. Uji Asumsi Klasik.....	73
1) Uji Normalitas.....	73
2) Uji Multikolinearitas.....	74
3) Uji Autokolerasi.....	75
4) Uji Heteroskedastisitas.....	77
b. Analisis Regresi Linier Berganda.....	78
3. Uji Hipotesis.....	80
a. Koefisien Determinasi (R^2).....	81
b. Uji Signifikansi Parameter (Uji Statistik t).....	81
c. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	84
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	85
1. Pengaruh Jumlah Unit Usaha secara Parsial terhadap Penerimaan Pajak Reklame.....	85

2. Pengaruh Jumlah Penduduk secara Parsial terhadap Penerimaan Pajak Reklame.....	87
3. Pengaruh Inflasi secara Parsial terhadap Penerimaan Pajak Reklame.....	88
4. Pengaruh PDRB secara Parsial terhadap Penerimaan Pajak Reklame.....	88
5. Pengaruh Jumlah Unit Usaha, Jumlah Penduduk, Inflasi dan PDRB secara Simultan terhadap Penerimaan Pajak Reklame.....	90

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	91
B. Saran.....	92

DAFTAR PUSTAKA.....	94
----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	98
----------------------	-----------



DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
1.1	Data Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Tulungagung Tahun 2016...	3
1.2	Rekapitulasi Wajib Pajak Daerah Kabupaten Tulungagung.....	4
2.1	Rangkuman Penelitian Terdahulu.....	13
2.2	Kelompok Komoditas Industri Manufaktur.....	19
2.3	Jenis Pajak Daerah.....	34
2.4	Besaran Tarif Pajak Daerah.....	35
4.1	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	71
4.2	Hasil Uji Normalitas.....	74
4.3	Hasil Uji Multikolinearitas.....	75
4.4	Hasil Uji Autokorelasi.....	76
4.5	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	78
4.6	Hasil Uji Hipotesis X_1 , X_2 , X_3 , dan X_4 terhadap Y	80
4.7	Keputusan Hipotesis.....	85

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
2.1	Kerangka Konseptual.....	44
2.2	Model Hipotesis.....	45
4.1	Penerimaan Pajak Reklame Kabupaten Tulungagung Tahun 2008-2016 (dalam satuan rupiah).....	66
4.2	Jumlah Unit Usaha wilayah Kabupaten Tulungagung Tahun 2008-2016 (dalam satuan unit).....	67
4.3	Jumlah Penduduk wilayah Kabupaten Tulungagung Tahun 2008-2016 (dalam satuan jiwa).....	68
4.4	Laju Inflasi wilayah Kabupaten Tulungagung Tahun 2008-2016 (dalam satuan persen).....	69
4.5	Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Tulungagung Atas Dasar Harga Konstan Tahun 2008-2016 (dalam satuan persen).....	70
4.6	Hasil Uji Heteroskeastisitas.....	77



DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1	Data Tabulasi Penelitian	98
2	Analisis Statistik Deskriptif, Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Asumsi Klasik.....	99
3	Curriculum Vitae.....	104



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap daerah mempunyai corak pertumbuhan ekonomi yang berbeda dengan daerah yang lain. Dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi, diperlukan pembangunan daerah yang terpadu dan serasi pada penyelenggaraan pemerintahan daerah. Pembangunan daerah merupakan kegiatan utama pemerintahan daerah, karena itu perencanaan pembangunan daerah membutuhkan partisipasi seluruh unsur pemerintahan daerah (*stakeholder*) yang ada di daerah tersebut (Nurman, 2015:189). Penyelenggaraan pemerintahan daerah pada saat ini didasarkan atas asas desentralisasi. Menurut Hakim (2012:31) desentralisasi merupakan pengotonomian, yakni proses memberikan otonomi kepada masyarakat dalam wilayah tertentu.

Sesuai dengan amanat Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 18, pemerintah daerah berwenang untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan menurut asas otonomi dan tugas pembantuan. Pemberian otonomi luas kepada daerah diarahkan untuk mempercepat terwujudnya kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan pelayanan, pemberdayaan dan peran serta masyarakat (Domai, 2011:1). Otonomi daerah memberikan kewenangan kepada daerah untuk mengurus dan mengatur semua urusan pemerintahan di luar yang menjadi urusan pemerintah pusat. Kewenangan tersebut mengindikasikan bahwa masing-masing daerah diharapkan

dapat meningkatkan kemandirian daerah sesuai dengan tujuan dari otonomi daerah.

Peningkatan kemandirian daerah sangat erat kaitannya dengan kemampuan daerah dalam mengelola Pendapatan Asli Daerah (PAD) (Mahmudi, 2010:18). Pada umumnya, PAD tidak seluruhnya dapat membiayai total pengeluaran daerah, namun proporsi PAD terhadap total penerimaan daerah tetap merupakan indikasi derajat kemandirian keuangan suatu pemerintahan daerah. Sumber-sumber PAD dapat menjadi salah satu solusi bagi pendanaan daerah dan dapat menjadi penyangga utama dalam membiayai kegiatan-kegiatan daerahnya. Menurut Suhadak dan Nugroho (2007:122), pada dasarnya apabila memiliki PAD yang cukup tinggi maka daerah otonom akan semakin leluasa dan mandiri dalam menentukan kebutuhan pelayanan kepada masyarakat.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah salah satu sumber PAD adalah Pajak Daerah. Teori *development from below* berpendapat bahwa orang akan lebih bersedia membayar pajak kepada pemerintah daerah daripada kepada pemerintah pusat karena mereka dapat secara mudah melihat manfaat langsung dalam pembangunan di daerah mereka (Davey dalam Anggoro, 2017:45). Menurut pendapat tersebut terlihat bahwa dengan membayar pajak daerah, maka akan melihat manfaat secara langsung pembangunan daerah, salah satunya di wilayah Kabupaten Tulungagung. Pajak daerah yang dipungut oleh Kabupaten Tulungagung mampu memberikan kontribusi besar dalam pertumbuhan PAD, yaitu sebesar 103,71% pada Tahun 2016 dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1 Data Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Tulungagung Tahun 2016

No	Jenis Penerimaan	Target	Realisasi	%
1	PENDAPATAN ASLI DAERAH	287.185.436.564,50	342.575.850.088,31	119,29
1.1	Pajak Daerah	65.042.085.968,00	67.457.168.815,02	103,71
1.2	Retribusi Daerah	22.523.608.206,00	22.674.086.533,00	100,67
1.3	Hasil Pengelolaan Kekayaan Daerah yang dipisahkan	4.553.186.053,50	4.553.186.053,00	100,00
1.4	Lain-lain PAD yang sah	195.066.556.337,00	247.891.408.687,29	127,08

Sumber: Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tulungagung, 2018

Kontribusi yang diberikan oleh pajak daerah pada Tahun 2016 yang melebihi target tersebut, disebabkan oleh berkembangnya potensi daerah yang dimiliki Kabupaten Tulungagung. Potensi tersebut seperti bisnis lokal, pusat perbelanjaan serta berbagai tempat wisata baik wisata alam maupun wisata kuliner yang semakin tumbuh berkembang (<http://bappeda.stock-bill.com>). Selain itu, Kabupaten Tulungagung merupakan salah satu daerah pusat industri marmer di Indonesia. Secara tidak langsung, dengan berkembangnya potensi-potensi daerah yang dimiliki oleh Kabupaten Tulungagung tersebut akan mengakibatkan berkembangnya objek pajak. Berkembangnya objek pajak di Kabupaten Tulungagung, mengakibatkan jumlah wajib pajak meningkat setiap tahunnya, yang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1.2 Rekapitulasi Wajib Pajak Daerah Kabupaten Tulungagung

No	Objek Pajak	Tahun		
		2014	2015	2016
1	Hotel	34	35	46
2	Hiburan	77	52	70
3	Restoran	182	190	233
3	Mineral Bukan Logam dan Batuan	14	18	18
5	Air Tanah	181	279	376
6	Reklame*)	2.623	2.858	2.837

*) = Jumlah Titik Reklame

Sumber : Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tulungagung, 2018

Salah satu sumber pajak daerah yang berkontribusi terhadap PAD di wilayah Kabupaten Tulungagung adalah Pajak Reklame. Pada Tabel 1.2 terlihat bahwa potensi titik-titik pemasangan reklame cukup besar dan mengalami pertumbuhan yang fluktuatif dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2016. Menurut Mahmudi (2010:24), pajak reklame merupakan pajak yang cukup potensial dimana memiliki beberapa keunggulan, antara lain lokasi objek pajak jelas dan mudah diidentifikasi, relatif mudah untuk diimplementasikan dan pertumbuhannya yang stabil. Dengan adanya berbagai potensi daerah yang dimiliki Kabupaten Tulungagung seperti usaha konveksi, pusat perindustrian dan banyaknya tempat wisata yang bermunculan maka memicu penggunaan jasa pemasangan reklame sebagai media untuk memperkenalkan barang dan jasa yang ditawarkan agar lebih dikenal oleh kalangan masyarakat di wilayah Kabupaten Tulungagung (tulungagung.go.id).

Potensi pajak reklame yang semakin bertambah ditandai dengan jumlah unit usaha yang semakin berkembang. Dalam penelitian Pesik (2013) menyatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame adalah jumlah unit usaha. Jumlah unit usaha adalah jumlah usaha baik kecil, menengah

maupun besar yang ada di wilayah Kabupaten Tulungagung. Dalam memperkenalkan suatu produk, suatu usaha tentunya akan menggunakan jasa pemasangan reklame. Bertambahnya jumlah unit usaha yang memasang reklame mengakibatkan objek pajak bertambah luas, sehingga penerimaan daerahpun meningkat.

Peningkatan penerimaan pajak reklame selain menggali potensi objek pajak, juga diperlukan peran penduduk atau masyarakat.

“Jumlah penduduk dianggap sebagai faktor yang dapat membuat penyelenggara reklame berfikir untuk menggunakan sejumlah media reklame diukur dari jumlah penduduk yang ada, misalnya jika memiliki jumlah penduduk yang banyak maka demi menginformasikan kepada penduduk tersebut dipergunakan media reklame yang lebih banyak disudut-sudut wilayah, sedangkan jika penduduk sedikit maka tidak memerlukan media reklame yang cukup banyak untuk menginformasikan kepada penduduk tersebut”. (Fatah *et al*, 2015)

Menurut penelitian dari Nurmayasari (2010:93) menyatakan bahwa jumlah penduduk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame. Banyaknya jumlah penduduk akan memacu kegiatan produksi dan konsumsi, hal inilah yang akan menimbulkan permintaan yang nantinya memungkinkan usaha-usaha produktif berkembang, dan kemudian secara keseluruhan berdampak pada perekonomian. Perkembangan dari kegiatan produksi tersebut akan meningkatkan periklanan baik barang atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat.

Inflasi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame. Laju Inflasi yang tinggi juga akan meningkatkan harga barang secara umum, yang dalam hal ini juga akan meningkatkan harga-harga dari faktor produksi yang digunakan para pelaku usaha. Menurut penelitian dari Putri (2013)

menyatakan bahwa inflasi berpengaruh secara signifikan negatif terhadap penerimaan reklame. Hal ini mengandung arti bahwa ketika terjadi inflasi para pelaku usaha akan berusaha untuk memenuhi keperluan untuk proses produksinya terlebih dahulu, daripada menggunakan jasa reklame, maka dari itu inflasi berpengaruh negatif terhadap penerimaan pajak reklame.

Kegiatan ekonomi suatu daerah secara umum dapat digambarkan melalui kemampuan daerah dalam menghasilkan barang dan jasa. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) merupakan jumlah nilai tambah yang dihasilkan oleh seluruh unit usaha dalam suatu daerah/wilayah tertentu, atau merupakan nilai barang dan jasa akhir yang dihasilkan oleh seluruh unit kegiatan ekonomi dalam suatu daerah/wilayah pada periode tertentu (BPS,2018). PDRB juga mempunyai dampak yang signifikan terhadap penerimaan pajak reklame. Menurut Yudisyus (2013) dalam penelitiannya variabel PDRB mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pajak daerah. Hal ini mengidentifikasi bahwa ketika sektor-sektor pembentuk PDRB naik, maka penerimaan pajak daerah pun akan naik, termasuk di dalamnya pajak reklame.

Berdasarkan beberapa penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa penerimaan Pajak Reklame dipengaruhi oleh beberapa faktor. Namun, penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Tulungagung belum bisa dikatakan optimal dikarenakan sering terjadi penurunan dan tidak mencapai target pada tahun 2014 dan tahun 2016 (Bapenda Tulungagung, 2018). Permasalahannya adalah masih banyak pemasangan reklame ilegal (reklame liar) yang ada di wilayah Kabupaten Tulungagung. Selain itu reklame yang telah habis masa izinnnya serta belum

melakukan perpanjangan izin serta pembayaran pajak reklame yang belum terbayarkan masih sering menjadi masalah utama. Kepala Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Tulungagung melalui Kabid Penegakan Perundang-undangan Daerah, Kustoyo mengatakan bahwa ada sejumlah papan reklame yang tidak memiliki izin, tidak berizin dan tidak membayar pajak akan dipotong dan dilakukan pembongkaran secara paksa sebagaimana yang dikutip pada <http://m.jatimtimes.com>. Permasalahan-permasalahan tersebut tentunya dapat menjadi faktor penghambat peningkatan pajak reklame di Kabupaten Tulungagung.

Berdasarkan penjelasan diatas, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai Penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Tulungagung sehingga judul yang diambil oleh penulis adalah **“Pengaruh Jumlah Unit Usaha, Jumlah Penduduk, Inflasi, dan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Terhadap Penerimaan Pajak Reklame (Studi pada Kabupaten Tulungagung)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis mengambil rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Jumlah Unit Usaha secara parsial berpengaruh terhadap Penerimaan Pajak Reklame ?
2. Apakah Jumlah Penduduk secara parsial berpengaruh terhadap Penerimaan Pajak Reklame ?

3. Apakah Inflasi secara parsial berpengaruh terhadap Penerimaan Pajak Reklame ?
4. Apakah PDRB secara parsial berpengaruh terhadap Penerimaan Pajak Reklame ?
5. Apakah Jumlah Unit Usaha, Jumlah Penduduk, Inflasi, dan PDRB secara simultan berpengaruh terhadap Penerimaan Pajak Reklame ?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh Jumlah Unit Usaha secara parsial terhadap Penerimaan Pajak Reklame.
2. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh Jumlah Penduduk secara parsial terhadap Penerimaan Pajak Reklame.
3. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh Inflasi secara parsial terhadap Penerimaan Pajak Reklame.
4. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh PDRB secara parsial terhadap Penerimaan Pajak Reklame.
5. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh Jumlah Unit Usaha, Jumlah Penduduk, Inflasi, dan PDRB secara simultan terhadap Penerimaan Pajak Reklame.

D. Kontribusi Penelitian

Hasil Kontribusi yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kontribusi Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang Pajak Daerah yang difokuskan pada Pajak Reklame, sehingga dapat dijadikan referensi dan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

2. Kontribusi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk mengetahui faktor apa yang berpengaruh dalam penerimaan Pajak Reklame di wilayah Kabupaten Tulungagung sehingga lembaga yang berwenang dapat mengoptimalkan penerimaan Pajak Reklame.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran secara menyeluruh mengenai isi dari skripsi yang terdiri dari:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan kontribusi penelitian serta sistematika pembahasan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi tentang landasan teori yang berkaitan dengan penelitian sehingga dapat mendukung penelitian, serta kerangka

konseptual yang memberikan gambaran alur penulisan dan hipotesis yang dikemukakan dalam penulisan ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, variabel dan definisi operasional variabel penelitian, populasi dan penentuan sampel, jenis dan sumber data yang digunakan, metode pengumpulan data serta metode analisisnya.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan dari data yang telah diperoleh peneliti serta berkaitan dengan rumusan masalah yang ada dan pengujian hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini akan dijelaskan tentang kesimpulan dan saran berdasarkan hasil dari penelitian serta pembahasan yang dapat digunakan sebagai masukan atau referensi bagi instansi-instansi terkait.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Empiris

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa penelitian terkait dengan penelitian yang sebelumnya pernah dilakukan. Tujuan menggunakan penelitian sebelumnya yaitu untuk mempertajam analisis dan sebagai bahan perbandingan dalam pelaksanaan penelitian. Penelitian mengenai penerimaan pajak reklame telah dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya yang digunakan oleh peneliti sebagai rujukan yaitu:

1. Nurmayasari (2010)

Melakukan penelitian mengenai Analisis Pengaruh Jumlah Penduduk, Jumlah Industri, dan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Perkapita terhadap Penerimaan Pajak Reklame di Kota Semarang. Penelitian ini berupa penelitian kuantitatif, model regresi yang digunakan adalah regresi linear berganda (*Multiple Linier Regression Method*) dengan metode kuadrat terkecil atau *Ordinary Least Square* (OLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari ketiga variabel semuanya mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penerimaan Pajak Reklame di Kota Semarang.

2. Pesik (2013)

Melakukan penelitian mengenai Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame di Kota Manado. Penelitian ini berupa deskriptif kuantitatif. Hasil dari penelitian ini, faktor-faktor yang mempengaruhi

penerimaan pajak reklame di kota Manado adalah peraturan daerah, kebijakan pemerintah, reklame rokok dan minuman beralkohol, reklame videotron, reklame yang diadakan oleh pemerintah, jumlah unit usaha, *event-event* internasional maupun nasional, serta kelas jalan.

3. Putri (2013)

Melakukan penelitian mengenai Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak. Penelitian ini berupa penelitian kuantitatif dengan teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda dengan metode *Ordinary Least Square* (OLS). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Jumlah Penduduk, Pendapatan Per Kapita, Inflasi, dan Jumlah Surat Ijin Usaha Perdagangan dan Penerimaan Pajak Reklame. Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh secara bersama-sama variabel Jumlah Penduduk, Pendapatan Per Kapita, Inflasi Dan Jumlah Surat Ijin Usaha Perdagangan Terhadap Penerimaan Pajak Reklame. Secara individual Pendapatan Per Kapita Dan Jumlah Surat Ijin Usaha berpengaruh signifikan positif, sedangkan Inflasi berpengaruh signifikan negatif dan Jumlah Penduduk tidak berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame.

4. Yudisyus (2013)

Melakukan penelitian mengenai Penerimaan Pajak Reklame dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. Penelitian ini berupa penelitian kuantitatif menggunakan model Regresi Linear Berganda dengan metode *Ordinary Least Square* (OLS). Variabel yang digunakan diantaranya adalah PDRB, Jumlah Penduduk, Jumlah Industri, dan Penerimaan Pajak Reklame. Hasil uji secara

simultan menunjukkan bahwa secara keseluruhan variabel independen (PDRB, Jumlah Penduduk, dan Jumlah Industri) secara bersama-sama dapat menunjukkan pengaruhnya terhadap penerimaan pajak reklame secara signifikan.

5. Fatah *et al*, (2015)

Melakukan penelitian mengenai Pengaruh Jumlah Penduduk dan Jumlah Industri Terhadap Penerimaan Pajak Reklame dan Efeknya pada Penerimaan Pajak Daerah (Studi Pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang Periode tahun 2000-2013). Penelitian ini berupa penelitian kuantitatif dengan variabel Jumlah Penduduk, Jumlah Industri dan Pajak Reklame. Hasil analisis jalur dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Jumlah Penduduk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Penerimaan Pajak Reklame, Jumlah industri berpengaruh secara negatif terhadap Penerimaan Pajak Daerah, dan Penerimaan Pajak Reklame berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan Pajak Daerah.

Tabel 2.1 Rangkuman Penelitian Terdahulu

No	Judul dan Penulis	Tujuan	Metode	Hasil
1	Nurmayasari (2010) “Analisis Penerimaan Pajak Reklame Kota Semarang”.	Untuk menganalisis pengaruh Jumlah Penduduk, Jumlah Industri, dan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB)	Regresi linear berganda (<i>Multiple Linier Regression Method</i>) dengan metode kuadrat terkecil atau <i>Ordinary</i>	Hasil uji secara simultan menunjukkan bahwa secara keseluruhan variabel independen (Jumlah Penduduk, Jumlah Industri, dan PDRB)

No	Judul dan Penulis	Tujuan	Metode	Hasil
		Perkapita terhadap penerimaan Pajak Reklame di Kota Semarang.	<i>Least Square</i> (OLS) dengan variabel: Jumlah Penduduk, Jumlah Industri dan PDRB.	Perkapita) secara bersama-sama dapat menunjukkan pengaruhnya terhadap penerimaan Pajak Reklame.
2	Pesik (2013) "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame di Kota Manado".	Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame di Kota Manado.	Deskriptif Kuantitatif dengan variabel: Peraturan Daerah, Kebijakan Pemerintah, Jumlah Unit Usaha, Reklame Videotron, Reklame yang Diadakan oleh Pemerintah, <i>Event-Event</i> Nasional dan Internasional, dan Kelas Jalan.	Hasil penelitian yang dilakukan diperoleh faktor-faktor yang mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame di Kota Manado, yaitu (a) Peraturan Daerah, (b) Kebijakan Pemerintah, (c) Reklame Videotron, (d) Reklame yang Diadakan oleh Pemerintah, (e) Jumlah Unit Usaha, (f) Event-event Nasional dan Internasional, (g) Kelas Jalan.
3	Putri (2013) "Analisis Faktor faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak".	Untuk menganalisis pengaruh Jumlah Penduduk, Pendapatan Perkapita, Inflasi dan Surat Ijin	Regresi Linear Berganda dengan metode <i>Ordinary Least Square</i> (OLS) dengan	Hasil penelitian menunjukkan Pendapatan Perkapita dan Jumlah Surat Ijin Usaha berpengaruh signifikan positif

No	Judul dan Penulis	Tujuan	Metode	Hasil
		Usaha Perdagangan (SIUP) terhadap Penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Purbalingga .	variabel: Jumlah Penduduk, Pendapatan Perkapita, Inflasi Dan Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP).	sedangkan Inflasi berpengaruh signifikan negatif dan Jumlah Penduduk tidak berpengaruh terhadap Penerimaan Pajak Reklame.
4	Yudisyus (2013) "Penerimaan Pajak Reklame dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya".	Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame di Kota Yogyakarta.	Regresi Linear Berganda dengan metode <i>Ordinary Least Square</i> (OLS) dengan variabel: PDRB, Jumlah Penduduk, Jumlah Industri, dan Penerimaan Pajak Reklame.	Variabel PDRB, Jumlah Penduduk, Jumlah Industri berpengaruh signifikan terhadap Penerimaan Pajak Reklame di Kota Yogyakarta.
5	Fatah <i>et al</i> , (2015) "Pengaruh Jumlah Penduduk dan Jumlah Industri Terhadap Penerimaan Pajak Reklame dan Efeknya pada Penerimaan Pajak Daerah (Studi Pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang Periode tahun 2000-2013)".	Untuk mengetahui pengaruh Jumlah Penduduk dan Jumlah Industri terhadap Penerimaan Pajak Reklame dan efeknya pada Penerimaan Pajak Daerah.	Eksplanatif dengan pendekatan Kuantitatif dengan variabel Jumlah Penduduk, Jumlah Industri dan Pajak Reklame.	Jumlah Penduduk berpengaruh Secara positif dan signifikan terhadap variabel Penerimaan Pajak Reklame Kota Malang. Variabel Penerimaan Pajak Reklame berpengaruh

No	Judul dan Penulis	Tujuan	Metode	Hasil
				secara positif dan signifikan terhadap variabel Penerimaan Pajak Daerah. Variabel Jumlah Penduduk tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Penerimaan Pajak Daerah di Kota Malang. Variabel Jumlah Industri berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap Penerimaan Pajak Reklame.

Sumber : Hasil olahan penulis, (2018)

B. Tinjauan Teoritis

1. Pendapatan Asli Daerah

a. Pengertian Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Menurut Halim (2004:94), Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah penerimaan yang diperoleh daerah dari sumber-sumber dalam wilayahnya sendiri yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Sektor pendapatan daerah memegang peranan yang sangat penting, karena melalui sektor ini dapat dilihat sejauh mana suatu daerah dapat membiayai kegiatan pemerintah dan pembangunan daerah.

b. Sumber-sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Menurut Halim (2007:96), kelompok Pendapatan Asli Daerah (PAD) dipisahkan menjadi empat jenis pendapatan, yaitu:

- 1) Pajak Daerah
 - a. Pajak Provinsi
 - b. Pajak Kabupaten/ Kota
- 2) Retribusi Daerah, terdiri dari: Retribusi Jasa Umum, Retribusi Jasa Usaha, dan Retribusi Perijinan Tertentu.
- 3) Hasil Perusahaan milik daerah dan hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan.
- 4) Lain-lain Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang sah, yaitu: Hasil penjualan kekayaan daerah yang tidak dipisahkan, hasil pemanfaatan atau pendayagunaan kekayaan daerah yang tidak dipisahkan, jasa giro, pendapatan bunga, tuntutan ganti rugi, keuntungan selisih nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing, dan komisi, potongan, ataupun bentuk lain sebagai akibat dari penjualan dan/ atau pengadaan barang dan atau jasa oleh daerah.

2. Industri

a. Pengertian Industri

Menurut Dumairy (1996 : 22) menyatakan bahwa, Industri adalah sebagai suatu sistem yang terdiri dari unsur fisik dan unsur perilaku manusia. Unsur fisik yang mendukung proses industri adalah komponen tempat meliputi pula kondisinya, peralatan, bahan baku atau bahan mentah, dan beberapa hal yang

memerlukan sumber energi, sedangkan unsur perilaku manusia meliputi komponen tenaga kerja, keterampilan tradisi, transportasi, dan komunikasi serta keadaan politik dan pasar. Industri adalah suatu usaha atau kegiatan pengolahan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi barang jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan. Usaha perakitan atau assembling dan juga reparasi adalah bagian dari industri. Hasil industri tidak hanya berupa barang, tetapi juga dalam bentuk jasa.

Berdasarkan Undang-undang No. 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian, yang menyebutkan bahwa industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan/atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancangan dan perancangan industri. Pengertian industri juga meliputi semua perusahaan yang mempunyai kegiatan tertentu dalam mengubah secara mekanik atau secara kimia bahan-bahan organik sehingga menjadi hasil baru.

b. Klasifikasi Industri

1) Jenis industri berdasarkan pengelompokan tenaga kerja

Pengelompokan industri berdasarkan jumlah tenaga kerja dibedakan menjadi empat kriteria, antara lain :

- a) Industri besar dengan jumlah tenaga kerja lebih dari 100 orang
- b) Industri sedang dengan jumlah tenaga kerja antara 20 sampai 99 orang
- c) Industri kecil dengan jumlah tenaga kerja antara 5 sampai 19 orang

- d) Industri rumah tangga dengan jumlah tenaga kerja antara 1 sampai 4 orang
- 2) Jenis industri berdasarkan berdasarkan tingkat investasinya menurut Departemen Perindustrian dan Perdagangan tahun 2002, antara lain:
- Industri Besar dengan tingkat investasi lebih dari 1 miliar rupiah.
 - Industri Sedang dengan tingkat investasi antara 200 juta – 1 miliar Rupiah.
 - Industri Kecil dengan tingkat investasi antara 5 juta – 200 juta.
 - Industri atau kerajinan rumah tangga dengan tingkat investasi kurang dari 5 juta rupiah.
- 3) Jenis-jenis industri berdasarkan *Internasional Standar of Industrial Clasification (ISIC)*,
Industri dapat digolongkan berdasarkan beberapa kelompok komoditas, berdasarkan skala usaha dan berdasarkan hubungan antara produknya.

Tabel 2.2 Kelompok Komoditas Industri Manufaktur

Kode	Kelompok Industri
31	Industri makanan, minuman dan tembakau.
32	Industri tekstil, pakaian jadi dan kulit.
33	Industri kayu dan barang dari kayu, termasuk perabot rumah tangga.
34	Industri kertas dan barang dari kertas, percetakan dan penerbitan.
35	Industri kimia dan barang dari kimia, minyak bumi, batu bara, karet dan plastik.
36	Industri barang galian bukan logam, kecuali minyak bumi dan batu bara.
37	Industri logam dasar
38	Industri barang dari logam, mesin dan peralatannya.
39	Industri pengolahan lainnya.

Sumber : Kementerian Perindustrian dan Perdagangan

3. Kependudukan

a. Pengertian Penduduk

Penduduk merupakan sumber daya utama yang berpengaruh besar terhadap pembangunan di suatu wilayah. Jumlah penduduk adalah sejumlah orang yang sah yang mendiami suatu daerah atau Negara serta mentaati ketentuan-ketentuan dari daerah atau Negara tersebut (BPS Tulungagung, 2018). Penduduk atau warga suatu negara atau daerah bisa didefinisikan menjadi dua:

- a. orang yang tinggal di daerah tersebut,
- b. orang yang secara hukum berhak tinggal di daerah tersebut, dengan kata lain orang yang mempunyai surat resmi untuk tinggal di daerah itu.

Penduduk adalah semua orang yang berdomisili di wilayah geografis Republik Indonesia selama 6 bulan atau lebih dan atau mereka yang berdomisili kurang dari 6 bulan tetapi bertujuan untuk menetap, baik yang produktif atau tidak produktif. Penduduk yang produktif merupakan harapan dari pemerintah daerah, semakin penduduk produktif maka semakin besar kesempatan kerja yang tercipta, selain itu juga jumlah penduduk kota yang di imbangi dengan Sumber Daya Manusia (SDM) yang telah terdidik akan membantu membangun pemerintah daerah. Oleh karena itu penduduk sangat menentukan perekonomian di pemerintah, baik pemerintah daerah atau pemerintah pusat.

Pada teori ekonomi publik tentang Pajak sendiri menjelaskan bahwa jumlah masyarakat mempunyai suatu tingkat toleransi pajak, dan suatu tingkat

pajak dimana masyarakat dapat memahami besarnya pungutan pajak yang dibutuhkan pemerintah untuk membiayai pengeluaran baik pemerintah pusat ataupun pemerintah daerah (Mangkoesebroto, 2010:173). Selain itu, jumlah penduduk akan mempengaruhi pemerintah daerah yang menjelaskan, apabila kemajuan teknologi terjadi lebih cepat pada daerah dengan banyak jumlah penduduk sehingga ada lebih banyak temuan, maka daerah dengan banyak jumlah penduduk akan peningkatan pendapatan di dalam pemerintah daerah atau perkembangan yang lebih cepat (Mankiw, 2006:207). Adapun Hukum Wagner dalam Mangkoesebroto (2010:171) mengutarakan bawah, dalam suatu perekonomian di dalam masyarakat, apabila jumlah pendapatan perkapita meningkat, secara relatif pengeluaran pemerintah pun akan meningkat karena disebabkan adanya penerimaan pendapatan yang melalui pajak dan retribusi didalam kegiatan ekonomi.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Penduduk

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan penduduk, yaitu:

1) Fertilitas (kelahiran)

Fertilitas menurut istilah demografi diartikan sebagai hasil reproduksi yang nyata dari seorang wanita atau sekelompok wanita. Dengan kata lain fertilitas ini menyangkut banyaknya bayi yang lahir hidup. Natalitas mempunyai arti yang sama dengan fertilitas hanya berbeda ruang lingkupnya. Fertilitas menyangkut peranan kelahiran pada perubahan penduduk, sedangkan natalitas mencakup peranan kelahiran pada perubahan penduduk dan reproduksi manusia.

2) Mortalitas (kematian)

Mortalitas atau kematian merupakan salah satu diantara tiga komponen demografi yang dapat mempengaruhi perubahan penduduk. Informasi tentang kematian penting, tidak saja bagi pemerintah melainkan juga bagi pihak swasta, yang terutama berkecimpung dalam bidang ekonomi dan kesehatan. Mati adalah keadaan menghilangnya semua tanda-tanda kehidupan secara permanen, yang bisa terjadi setiap saat setelah kelahiran hidup. Data kematian sangat diperlukan antara lain untuk proyeksi penduduk guna perancangan pembangunan. Misalnya perencanaan fasilitas perumahan, pendidikan, dan jasa-jasa lainnya yang digunakan untuk kepentingan masyarakat. Data kematian juga diperlukan untuk kepentingan evaluasi terhadap program-program kebijakan penduduk.

1) Migrasi

Migrasi merupakan salah satu faktor dasar yang mempengaruhi pertumbuhan penduduk. Peninjauan migrasi secara regional sangat penting untuk ditelaah secara khusus mengingat adanya densitas (kepadatan) dan distribusi penduduk yang tidak merata, adanya faktor-faktor pendorong dan penarik bagi orang-orang untuk melakukan migrasi, di pihak lain, komunikasi termasuk transportasi semakin lancar.

Migrasi juga diartikan sebagai perpindahan penduduk dengan tujuan untuk menetap dari suatu tempat ke tempat lain melampaui batas politik/negara atau pun batas administratif/batas bagian dalam suatu negara. Jadi, migrasi dapat diartikan sebagai perpindahan yang relatif permanen dari

suatu daerah ke daerah lain. Migrasi antar bangsa (migrasi internasional) tidak begitu berpengaruh dalam menambah atau mengurangi jumlah penduduk suatu negara kecuali di beberapa negara tertentu yang berkenaan dengan pengungsian, akibat dari adanya bencana baik bencana alam maupun perang. Pada umumnya, orang yang datang dan pergi antar negara boleh dikatakan berimbang saja jumlahnya. Peraturan-peraturan atau undang-undang yang dibuat suatu negara pada umumnya sangat sulit dan ketat bagi seseorang untuk bisa menjadi warga negara atau menetap secara permanen di suatu negara lain.

4. Inflasi

a. Pengertian Inflasi

Definisi yang dijabarkan menurut Sukirno (2013:14) inflasi adalah suatu proses kenaikan dari harga-harga barang yang berlaku dalam suatu perekonomian. Sedangkan menurut Manurung dan Rahardja (2008:359), mendefinisikan pengertian inflasi adalah kenaikan harga barang-barang yang bersifat umum dan terus-menerus.

Laju pertumbuhan atas permintaan yang tidak diimbangi dengan penawaran maka yang terjadi gangguan terhadap kestabilan harga (inflasi) yang lebih diutamakan pada kegiatan ekonomi yang berupa konsumtif pada sifat produksi. Maka inflasi yang rendah di pemerintah daerah sangat diharapkan untuk meningkatkan produktifitas ekonomi, oleh karena itu pertumbuhan inflasi yang tinggi sangat berpengaruh pada perolehan

pendapatan asli daerah yang biasanya berupa sumbangan pajak, retribusi di masyarakat.

Teori Peacock dan Wisemen yaitu inflasi merupakan gejala sosial dan adanya gejala sosial maka peran pajak adalah solusi yang tepat untuk mengatasi gejala yang terjadi di masyarakat, gejala inflasi pada penjelasan itu merupakan adanya peperangan dan adanya anak yatim piatu yang di selesaikan adanya anggaran pemerintah untuk mengatasi itu semua, maka peran pajak memberikan dampak positif terhadap penganggaran pemerintahan (Mangkoesebroto, 2010:176).

Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan inflasi adalah fenomena dari melonjaknya harga-harga barang secara terus-menerus dalam waktu tertentu, dimana setiap kenaikan dari harga barang mempunyai nilai yang berbeda-beda.

b. Dampak Terjadinya Inflasi

Semua peristiwa yang terjadi pastinya akan timbul dua dampak yaitu dampak negatif dan positif, salah satunya terjadinya inflasi itu sendiri, akan tetapi jika dipandang secara umum, inflasi lebih banyak menimbulkan dampak negatif. Inflasi akan berakibat buruk pada kondisi perekonomian. Secara umum dampak dari inflasi akan mempengaruhi distribusi pendapatan, alokasi faktor produksi serta produk nasional. Apalagi jika terjadinya hiperinflasi, akan sangat merugikan dari para pelaku ekonomi dalam masyarakat.

Dampak dari inflasi bagi kondisi perekonomian, akan mengakibatkan prospek dari pembangunan perekonomian jangka Panjang menjadi buruk,

dimana inflasi akan mengganggu stabilitas ekonomi khususnya para pelaku ekonomi. Kecepatan dari inflasi ini sangat begitu cepat jika tidak ada suatu kebijakan untuk menanganinya yang akan berakibat pada seluruh individu dan masyarakat luas. Menurut Manurung dan Rahardja (2008:371) adapun dampak dari inflasi itu sendiri terhadap individu dan masyarakat, antara lain yaitu:

1) Menurunnya tingkat kesejahteraan masyarakat

Dengan adanya inflasi akan menyebabkan daya beli masyarakat menjadi berkurang dan semakin rendah, terlebih lagi bagi orang-orang yang mempunyai penghasilan tetap, inflasi akan menurunkan nilai riil dari pendapatan yang mereka terima.

2) Memburuknya distribusi pendapatan

Bagi masyarakat yang mendapatkan penghasilan tetap akan mengalami penurunan nilai riil dari pendapatannya dan juga orang-orang yang memiliki kekayaan akan merasakan dampak tersebut. Dimana dalam hal ini inflasi akan mengakibatkan tidak meratanya pembagian pendapatan.

5. Konsep Produk Domestik Regional Bruto

a. Pengertian

Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) menurut Badan Pusat Statistik (BPS) didefinisikan sebagai jumlah nilai tambah yang dihasilkan oleh seluruh unit usaha dalam suatu wilayah, atau merupakan jumlah seluruh nilai barang dan jasa akhir yang dihasilkan oleh seluruh unit ekonomi di suatu wilayah. PDRB dapat menggambarkan kemampuan suatu daerah mengelola sumber daya alam yang dimilikinya. Oleh karena itu, besaran PDRB yang dihasilkan

oleh masing-masing daerah sangat bergantung kepada potensi faktor-faktor produksi di daerah tersebut.

Adanya keterbatasan dalam penyediaan faktor-faktor produksi tersebut menyebabkan besaran PDRB bervariasi antar daerah. Di dalam perekonomian suatu negara, masing-masing sektor tergantung pada sektor yang lain, satu dengan yang lain saling memerlukan baik dari bahan mentah maupun hasil akhirnya. Sektor industri memerlukan bahan mentah dari sektor pertanian dan pertambangan, hasil sektor industri dibutuhkan oleh sektor pertanian dan jasa-jasa.

PDRB menjadi salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur kegiatan ekonomi di suatu wilayah. Perekonomian di suatu wilayah dikatakan tumbuh dan berkembang jika barang dan jasa yang diproduksi pada periode tertentu lebih besar dibandingkan periode sebelumnya, yang kemudian diturunkan menjadi nilai tambah (BPS Jawa Timur, 2018).

b. Metode Penghitungan PDRB

Cara perhitungan PDRB dapat diperoleh melalui tiga pendekatan, yaitu pendekatan produksi, pendekatan pendapatan dan pendekatan pengeluaran yang disebut dengan metode langsung. Rincian penjelasannya sebagai berikut:

1) Menurut Pendekatan Produksi

Produk Domestik Regional Bruto adalah jumlah nilai barang dan jasa akhir yang diproduksi oleh suatu kegiatan ekonomi di daerah tersebut dikurangi biaya antara masing-masing total produksi bruto tiap kegiatan subsektor atau sektor dalam jangka waktu tertentu (satu tahun). Unit-unit

produksi tersebut dalam penyajiannya dikelompokkan menjadi 9 sektor atau lapangan usaha yaitu;

- a) pertanian;
- b) pertambangan dan penggalian;
- c) industri pengolahan;
- d) listrik, gas dan air bersih;
- e) bangunan;
- f) perdagangan, hotel dan restoran;
- g) pengangkutan dan komunikasi;
- h) keuangan, persewaan dan jasa perusahaan; dan
- i) jasa-jasa.

2) Menurut Pendekatan Pengeluaran

Produk Domestik Regional Bruto adalah penjumlahan semua komponen permintaan akhir. Komponen-komponen tersebut meliputi:

- a) Pengeluaran konsumsi rumah tangga dan lembaga swasta yang tidak mencari untung.
- b) Konsumsi pemerintah.
- c) Pembentukan modal tetap domestik bruto.
- d) Perubahan stok.
- e) Ekspor netto.

3) Menurut Pendekatan Pendapatan

Produk Domestik Regional Bruto merupakan jumlah balas jasa yang diterima oleh faktor produksi yang ikut serta dalam proses produksi dalam

suatu wilayah dalam jangka waktu tertentu. Balas jasa faktor produksi yang dimaksud adalah upah dan gaji, sewa rumah, bunga modal dan keuntungan. Semua hitungan tersebut sebelum dipotong pajak penghasilan dan pajak lainnya.

Cara penyajian Produk Domestik Regional Bruto disusun dalam dua bentuk, yaitu:

a) Produk Domestik Regional Bruto Atas Dasar Harga Konstan

Menurut BPS pengertian Produk Domestik Regional Bruto atas dasar harga konstan yaitu jumlah nilai produksi atau pengeluaran atau pendapatan yang dihitung menurut harga tetap. Dengan cara mendefinisikan berdasarkan harga-harga pada tingkat dasar dengan menggunakan indeks harga konsumen. Dari perhitungan ini tercermin tingkat kegiatan ekonomi yang sebenarnya melalui Produk Domestik Regional Bruto riilnya.

b) Produk Domestik Regional Bruto Atas Dasar Harga Berlaku

Pengertian Produk Domestik Regional Bruto atas dasar harga berlaku menurut BPS adalah jumlah nilai tambah bruto yang timbul dari seluruh sektor perekonomian di suatu wilayah. Nilai tambah yang dimaksud merupakan nilai yang ditambahkan kepada barang dan jasa yang dipakai oleh unit produksi dalam proses produksi sebagai input antara. Nilai yang ditambahkan ini sama dengan balas jasa atas ikut sertanya faktor produksi dalam proses produksi.

c. Kegunaan PDRB

Data pendapatan regional adalah salah satu indikator makro yang dapat menunjukkan kondisi perekonomian daerah setiap tahun. Manfaat yang dapat diperoleh dari data ini antara lain adalah (BPS, 2018):

- 1) PDRB harga berlaku (nominal) menunjukkan kemampuan sumber daya ekonomi yang dihasilkan oleh suatu wilayah. Nilai PDRB yang besar menunjukkan kemampuan sumber daya ekonomi yang besar, begitupun sebaliknya.
- 2) PDRB harga konstan (riil) dapat digunakan untuk menunjukkan laju pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan atau setiap kategori dari tahun ke tahun.
- 3) Distribusi PDRB harga berlaku menurut lapangan usaha menunjukkan struktur perekonomian atau peranan setiap kategori ekonomi dalam suatu wilayah. Kategori-kategori ekonomi yang mempunyai peran besar menunjukkan basis perekonomian suatu wilayah.
- 4) Indeks implisit menunjukkan tingkat inflasi harga produsen pada masing-masing kategori ataupun PDRB setiap tahun.
- 5) PDRB per kapita atas dasar harga berlaku menunjukkan nilai PDRB per satu orang penduduk.
- 6) PDRB per kapita atas dasar harga konstan berguna untuk mengetahui pertumbuhan nyata ekonomi per kapita penduduk suatu wilayah.

2. Pajak Daerah

a. Pengertian Pajak Daerah

Menurut Kurniawan dan Purwanto (2004:47), pajak daerah merupakan pajak yang dikelola oleh pemerintah daerah, baik provinsi maupun kabupaten/kota yang berguna untuk menunjang penerimaan PAD dan hasil penerimaan tersebut masuk dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD). Berdasarkan Undang-Undang No.28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah menjelaskan bahwa pajak daerah adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Selanjutnya, pajak daerah merupakan pajak yang ditetapkan oleh pemerintah daerah dengan Peraturan Daerah (Perda), yang wewenang pemungutannya dilaksanakan oleh pemerintah daerah dan hasilnya digunakan untuk membiayai pengeluaran pemerintah daerah dalam melaksanakan penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan di daerah (Siahaan, 2016:10).

Menurut Kaho dalam Anggoro (2017:47) menyatakan ciri-ciri yang menyertai pajak daerah adalah sebagai berikut :

- 1) Pajak daerah berasal dari pajak negara yang diserahkan kepada daerah sebagai pajak daerah.
- 2) Penyerahan dilakukan berdasarkan Undang-Undang.

- 3) Pajak daerah dipungut oleh daerah berdasarkan kekuatan Undang-Undang dan peraturan hukum lainnya.
- 4) Hasil pungutan pajak daerah dipergunakan untuk membiayai penyelenggaraan urusan-urusan rumah tangga daerah atau untuk membiayai pengeluaran daerah sebagai badan hukum politik.

Beberapa pengertian dan ciri-ciri pajak daerah tersebut, dapat disimpulkan bahwa pajak daerah adalah pajak yang dikelola oleh pemerintah daerah berdasarkan Undang-Undang ditetapkan dengan peraturan daerah dan digunakan untuk membiayai pelaksanaan penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan di daerah.

b. Kriteria Umum Pajak Daerah

Menurut Davey dalam Darwin (2010:68) guna menilai potensi pajak sebagai penerimaan daerah diperlukan beberapa kriteria, yaitu :

1) Kecukupan dan Elastisitas

Persyaratan pertama dan yang paling jelas untuk suatu sumber pendapatan adalah dimana sumber tersebut harus menghasilkan pendapatan yang besar (kualitas) dalam kaitannya dengan seluruh atau sebagian biaya pelayanan yang akan dikeluarkan.

2) Keadilan

Kriteria yang kedua adalah keadilan. Prinsipnya adalah bahwa beban pengeluaran pemerintah haruslah dipikul oleh semua golongan dalam masyarakat sesuai dengan kekayaan dan kesanggupan masing-masing golongan.

3) Kemampuan Administratif

Sumber pendapatan berbeda-beda dalam jumlahnya, sangat memerlukan integritas dan keputusan yang dapat dipertanggungjawabkan dalam administrasinya.

4) Kesepakatan Politis

Tidak ada pajak yang populer. Meskipun demikian beberapa pajak lebih tidak populer dibanding dengan yang lain. Kemauan politis diperlukan dalam mengenakan pajak, menetapkan struktur tarif, memutuskan siapa yang harus membayar, bagaimana pajak tersebut ditetapkan, memungut pajak secara fisik dan memaksakan sanksi terhadap para pelanggar.

c. Tolak Ukur Pajak Daerah

Menurut Devas dalam Anggoro (2017:48), menyebutkan paling tidak ada lima tolak ukur untuk menilai apakah pajak daerah yang ada sudah baik. Kelima tolak ukur tersebut adalah :

1) Hasil (*Yield*)

- a) Memadai tidaknya hasil suatu pajak dalam kaitan dengan berbagai layanan yang dibiayainya;
- b) Stabilitas dan mudah tidaknya memperkirakan hasil itu;
- c) Elastisitas hasil pajak terhadap inflasi, pertumbuhan penduduk dan sebagainya; dan
- d) Perbandingan hasil pajak dengan biaya pungut.

2) Keadilan (*Equity*)

- a) Dasar pajak dan kewajiban membayar harus jelas dan tidak sewenang-wenang;
- b) Pajak yang bersangkutan harus adil secara horizontal, artinya beban pajak haruslah sama benar antara berbagai kelompok yang berbeda tetapi dengan kedudukan ekonomi yang sama;
- c) Harus adil secara vertikal, artinya kelompok yang memiliki sumberdaya ekonomi yang lebih besar memberikan sumbangan yang lebih besar daripada kelompok yang tidak banyak memiliki sumberdaya ekonomi; dan
- d) Pajak itu haruslah adil dari tempat ke tempat, artinya hendaknya tidak ada perbedaan-perbedaan besar dan sewenang-wenang dalam beban pajak dari suatu daerah ke daerah yang lain, kecuali jika perbedaan ini mencerminkan perbedaan dalam cara menyediakan layanan masyarakat.

3) Daya guna ekonomi (*Economic Efficiency*)

- a) Pajak hendaknya mendorong atau setidaknya tidak menghambat penggunaan sumberdaya secara berdaya guna dalam kehidupan ekonomi;
- b) Mencegah jangan sampai pilihan konsumen dan pilihan produsen menjadi salah arah atau orang menjadi segan bekerja atau menabung dan memperkecil beban lebih pajak.

4) Kemampuan melaksanakan (*Ability to Implement*)

Suatu pajak haruslah dapat dilaksanakan, dari sudut kemauan politik dan kemauan tata usaha.

5) Kecocokan Sebagai Sumber Penerimaan Daerah (*Suitability as a Local Revenue Source*)

- a) Haruslah jelas kepada daerah mana suatu pajak harus dibayarkan, dan tempat memungut pajak sedapat mungkin sama dengan tempat akhir beban pajak;
- b) Pajak tidak mudah dihindari, dengan cara memindahkan objek pajak dari suatu daerah ke daerah lain;
- c) Pajak daerah jangan hendaknya mempertajam perbedaan-perbedaan antara daerah, dari segi potensi ekonomi masing-masing; dan
- d) Pajak hendaknya tidak menimbulkan beban yang lebih besar dari kemampuan tata usaha pajak daerah.

d. Jenis dan Tarif Pajak Daerah

Berdasarkan Undang-Undang No 28 Tahun 2009, Pajak Daerah dibagi menjadi dua, yaitu pajak daerah provinsi dan pajak daerah kabupaten atau kota yang dapat dilihat pada Tabel 2.2 berikut ini:

Tabel 2.3 Jenis Pajak Daerah

No	Pajak Provinsi	No	Pajak Kabupaten/Kota
1	Pajak Kendaraan Bermotor	1	Pajak Hotel
2	Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor	2	Pajak Restoran
	Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor	3	Pajak Hiburan
3		4	Pajak Reklame
		5	Pajak Penerangan Jalan

No	Pajak Provinsi	No	Pajak Kabupaten/Kota
4	Pajak Air Permukaan	6	Pajak Parkir
5	Pajak Rokok	7	Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan
		8	Pajak Air Tanah
		9	Pajak Sarang Burung Walet
		10	PBB Perdesaan dan Perkotaan
		11	Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan

Sumber : Undang-Undang No. 28 Tahun 2009, data diolah (2018)

Tarif pajak yang ditetapkan oleh pemerintah daerah untuk masing-masing pajak daerah (tarif pajak yang diatur adalah tarif paling tinggi) menurut Undang-Undang No. 28 tahun 2009 adalah sebagai berikut :

Tabel 2.4 Besaran Tarif Pajak Daerah

No	Jenis Pajak	Tarif Tertinggi
1	Pajak Kendaraan Bermotor	10%
2	Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor	10%
3	Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor	10%
4	Pajak Air Permukaan	10%
5	Pajak Rokok	10%
6	Pajak Hotel	10%
7	Pajak Restoran	10%
8	Pajak Hiburan	35%
9	Pajak Reklame	25%
10	Pajak Penerangan Jalan	10%
11	Pajak Parkir,	20%
12	Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan	25%
13	Pajak Air Tanah	20%
14	Pajak Sarang Burung Walet	10%
15	PBB Perdesaan dan Perkotaan	0,3%
16	Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan (BPHTB)	5%

Sumber : Undang-Undang No. 28 Tahun 2009, data diolah (2018)

4. Pajak Reklame

a. Pengertian Pajak Reklame

Pajak Reklame merupakan salah satu jenis pajak daerah yang dipungut oleh pemerintah Kabupaten/Kota. Pajak Reklame ini menjadi salah satu sumber PAD yang menunjukkan posisi strategis dalam hal pendanaan pembiayaan daerah. Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Pajak Reklame merupakan salah satu pajak daerah yang memiliki beberapa keunggulan antara lain lokasi objek pajak yang jelas dan mudah diidentifikasi dan relatif mudah untuk diimplementasikan serta pertumbuhannya relatif stabil (Mahmudi, 2010:24). Namun, pengenaan pajak reklame tidak mutlak ada pada seluruh daerah Kabupaten/Kota yang ada di Indonesia (Siahaan, 2010:381).

Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Tulungagung No. 17 Tahun 2016, Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang dibentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menari perhatian terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum. Jadi dapat disimpulkan bahwa, Pajak Reklame merupakan pajak atas penyelenggaraan reklame yang dipungut oleh pemerintah Kabupaten/Kota dengan tujuan komersil guna memperkenalkan suatu produk barang atau jasa.

b. Objek Pajak Reklame

Menurut Siahaan (2016:384) objek pajak reklame adalah semua penyelenggaraan reklame. Penyelenggaraan reklame dapat dilakukan oleh

penyelenggara reklame atau perusahaan jasa periklanan yang terdaftar pada Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Kabupaten/Kota. Menurut Siahaan (2016:384), penyelenggaraan reklame yang ditetapkan menjadi objek Pajak Reklame adalah sebagaimana disebut dalam poin berikut ini:

- 1) Reklame papan/*billboard*; yaitu 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/videotron/Large Electronic Display (LED)*, yaitu reklame yang menggunakan layar monitor besar berupa program reklame atau iklan bersinar dengan gambar dan atau tulisan berwarna yang dapat berubah-ubah, terprogram, dan difungsikan dengan tenaga listrik.
- 3) Reklame kain, yaitu reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kain, termasuk kertas, plastik, karet, atau bahan lain yang sejenis dengan itu.
- 4) Reklame Melekat (Stiker), yaitu reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebar, dipasang, digantung pada suatu benda dengan ketentuan luasnya tidak lebih dari 200 cm² per lembar.
- 5) Reklame Selebaran, yaitu reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan, atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempelkan, diletakkan, dipasang, atau digantungkan pada suatu benda lain.
- 6) Reklame Berjalan, yaitu reklame yang ditempatkan pada kendaraan yang diselenggarakan dengan menggunakan kendaraan atau dengan cara dibawa oleh orang.
- 7) Reklame Udara, yaitu reklame yang diselenggarakan di udara dengan menggunakan gas, laser, pesawat atau alat lain yang sejenis.
- 8) Reklame Suara, yaitu reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari atau oleh perantara alat.
- 9) Reklame Film/*Slide*, yaitu reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan klise berupa kaca atau film, ataupun bahan-bahan sejenis, sebagai alat untuk diproyeksikan dan atau dipancarkan pada layar atau benda lain yang ada di ruangan.
- 10) Reklame Peragaan, yaitu reklame yang diselenggarakan dengan cara memeragakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara.

c. Bukan Objek Pajak Reklame

Menurut Siahaan (2016:385), tidak semua penyelenggaraan reklame dikenakan pajak. Ada beberapa pengecualian yang tidak termasuk sebagai objek pajak reklame, yaitu:

- 1) Penyelenggaraan reklame melalui internet, televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan, dan sejenisnya;
- 2) Label/ merk produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan, yang berfungsi untuk membedakan dari produk sejenis lainnya;
- 3) Nama pengenalan usaha atau profesi yang dipasang melekat pada bangunan tempat usaha atau profesi diselenggarakan sesuai dengan ketentuan yang mengatur nama pengenalan usaha atau profesi tersebut;
- 4) Reklame yang diselenggarakan oleh pemerintah pusat atau pemerintah daerah; dan
- 5) Penyelenggaraan reklame lainnya yang ditetapkan dengan peraturan daerah, misalnya penyelenggaraan reklame yang diadakan khusus untuk kegiatan sosial, pendidikan, keagamaan, dan politik tanpa sponsor.

d. Subjek Pajak dan Wajib Pajak Reklame

Menurut Kurniawan dan Purwanto (2004:73), pada pajak reklame yang menjadi subjek pajak adalah orang pribadi atau badan yang menggunakan reklame. Sementara itu, Wajib Pajak adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame. Jika reklame diselenggarakan sendiri secara tidak langsung oleh orang pribadi atau badan, maka wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau badan tersebut. Apabila reklame diselenggarakan melalui pihak ketiga, misalnya perusahaan jasa periklanan, maka pihak ketiga tersebut menjadi Wajib Pajak Reklame (Siahaan, 2016:386).

e. Tarif dan Dasar Pengenaan Pajak Reklame

Menurut Mahmudi (2010:71), untuk menggali potensi Pajak Reklame, pemerintah daerah perlu memahami Dasar Pengenaan Pajak Reklame (DPP). DPP Reklame dihitung dari Nilai Sewa Reklame (NSR) dikalikan dengan Tarif

Pajak Reklame. Tarif Pajak Reklame dikenakan atas objek reklame adalah paling tinggi sebesar 25% (dua puluh lima persen) dan ditetapkan dengan peraturan daerah Kabupaten/Kota yang bersangkutan. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan keleluasaan kepada pemerintah Kabupaten/Kota untuk menetapkan tarif pajak yang dipandang sesuai dengan kondisi masing-masing daerah Kabupaten/Kota. Dengan demikian setiap daerah Kabupaten/Kota diberikan kewenangan untuk menetapkan tarif pajak yang mungkin berbeda dengan kabupaten/kota lainnya, asalkan tidak lebih dari dua puluh lima persen.

Nilai Sewa Reklame adalah Nilai Jual Objek Pajak Reklame (NJOPR) ditambah Nilai Strategis. Menurut Siahaan (2016:387), besarnya Nilai Strategis tersebut ditentukan oleh beberapa faktor, antara lain :

- 1) Lokasi penempatan reklame (kelas jalan) yang terbagi atas daerah protokol, ekonomi dan lingkungan
- 2) Jenis reklame
- 3) Jangka waktu penyelenggaraan
- 4) Ukuran media reklame

Menurut Mahmudi (2010:71), adapun perhitungan Nilai Sewa Reklame dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Nilai Sewa Reklame} = \frac{\text{Biaya Pemasangan} + \text{Biaya Pemeliharaan} + \text{Nilai Strategis}}{\text{Lama Pemasangan}}$$

Biaya pemasangan Reklame dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain:

- 1) Jenis reklame
- 2) Ukuran reklame (luas dan ketinggian)
- 3) Sudut pandang reklame

4) Nilai Jual Objek Pajak Reklame wilayah pemasangan reklame

Nilai Strategis wilayah pemasangan reklame ditentukan oleh beberapa indikator, antara lain:

- 1) Tingkat keramaian lalu lintas kendaraan sekitar lokasi pemasangan reklame
- 2) Tingkat kerawanan terhadap kecelakaan lalu lintas di sekitar lokasi pemasangan reklame
- 3) Tingkat kepadatan atau keramaian orang sekitar lokasi pemasangan reklame
- 4) Ada tidaknya pusat aktivitas di sekitar wilayah pemasangan reklame
- 5) Karakteristik kawasan pemasangan reklame, yaitu apakah kawasan umum, bisnis, pemerintahan, militer, sekolah, ataukah kawasan situs budaya. Secara garis besar kawasan pemasangan reklame dapat dikelompokkan menjadi empat yaitu, wilayah, bobot, umum, selektif, dan khusus.

5. Hubungan Antar Variabel

a. Hubungan Jumlah Unit Usaha Terhadap Penerimaan Pajak Reklame

Menurut penelitian Pesik (2013), salah satu faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame adalah Jumlah Unit Usaha. Jumlah Unit Usaha adalah jumlah usaha baik usaha besar, sedang, kecil dan rumah tangga. Peningkatan pembangunan daerah, ditandai dengan meningkatnya usaha-usaha lokal seperti swalayan besar (*mall*) dan usaha-usaha menengah ke bawah, misalnya seperti *minimarket*, toko, dan lain-lain. Dengan perkembangan yang

ada, masyarakat berlomba-lomba dalam mendirikan usaha masing-masing baik usaha besar, sedang maupun kecil.

Tingginya Jumlah Unit Usaha akan berpengaruh terhadap tingginya penggunaan jasa pemasangan reklame. Hal tersebut tentunya akan menambah jumlah penerimaan daerah khususnya pada Pajak Reklame. Jadi dapat dikatakan bahwa, bertambahnya Jumlah Unit Usaha yang memasang reklame mengakibatkan objek pajak bertambah luas, sehingga penerimaan pajak reklame pun akan meningkat.

b. Hubungan Jumlah Penduduk Terhadap Penerimaan Pajak Reklame

Menurut penelitian dari Nurmayasari (2010:93) menyatakan bahwa Jumlah Penduduk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Penerimaan Pajak Reklame. Jumlah Penduduk adalah banyaknya orang yang mendiami suatu wilayah. Bertambahnya Jumlah Penduduk akan diikuti dengan berkembangnya kegiatan perekonomian. Dalam rangka memenuhi kebutuhannya, penduduk akan melakukan kegiatan konsumsi dan produksi dalam suatu perekonomian. Menurut Seetharam dalam Putri (2013), banyaknya jumlah penduduk akan memacu kegiatan produksi dan konsumsi, hal inilah yang menimbulkan permintaan agregat. Semakin meningkat jumlah penduduk maka kebutuhan akan barang-barang pemuas kebutuhan akan mengalami peningkatan.

Menurut Fatah *et al* (2015), meningkatnya konsumsi akan diikuti oleh peningkatan produksi sehingga akan mengakibatkan adanya perluasan dan pendirian usaha baru, yang artinya akan berpengaruh pada penerimaan pajak reklame. Usaha-usaha yang baru ini tentunya akan mengenalkan usahanya

melalui reklame agar lebih dikenal masyarakat. Perkembangan jumlah penduduk akan mempengaruhi penentuan titik-titik pemasangan reklame dimana para pemilik usaha akan lebih memilih titik pemasangan reklame yang padat penduduk dibandingkan pada yang jarang penduduk. Semakin banyak jumlah pemasangan reklame maka akan semakin banyak yang membayar pajak reklame. Jadi dapat dikatakan semakin meningkat jumlah penduduk sebagai subjek pajak maka akan berpengaruh dalam penerimaan Pajak Daerah, salah satunya Pajak Reklame.

c. Hubungan Inflasi Terhadap Penerimaan Pajak Reklame

Laju inflasi merupakan salah satu faktor yang sangat mempengaruhi penerimaan pajak reklame, hal ini disebabkan karena tingginya tingkat laju inflasi akan berimbas pada naiknya harga barang secara umum di pasaran. Harga barang yang mengalami kenaikan akan berdampak terhadap perekonomian masyarakat sekitar. Menurut Putri (2013), laju inflasi yang tinggi juga akan meningkatkan harga barang secara umum, yang dalam hal ini juga akan meningkatkan harga-harga dari faktor produksi yang digunakan para pelaku usaha. Para pelaku usaha akan berusaha untuk memenuhi keperluan untuk proses produksinya terlebih dahulu, daripada menggunakan jasa reklame, maka dari itu inflasi berpengaruh negatif terhadap penerimaan pajak reklame.

d. Hubungan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Terhadap Penerimaan Pajak Reklame

Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) merupakan jumlah dan jasa akhir yang dihasilkan oleh suatu perekonomian dalam satu tahun dan

dinyatakan dalam harga pasar. PDRB berupa data statistik yang merangkum perolehan nilai tambah yang tercipta akibat proses produksi baik barang maupun jasa di suatu wilayah tertentu, biasanya setahun tanpa memperhatikan asal/domisili pelaku produksinya. PDRB merupakan salah satu indikator ekonomi yang dapat digunakan untuk melihat tingkat perkembangan dan struktur perekonomian disuatu wilayah (BPS, 2018). Beberapa fungsi dari PDRB, diantaranya:

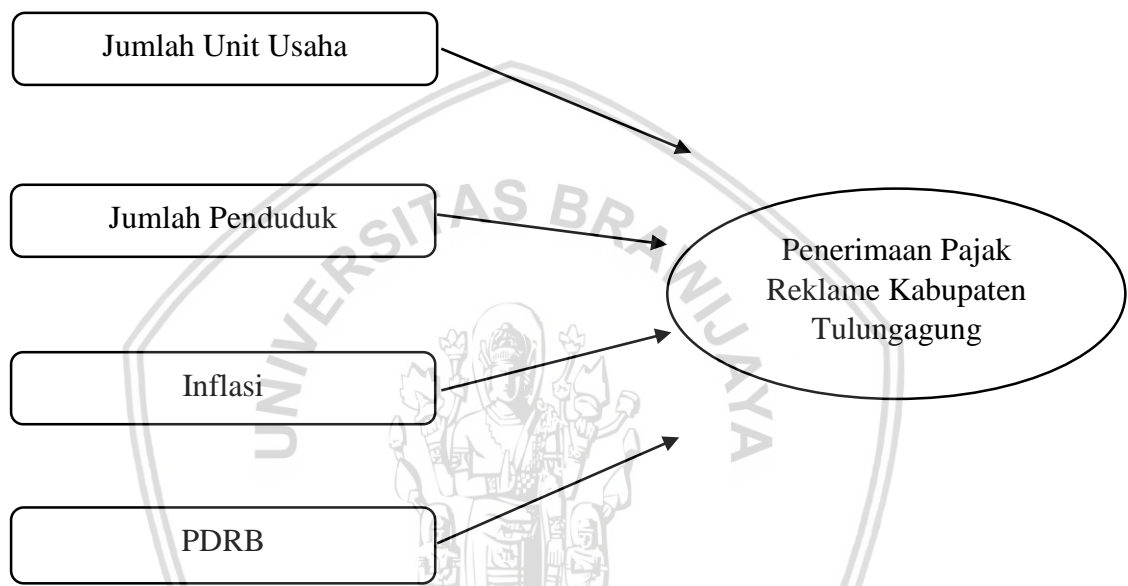
- 1) Indikator tingkat kemakmuran
- 2) Indikator pertumbuhan pendapatan regional per kapita
- 3) Indikator tingkat inflasi
- 4) Indikator struktur perekonomian
- 5) Indikator hubungan antar sektor

Dalam penelitian Yudisyus (2013) mengatakan bahwa PDRB sebagai salah satu faktor yang berpengaruh signifikan terhadap penerimaan pajak daerah, dimana pajak reklame merupakan salah satu pendapatan asli daerah. Besar kecilnya pajak sangat ditentukan oleh PDRB, jumlah penduduk dan kebijakan pemerintah baik pusat maupun daerah, jadi PDRB dan jumlah penduduk berpengaruh terhadap penerimaan masing-masing jenis pajak daerah dimana pajak reklame merupakan salah-satunya (Nurmayasari, 2010). Tingginya PDRB yang terjadi di suatu wilayah dapat mengakibatkan tingginya pendapatan masyarakat. Semakin tinggi pendapatan masyarakat maka akan ada kecenderungan untuk melakukan kegiatan produktif, sehingga penggunaan reklame sebagai media pemasaran juga akan semakin meningkat. Semakin

banyak penggunaan jasa reklame akan meningkatkan pajak reklame yang ada di suatu wilayah.

C. Kerangka Konseptual

Secara garis besar kerangka konseptual dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Sumber : Diolah oleh Penulis, 2018

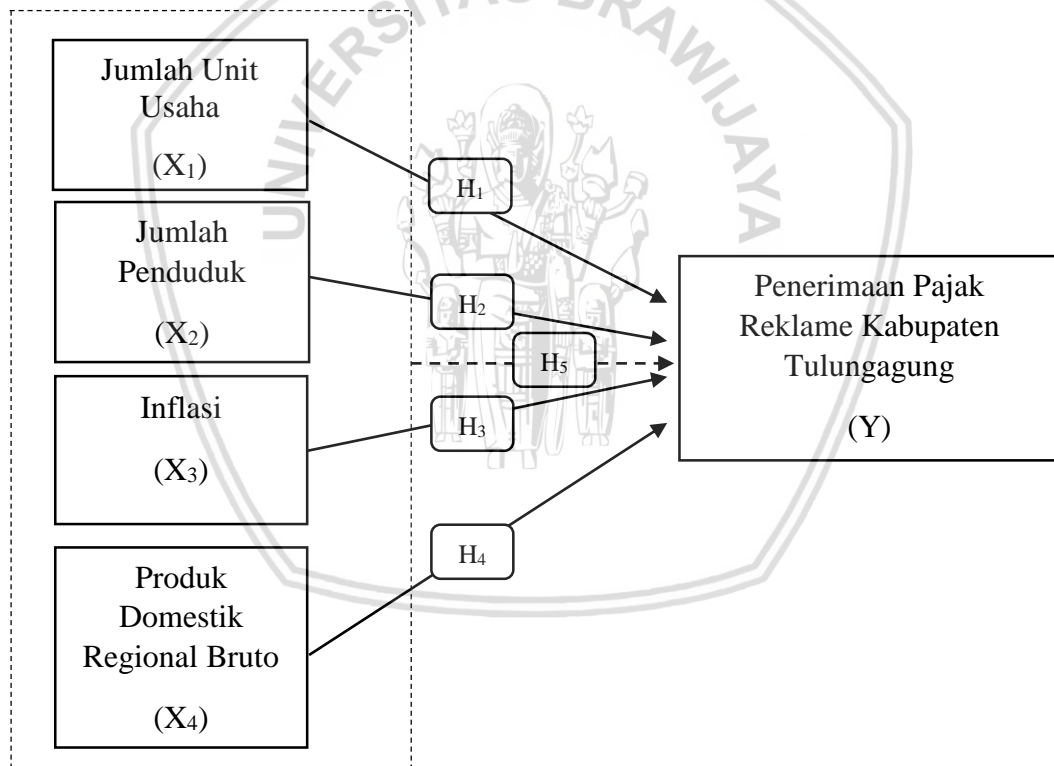
Sumber PAD terdiri dari Pajak Daerah, Retribusi Daerah, hasil Pengelolaan Kekayaan Daerah yang dipisahkan, dan Lain-lain pendapatan Asli Daerah yang Sah. Salah satu jenis Pajak Daerah yang berkontribusi terhadap PAD adalah Pajak Reklame. Variabel Jumlah Unit Usaha, Jumlah Penduduk, Inflasi, dan PDRB merupakan variabel yang berpotensi terhadap Penerimaan Pajak Reklame bagi pemerintah daerah. Sehingga perlu dilakukan uji statistik untuk menguji dan menganalisis apakah variabel Jumlah Unit Usaha, Jumlah Penduduk, Inflasi, dan



PDRB berpengaruh terhadap Penerimaan Pajak Reklame di wilayah Kabupaten Tulungagung.

D. Perumusan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2015:64). Hipotesis dapat didefinisikan juga sebagai hubungan antara dua atau lebih variabel dalam bentuk pernyataan yang dapat diuji. Hipotesis dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2.2 Model Hipotesis.



Gambar 2.2 Model Hipotesis

Sumber : Diolah oleh Peneliti, 2018

Keterangan:

—————> : Pengaruh secara parsial

- - - - -> : Pengaruh secara simultan

H₁ : Jumlah Unit Usaha berpengaruh secara parsial terhadap Penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Tulungagung.

H₂ : Jumlah Penduduk berpengaruh secara parsial terhadap Penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Tulungagung.

H₃ : Inflasi berpengaruh secara parsial terhadap Penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Tulungagung.

H₄ : Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) berpengaruh secara parsial terhadap Penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Tulungagung.

H₅ : Jumlah Unit Usaha, Jumlah Penduduk, Inflasi, dan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) berpengaruh secara simultan terhadap Penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Tulungagung.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dimana pendekatan ini mementingkan adanya variabel-variabel sebagai objek penelitian, dan variabel-variabel tersebut harus didefinisikan dalam bentuk operasionalisasi dari masing-masing variabel (Siregar, 2014:30). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory research* (penelitian penjelasan), karena memberikan gambaran tentang variabel penelitian dan menjelaskan pengaruh yang terjadi antara variabel-variabel penelitian kemudian menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Penelitian ini untuk melihat bagaimana pengaruh Jumlah Unit Usaha, Jumlah Penduduk, Inflasi, dan PDRB terhadap Penerimaan Pajak Reklame di wilayah Kabupaten Tulungagung dalam kurun waktu sembilan tahun yaitu pada tahun 2008 sampai tahun 2016.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada wilayah Kabupaten Tulungagung. Pertimbangan yang mendasari pemilihan lokasi ini sebagai lokasi penelitian, apabila dilihat dari data penerimaan pajak reklame dari tahun 2008-2016 di Kabupaten Tulungagung tersebut secara keseluruhan telah mencapai target yang telah ditetapkan. Namun sempat mengalami penurunan pada Tahun 2016 dan tidak mencapai target. Hal ini sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui apakah Jumlah Unit Usaha, Jumlah Penduduk, Inflasi dan PDRB

berpengaruh dalam meningkatkan Penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Tulungagung.

C. Variabel dan Definisi Operasional

1. Variabel

Variabel adalah segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan penelitian. Pengertian yang dapat diambil dari definisi tersebut ialah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015:39). Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain maka jenis-jenis variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi:

a. Variabel Dependen (Terikat)

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel independen (Ahmad, 2015:128). Pada penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah Penerimaan Pajak Reklame Kabupaten Tulungagung (Y).

b. Variabel Independen (Bebas)

Menurut Ahmad (2015:127), Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang berlaku sebagai variabel independen adalah Jumlah Unit Usaha (X_1), Jumlah Penduduk (X_2), Inflasi (X_3) dan PDRB (X_4).

2. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan cara tertentu yang digunakan untuk mengoperasionalkan konsep sehingga memungkinkan bagi peneliti lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran konsep yang lebih baik (Wijaya, 2013:14). Operasional variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga mempermudah dalam pengukurannya pada masing-masing variabel yang digunakan untuk penelitian ini. Definisi dari variabel-variabel penelitian adalah sebagai berikut:

a. Jumlah Unit Usaha

Jumlah unit usaha yang dimaksud dalam penelitian ini adalah total keseluruhan jumlah usaha kecil, menengah maupun besar yang ada di Kabupaten Tulungagung pada tahun 2008 sampai tahun 2016. Industri sedang adalah industri dengan tenaga kerja berjumlah 20-90 orang sedangkan industri besar adalah industri dengan tenaga kerja berjumlah >100 orang. Data yang digunakan adalah jumlah industri yang terdapat di Kabupaten Tulungagung yang tercatat di Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung. Data jumlah unit usaha diukur dalam satuan unit.

b. Jumlah Penduduk

Jumlah penduduk yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sejumlah orang yang menetap dalam suatu wilayah dengan jangka waktu yang lama. Data yang digunakan adalah jumlah penduduk secara keseluruhan pada tahun 2008 sampai tahun 2016 di Kabupaten Tulungagung yang tercatat di Badan

Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung. Data jumlah penduduk diukur dalam satuan orang/jiwa.

c. Inflasi

Inflasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tingkat inflasi di Kabupaten Tulungagung pada tahun 2008 sampai tahun 2016. Data laju inflasi diukur dalam satuan persen.

d. PDRB

Produk Domestik Regional Bruto yang dimaksud dalam penelitian ini adalah PDRB Atas Dasar Harga Konstan Kabupaten Tulungagung pada tahun 2008 sampai tahun 2016. Data PDRB Atas Dasar harga Konstan diukur dalam satuan rupiah.

e. Penerimaan Pajak Reklame

Pajak Reklame yang merupakan salah satu penerimaan pajak di Kabupaten Tulungagung dan salah satu sumber PAD yang menunjukkan posisi strategis dalam hal pendanaan pembiayaan di Kabupaten Tulungagung. Penerimaan pajak reklame dalam penelitian ini adalah total Penerimaan Pajak Reklame di wilayah Kabupaten Tulungagung pada tahun 2008 sampai tahun 2016 dengan satuan rupiah.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Yusuf (2015:146) mengemukakan bahwa Populasi merupakan salah satu hal yang esensial dan perlu mendapat perhatian dengan saksama apabila peneliti ingin menyimpulkan suatu hasil yang dapat dipercaya dan tepat guna

untuk daerah (*area*) atau objek penelitiannya. Populasi dalam penelitian ini adalah Perkembangan Jumlah Unit Usaha, Jumlah Penduduk, Inflasi serta PDRB Kabupaten Tulungagung yang terdaftar di Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung dan Penerimaan Pajak Reklame yang terdaftar di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tulungagung.

2. Sampel

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini didapat dengan teknik pengambilan *Nonprobability Sampling* dengan Sampling Jenuh. Menurut Sugiyono (2012:85), sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini dilakukan karena jumlah populasi yang akan diteliti kecil atau kurang dari 30. Penelitian ini menggunakan seluruh anggota populasi dengan sampel yang terdiri dari sembilan tahun Laporan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Kabupaten Tulungagung, Jumlah Unit Usaha, Jumlah Penduduk, Inflasi, dan PDRB Kabupaten Tulungagung.

E. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Data yang dibutuhkan dalam penulisan skripsi ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diambil dari pihak lain atau merupakan data yang sudah diolah oleh pihak ketiga, secara berkala (*time series*) untuk melihat perkembangan objek penelitian selama periode tertentu. Ketersediaan data merupakan suatu hal yang mutlak dipenuhi dalam suatu penelitian ilmiah. Jenis data yang tersedia harus disesuaikan dengan kebutuhan dalam suatu penelitian.

Data yang digunakan adalah data sekunder selama sembilan tahun. Adapun data yang digunakan adalah:

- a. Laporan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Kabupaten Tulungagung tahun 2008-2016
- b. Jumlah Unit Usaha Kabupaten Tulungagung tahun 2008-2016
- c. Jumlah Penduduk Kabupaten Tulungagung tahun 2008-2016
- d. Laju Inflasi Kabupaten Tulungagung tahun 2008-2016
- e. Produk Domestik Regional Bruto Atas Dasar Harga Konstan Kabupaten Tulungagung tahun 2008-2016

2. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data kuantitatif dengan sumber data sekunder yang diperoleh dari lembaga resmi, seperti :

- a. Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tulungagung, dan
- b. Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung

F. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Siregar (2014:39) pengumpulan data merupakan suatu prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan, selalu ada hubungan antara metode pengumpulan data dengan masalah penelitian yang ingin dipecahkan. Pengumpulan data merupakan langkah yang amat penting karena data yang dikumpulkan akan digunakan untuk pemecahan masalah yang akan diteliti.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dokumentasi dilakukan dengan cara peneliti mengumpulkan, mencatat atau mendata, serta mengkaji data yang telah didapatkan. Data dalam penelitian ini merupakan data sekunder, yaitu berupa laporan-laporan yang terkait dengan realisasi Penerimaan Pajak Reklame Kabupaten Tulungagung, Laporan Jumlah Unit Usaha, Jumlah Penduduk, Inflasi, dan Produk Domestik Regional Bruto. Data sekunder tersebut diperoleh dari dokumen resmi yang dikeluarkan instansi yang terkait.

2. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan studi kepustakaan (*Library Research*) dengan cara peneliti mencari, mengumpulkan, dan mempelajari berbagai teori dan konsep dasar yang berkaitan dengan penelitian yang dibahas dalam penelitian ini. Teori-teori dan konsep dasar tersebut diperoleh dari buku-buku, laporan penelitian, peraturan perundang-undangan, jurnal ilmiah, dan penerbitan lainnya yang relevan dengan penelitian ini.

G. Teknik Analisis Data

Untuk mengetahui besarnya pengaruh dari suatu variabel bebas (*independent variable*) terhadap variabel terikat (*dependent variable*) maka penelitian ini menggunakan model regresi linear berganda (*Multiple Linier Regression Method*). Analisis data ini menggunakan bantuan *Software Package for Social Scienses (SPSS)* 23.0 yang merupakan program atau *software* yang digunakan untuk mengola data statistik. Peneliti dalam menjamin keakuratan data diperlukan beberapa pengujian yang harus dilakukan dalam menganalisis pengaruh atau

hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. Pengujian tersebut diantaranya adalah:

1. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2012:147). Statistik deskriptif dapat memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, kurtosis dan *skewness* (kemencengan distribusi).

2. Uji Statistik Inferensial

Teknik analisis dengan statistik inferensial adalah teknik pengolahan data yang memungkinkan peneliti untuk menarik kesimpulan berdasarkan hasil penelitiannya pada sejumlah sampel, terhadap populasi yang lebih besar (Ahmad, 2015:177). Metode yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah metode statistik inferensial dengan pendekatan kuantitatif. Artinya melalui metode statistik inferensial dengan pendekatan kuantitatif peneliti bertujuan untuk melihat perbedaan dan korelasi, baik antara dua variabel independen maupun antara beberapa variabel sekaligus. Adapun uji statistik inferensial dilakukan melalui uji-uji berikut ini, yaitu:

a. Uji Asumsi Klasik

Dalam penggunaan regresi, terdapat beberapa asumsi dasar yang dapat menghasilkan estimator linear tidak bias. Dengan terpenuhinya asumsi

tersebut, maka hasil yang diperoleh dapat lebih akurat dan mendekati atau sama dengan kenyataan. Asumsi – asumsi dasar itu dikenal sebagai asumsi klasik yaitu :

- 1) Nilai yang diharapkan bersyarat (*conditional expected value*) dari variabel bebas.
- 2) Tidak adanya korelasi berurutan atau tidak ada autokorelasi (*non autocorrelation*).
- 3) Varians bersyarat dari variabel bebas adalah sama atau konstan. Asumsi ini dikenal sebagai homoskedastisitas.
- 4) Variabel independen adalah nonstokhastik (tetap dalam penyampelan berulang).
- 5) Tidak ada multikolinearitas diantara variabel yang menjelaskan.
- 6) Variabel independen didistribusikan secara normal dengan rata-rata dan varian yang diberikan.

Uji asumsi klasik dilakukan untuk melihat apakah data terbebas dari masalah/penyimpangan. Penyimpangan dari nonmultikolinearitas dikenal sebagai multikolinearitas, penyimpangan dari nonautokorelasi dikenal sebagai autokorelasi, dan penyimpangan terhadap homoskedastisitas dikenal sebagai heteroskedastisitas. Uji asumsi klasik ini penting dilakukan untuk menghasilkan estimator yang linear tidak bias dengan varian yang minimum *Best Linier Unbiased Estimator* (BLUE) yang berarti model regresi tidak mengandung masalah. Untuk mendeteksi terjadi atau tidak penyimpangan terhadap asumsi klasik dalam model regresi yang dipergunakan, maka

dilakukan beberapa cara pengujian terhadap gejala penyimpangan asumsi klasik, yaitu:

1) Uji Normalitas

Salah satu kriteria model regresi yang baik adalah harus memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Ghazali (2016:154) menyatakan apabila asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel yang kecil. Salah satu metode untuk menguji normalitas data dilakukan dengan analisis statistik melalui uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov (K-S)*. Residual berdistribusi normal apabila memiliki nilai signifikansi atau probabilitas $> 0,05$ atau 5%

2) Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti adanya hubungan linear yang sempurna atau pasti mendekati sempurna diantara beberapa atau semua variabel independennya (Frisch dalam Purwanto dan Sulistyastuti, 2017:198). Menurut Ghazali (2016:103), model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk menguji multikolinearitas dilakukan dengan cara melihat nilai *Tolerance* dan nilai *Variance Inflation*

Factor (VIF). Jika nilai VIF > 10 maka terdapat gejala multikolinearitas yang tinggi (Sanusi, 2016:136).

3) Uji Autokorelasi

Menurut Gujarati (2012:8), autokorelasi adalah korelasi antara anggota-anggota seri dari observasi-observasi yang diurutkan berdasarkan waktu (data *time series*) atau tempat (seperti pada data *cross-section*). 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 terdapat *problem* autokorelasi (Ghozali, 2016:107). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Cara yang digunakan dalam penelitian ini untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi yaitu melalui *Run test*. *Run test* dilakukan dengan membuat hipotesis dasar, yaitu:

H_0 : residual (res₁) random (acak)

H_a : residual (res₁) tidak random

Jika antar residual tidak terdapat hubungan korelasi maka dikatakan bahwa residual adalah acak atau random. *Run Test* digunakan untuk melihat apakah data residual terjadi secara random atau tidak (Ghozali 2016:116).

4) Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2016:134) menyatakan uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Heteroskedastisitas yaitu variabel pengganggu (e) memiliki varian yang berbeda dari satu observasi ke

observasi lainya atau varian antar variabel independen tidak sama. Hal ini melanggar asumsi heterokedastisitas yaitu setiap variabel penjelas memiliki varians yang sama (konstan). Dalam penelitian ini untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan grafik plot yang tersedia dalam program SPSS 23.0. Grafik plot digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Dasar analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y.

b. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi linear sederhana, yaitu menambah jumlah variabel independen yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel independen (Sanusi, 2016:134). Berdasarkan empat jumlah variabel independen yang diteliti yaitu Jumlah Unit Usaha, Jumlah Penduduk, Inflasi dan PDRB untuk menguji pengaruhnya terhadap variabel dependen yaitu Penerimaan Pajak Reklame. Menurut Sanusi (2016:135) regresi plinear berganda dinyatakan dalam persamaan matematika sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Sumber : Sanusi (2016:135)

Dimana:

Y = Penerimaan Pajak Reklame (dalam rupiah)

X_1 = Jumlah Unit Usaha (dalam angka)

X_2 = Jumlah Penduduk (dalam jiwa)

X_3 = Inflasi (dalam persen)

X_4 = Produk Domestik Regional Bruto (dalam rupiah)

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4 = Koefisien

e = *error* / variabel pengganggu

H. Pengujian Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini digunakan untuk menjelaskan adanya keterkaitan pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Pengujian hipotesis dilakukan sebagai upaya dalam menguji korelasi dari variabel yang akan diteliti, dalam hal ini keterkaitan antara korelasi pengaruh Jumlah Unit Usaha, Jumlah Penduduk, Inflasi, dan PDRB terhadap Penerimaan Pajak Reklame. Langkah-langkah yang dilakukan peneliti dalam pengujian hipotesis yaitu:

1. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh sekelompok variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tak bebas (Firdaus, 2011:147). Cara melakukan uji F adalah dengan membandingkan nilai F statistik hasil perhitungan (F hitung) dengan nilai F statistik menurut tabel (F tabel) pada

derajat kepercayaan (α) sebesar 5%. Hipotesis nol yang akan diuji adalah apakah semua parameter secara simultan sama dengan nol.

$$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$$

Artinya adalah apakah semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen, sedangkan hipotesis alternatifnya (H_1) adalah tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol.

$$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$$

Artinya adalah apakah semua variabel independen merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian yang dilakukan yaitu dengan 2 (dua) cara sebagai berikut :

- a. Membandingkan f_{hitung} dengan f_{tabel} . Jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan secara simultan variabel independen dengan variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ atau f_{hitung} lebih kecil dari f_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan secara simultan variabel independen dengan variabel dependen.

2. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali 2016:97). Hipotesis nol (H_0) yang akan diuji apakah suatu parameter (b_i) sama dengan nol, atau :

$$H_0 : b_i = 0$$

Dapat diartikan bahwa apakah variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen, sehingga yang menjadi hipotesis alternatifnya (H_1) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau :

$$H_a: b_i \neq 0$$

Dapat diartikan bahwa variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Uji hipotesis untuk mengetahui pengaruh parsial (Uji t) dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

- a. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ atau t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) adalah salah satu bentuk nilai statistik yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan pengaruh antara dua jenis variabel. Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan persentase variasi nilai variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh persamaan regresi yang dihasilkan. Nilai koefisien determinasi (R^2) antara nol sampai dengan satu. Apabila nilai koefisien determinasi (R^2) sama dengan 0 (nol) artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila nilai koefisien determinasi (R^2) mendekati 0 (nol) artinya lemahnya pengaruh variabel independen

terhadap variabel dependen. Selanjutnya, apabila nilai koefisien determinasi (R^2) mendekati 1 (satu) artinya kuatnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Gambaran umum lokasi penelitian merupakan gambaran berupa penjelasan mengenai lokasi pada saat penelitian. Lokasi penelitian adalah tempat dimana peneliti melakukan penelitian untuk memperoleh data yang akan dijelaskan sebagai berikut :

Kabupaten Tulungagung terletak di pegunungan selatan Jawa Timur, tepatnya pada garis $07^{\circ}51' - 08^{\circ}18'$ lintang selatan dan garis $111^{\circ}43' - 112^{\circ}07'$ bujur timur. Pusat pemerintahan Kabupaten Tulungagung berada di Kecamatan Tulungagung. Dengan batas-batas wilayah, Kabupaten Kediri di sebelah utara, Samudra Hindia di sebelah selatan, kabupaten Trenggalek di sebelah barat, dan Kabupaten Blitar di sebelah Timur. Luas wilayah Kabupaten Tulungagung mencapai $1.055,65 \text{ Km}^2$ terbagi menjadi 19 kecamatan yang terdiri atas 271 desa/kelurahan.

Kabupaten Tulungagung terbagi menjadi tiga dataran yaitu tinggi, sedang dan rendah. Dataran rendah merupakan daerah yang dengan ketinggian dibawah 500m dari permukaan air laut, daerah ini meliputi semua kecamatan tetapi tidak semua desa untuk Kecamatan Pagerwojo dan Sendang hanya empat desa. Dataran sedang mempunyai ketinggian antara 500m sampai dengan 700m dari permukaan air laut, daerah ini meliputi Kecamatan Pagerwojo sebanyak enam desa dan kecamatan Sendang sebanyak lima desa. Sedangkan dataran tinggi merupakan daerah dengan

ketinggian diatas 700m dari permukaan air laut yaitu Kecamatan Pagerwojo sebanyak satu desa dan kecamatan Sendang sebanyak dua desa.

Tulungagung terkenal sebagai salah satu penghasil marmer terbesar di Indonesia, yang bersumber di bagian selatan Tulungagung. Tulungagung juga termasuk salah satu pusat industri marmer di Indonesia, dan terpusat di selatan Tulungagung, terutama di Kecamatan Campurdarat, yang di dalamnya banyak terdapat perajin marmer, sayangnya saat ini marmer kualitas terbaik sudah habis. Aset marmer dari Tulungagung telah menembus pasar internasional. Di daerah yang sama, juga terdapat industri *onyx* yang mempunyai kualitas mirip marmer.

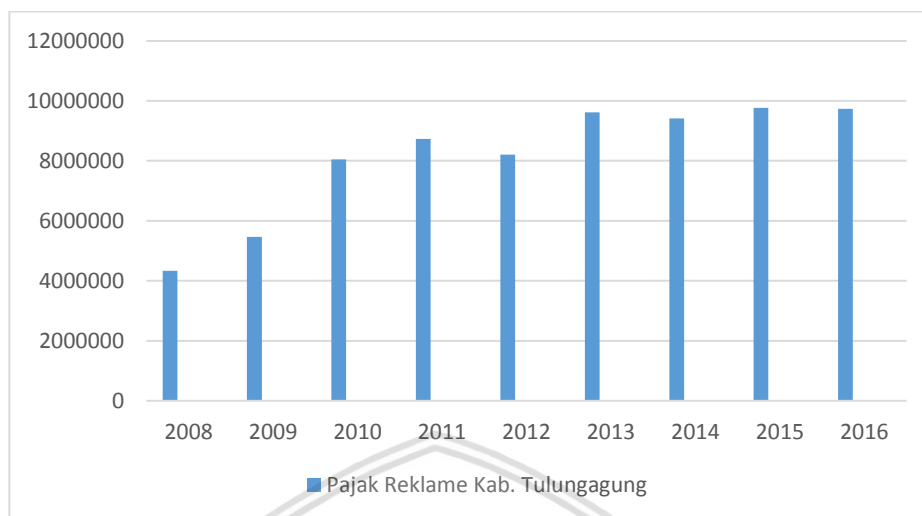
Selain industri marmer, di Tulungagung juga tumbuh dan berkembang berbagai industri kecil dan menengah antara lain memproduksi alat-alat/perkakas rumah tangga, batik, dan konfeksi termasuk bordir. Beberapa batik yang terkenal di Tulungagung diantaranya Batik Tulungagung, Batik Satriomanah, dan sebagainya. Di Kecamatan Ngunut terdapat industri peralatan tentara seperti tas ransel, sabuk, seragam, tenda dan makanan ringan seperti kacang atom. Di Kecamatan Ngunut juga terdapat industri batu bata dan genteng yang berkualitas. Di kelurahan sembung juga di kenal sebagai pusat industri krupuk rambak. Sedangkan di bagian pegunungan utara, yakni Kecamatan Sendang terdapat perusahaan air susu sapi perah dan teh. Industri perikanan, dan gula merah di Tulungagung juga tidak kalah berdaya saing, ini telah dikenal secara nasional. Salah satunya Pabrik Gula Modjopanggung di Kecamatan Kauman.

B. Gambaran Umum Variabel

1. Variabel Dependen

a. Penerimaan Pajak Reklame Wilayah Kabupaten Tulungagung

Perkembangan perekonomian di Kabupaten Tulungagung yang semakin meningkat mengakibatkan kegiatan ekonomi berkembang secara produktif. Adanya aktifitas masyarakat dalam perekonomian tentunya akan mempengaruhi PAD di wilayah Kabupaten Tulungagung. Salah satu sumber PAD yang ada di wilayah Kabupaten Tulungagung diperoleh dari penerimaan pajak daerah. Pajak daerah yang memberikan kontribusi dalam PAD wilayah Kabupaten Tulungagung salah satunya adalah Pajak Reklame. Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersil 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 (UU No. 28 Tahun 2009). Penggunaan jasa pemasangan reklame banyak digunakan oleh kalangan pengusaha dalam mempromosikan barang atau jasa yang mereka miliki untuk diketahui oleh masyarakat secara luas. Sebagai media pemasaran, penggunaan jasa pemasangan reklame dapat menghemat biaya, tenaga dan waktu yang harus dibebankan. Total penerimaan Pajak Reklame yang ada di wilayah Kabupaten Tulungagung pada tahun 2008 sampai dengan tahun 2016 dapat dilihat pada Gambar 4.1 berikut ini.



Gambar 4.1 Penerimaan Pajak Reklame Kabupaten Tulungagung Tahun 2008-2016 (dalam satuan rupiah)

Sumber : Badan Pendapatan Kabupaten Tulungagung, 2018 (diolah)

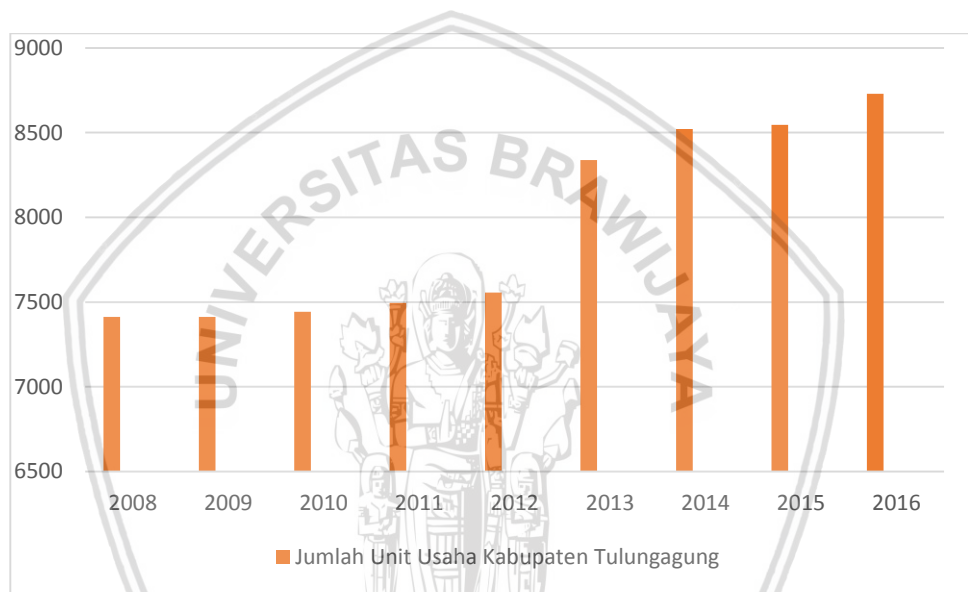
Dari Gambar 4.1 dapat diketahui penerimaan pajak reklame di wilayah Kabupaten Tulungagung pada tahun 2008-2016. Berdasarkan data tersebut menunjukkan penerimaan Pajak Reklame wilayah Kabupaten Tulungagung mengalami pertumbuhan yang fluktuatif dari tahun ke tahun. Namun jika dilihat secara keseluruhan penerimaan pajak reklame di wilayah Kabupaten Tulungagung dikatakan stabil dan menunjukkan jumlah yang cukup tinggi.

Namun, penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Tulungagung belum bisa dikatakan optimal. Permasalahannya adalah masih banyak pemasangan reklame ilegal (reklame liar) yang ada di wilayah Kabupaten Tulungagung. Selain itu reklame yang telah habis masa izinnnya serta belum melakukan perpanjangan izin serta pembayaran pajak reklame yang belum terbayarkan masih sering menjadi masalah utama. Permasalahan-permasalahan tersebut tentunya dapat menjadi faktor penghambat peningkatan pajak reklame di Kabupaten Tulungagung.

2. Variabel Independen

a. Jumlah Unit Usaha

Jumlah unit usaha dalam penelitian ini adalah jumlah unit usaha formal yang (berizin) yang meliputi usaha besar, sedang, kecil yang ada di wilayah Kabupaten Tulungagung. Jumlah unit usaha di wilayah Kabupaten Tulungagung dapat dijelaskan pada Gambar 4.2 berikut ini.



Gambar 4.2 Jumlah Unit Usaha wilayah Kabupaten Tulungagung Tahun 2008-2016 (dalam satuan unit)

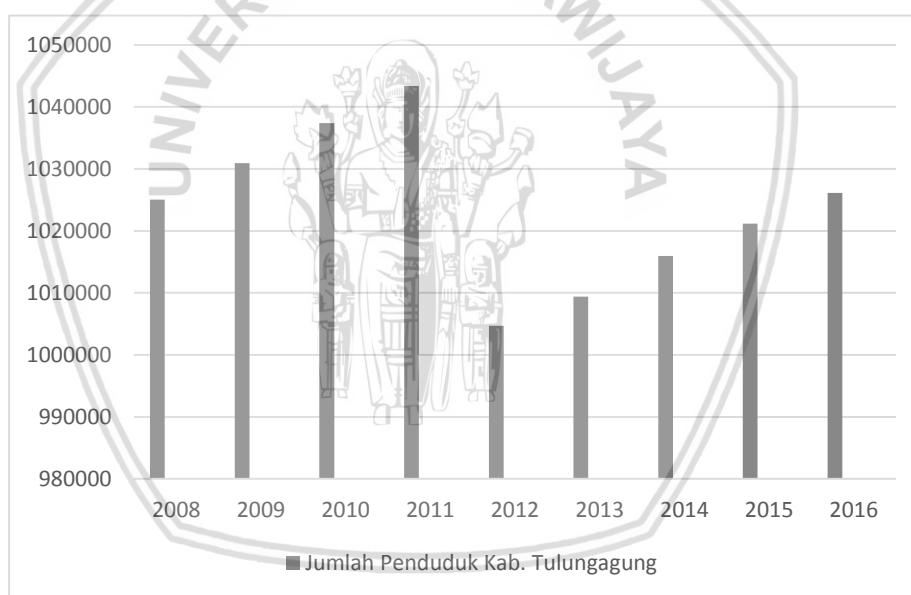
Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung, 2018 (diolah)

Pada Gambar 4.2 dapat dilihat jumlah unit usaha formal yang ada di wilayah Kabupaten Tulungagung pada tahun 2008-2016. Jumlah unit usaha yang ada di wilayah Kabupaten Tulungagung mengalami peningkatan setiap tahunnya. Jadi dapat dikatakan bahwa jumlah unit usaha yang ada pada wilayah Kabupaten Tulungagung pada tahun 2008-2016 mengalami pertumbuhan yang cukup baik. Berkembangnya jumlah unit usaha yang ada di Kabupaten ditandai

dengan munculnya berbagai macam jenis usaha mulai dari usaha kecil/kerajinan rumah tangga, usaha sedang maupun usaha besar.

b. Jumlah Penduduk

Data jumlah penduduk sangat diperlukan dalam pembangunan ekonomi di suatu daerah. Penduduk merupakan subjek pajak dalam penerimaan pajak reklame. Jumlah penduduk yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah keseluruhan penduduk atau orang yang ada di wilayah Kabupaten Tulungagung. Jumlah penduduk yang ada di wilayah Kabupaten Tulungagung dapat dijelaskan pada Gambar 4.3 berikut ini.



Gambar 4.3 Jumlah Penduduk wilayah kabupaten Tulungagung Tahun 2008-2016 (dalam satuan jiwa)

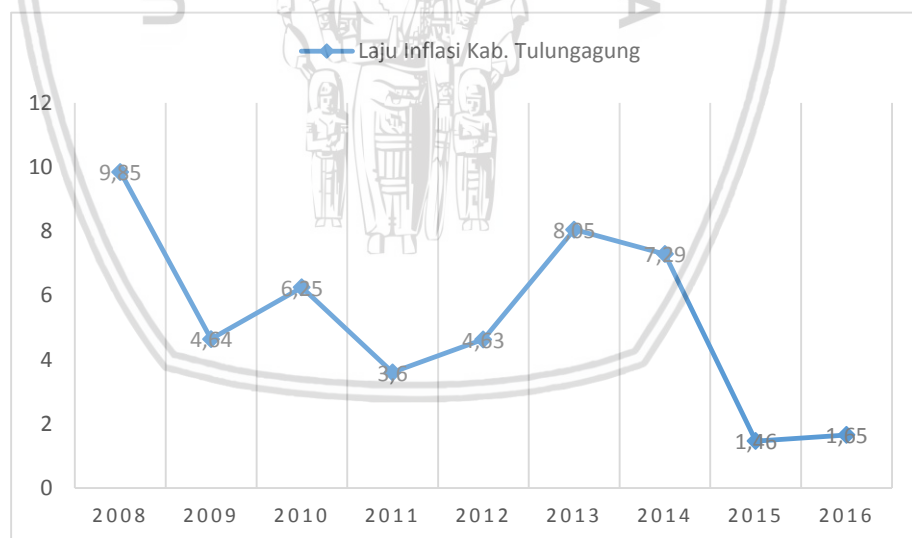
Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung, 2018 (diolah)

Pada Gambar 4.3 dapat diketahui jumlah penduduk yang ada di wilayah Kabupaten Tulungagung pada tahun 2008-2016. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa jumlah penduduk yang ada di wilayah Kabupaten Tulungagung terus mengalami pertumbuhan yang fluktuatif dari tahun ke tahun. Jumlah penduduk

mengalami penurunan yang cukup drastis yaitu pada tahun 2011 sebesar 1.043.385 jiwa turun menjadi 1.004.711 jiwa pada tahun 2012. Penurunan tersebut dapat disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya, kelahiran, kematian, dan perpindahan penduduk.

c. Inflasi

Laju Inflasi yang tinggi juga akan meningkatkan harga barang secara umum, yang dalam hal ini juga akan meningkatkan harga-harga dari faktor produksi yang digunakan para pelaku usaha. Inflasi yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah besarnya inflasi yang terjadi di wilayah Kabupaten Tulungagung di setiap tahun. Laju inflasi yang ada di wilayah Kabupaten Tulungagung dapat dijelaskan pada Gambar 4.4 berikut ini.



Gambar 4.4 Laju Inflasi wilayah Kabupaten Tulungagung Tahun 2008-2016 (dalam satuan persen)

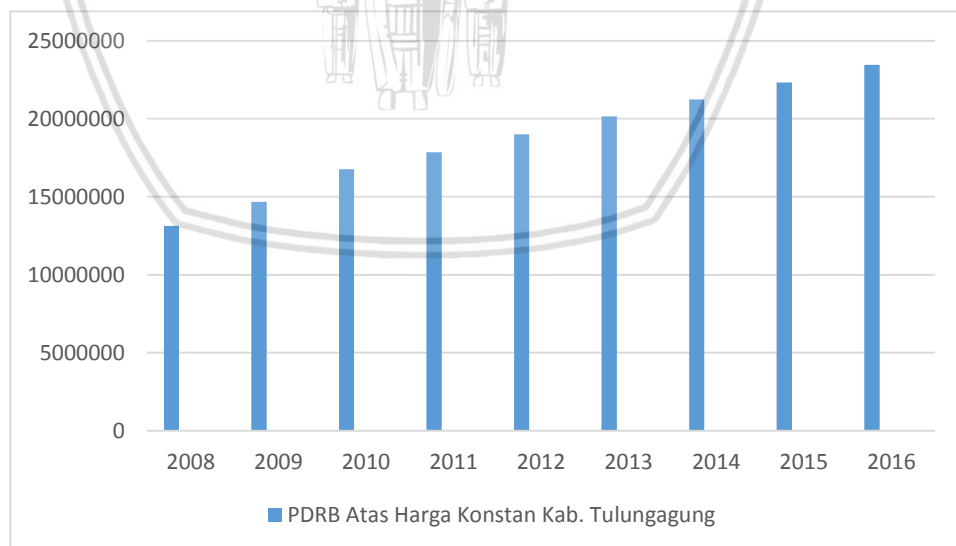
Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung, 2018 (diolah)

Pada Gambar 4.4 dapat dilihat laju inflasi yang ada di wilayah Kabupaten Tulungagung pada tahun 2008-2016. Laju inflasi yang terjadi di wilayah

Kabupaten Tulungagung mengalami pertumbuhan yang fluktuatif. Laju Inflasi pada tahun 2014 ke tahun 2015 mengalami penurunan yaitu sebesar 7,29% di tahun 2014 turun menjadi 1,46% di tahun 2015. Kemudian pada tahun 2016 meningkat sebesar 1,65%, namun peningkatan tersebut tidak menimbulkan selisih yang cukup besar dengan tahun sebelumnya yaitu pada tahun 2015.

d. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB)

Variabel dalam penelitian ini dapat diartikan sebagai nilai barang dan jasa akhir yang dihasilkan oleh berbagai unit produksi di Kabupaten Tulungagung. Variabel PDRB pada penelitian ini berdasarkan pada nilai PDRB Atas Dasar Harga Konstan. Dengan menggunakan PDRB Atas Dasar Harga Konstan dapat dilihat pertumbuhan ekonomi dari tahun ke tahun. Nilai PDRB di wilayah Kabupaten Tulungagung pada tahun 2008-2016 dapat dijelaskan pada Gambar 4.5.



Gambar 4.5 Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Tulungagung Atas Dasar Harga Konstan (ADHK) Tahun 2008-2016 (dalam satuan rupiah)

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung, 2018 (diolah)

Pada gambar 4.5 dapat dilihat besaran PDRB ADHK Kabupaten Tulungagung pada tahun 2008-2016. Perkembangan PDRB ADHK Kabupaten Tulungagung mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada tahun 2016 nilai PDRB Kabupaten Tulungagung mencapai Rp 23.446.436,56.

C. Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan bagian dari analisis data yang memberikan gambaran awal setiap variabel yang digunakan dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan lima variabel dalam menjelaskan deskriptif statistik, yang terdiri dari satu variabel dependen dan empat variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu penerimaan Pajak Reklame, sedangkan variabel independen Jumlah Unit Usaha, Jumlah Penduduk, Inflasi, dan PDRB. Gambaran atau deskriptif data dapat dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), maksimum, minimum, dan deviasi standar (*standard deviation*) dari setiap variabel dalam penelitian dapat dilihat pada Tabel 4.1 berikut ini.

Tabel 4.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
USH	9	7413.00	8729.00	7939.5556	573.79681
PDDK	9	1004711.00	1043385.00	1023789.0000	12573.67164
INFL	9	36.00	985.00	490.8889	326.16539
PDRB	9	1313045876.00	2344643656.00	1873220926.3333	346277037.57938
RKLM	9	433035681.00	8730246053.00	3313165090.1111	3771021982.23650
Valid N (listwise)	9				

Sumber : Lampiran II, data sekunder diolah Peneliti 2018

Hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa jumlah unit usaha periode 2008–2016 memiliki nilai minimum sebesar 7.413 unit dan nilai maksimum sebesar 8.729 unit. Nilai *mean* jumlah unit usaha memiliki nilai 7.939,5556 dengan standar deviasi 573,79681. Hal ini berarti bahwa jumlah unit usaha memusat pada kisaran 7.939,5556 dengan penyimpangan sebesar 573,79681.

Berdasarkan Tabel 4.1 diketahui variabel jumlah penduduk periode 2008–2016 memiliki nilai maksimum 1.043.385 jiwa sebesar serta nilai minimum sebesar 1.004.711 jiwa. Pada variabel jumlah penduduk nilai *mean* sebesar 1.023.789 dan standar deviasi sebesar 12.573,67164. Hal ini berarti jumlah penduduk memusat pada kisaran 1.023.789 dan penyimpangan terjadi sebesar 12.573,67164 .

Hasil uji statistik deskriptif pada Tabel 4.1 menunjukkan variabel inflasi memiliki nilai minimum 3,6% dan nilai maksimum variabel inflasi adalah 9,85%. Nilai rata-rata yang dimiliki oleh variabel inflasi sebesar 490,8889 dan standar deviasi 326,16539. Hal ini berarti bahwa pemeriksaan pajak memusat pada kisaran 490,8889 dan terjadi penyimpangan sebesar 326,16539.

Berdasarkan Tabel 4.1 diketahui variabel Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) periode 2008-2016 memiliki nilai maksimum Rp 23.446.436,56 serta nilai minimum sebesar Rp 13.130.458,76. Pada variabel Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) nilai *mean* sebesar 1.873.220.926,3333 dan standar deviasi sebesar 346.277.037,57938. Hal ini berarti Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) memusat pada kisaran 1.873.220.926,3333 dan penyimpangan terjadi sebesar 346.277.037,57938.

Berdasarkan Tabel 4.1 menunjukkan variabel penerimaan Pajak Reklame periode 2008-2016 memiliki nilai maksimum Rp 873.024.605,3 serta nilai minimum sebesar Rp 433.035.681. Pada variabel penerimaan Pajak Reklame nilai *mean* sebesar 3.313.165.090,1111 dan standar deviasi sebesar 3.771.021.982,23650. Hal ini berarti penerimaan Pajak Reklame memusat pada kisaran 3.313.165.090,1111 dan penyimpangan terjadi sebesar 3.771.021.982,23650.

2. Analisis Statistik Inferensial

a. Uji Asumsi Klasik

Pada bab metodologi penelitian dijelaskan bahwa tujuan dilakukan uji asumsi klasik yaitu untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Pada penelitian ini menggunakan empat uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas.

1) Uji Normalitas

Salah satu kriteria model regresi yang baik adalah harus memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui suatu distribusi data variabel dependen dan variabel independen akan terdistribusi normal atau tidak normal. Ghozali (2016:154) menyatakan apabila asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel yang kecil. Metode uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji statistik non-parametrik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dengan hasil pada Tabel 4.2 berikut ini :

Tabel 4.2 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		9
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000102
	Std. Deviation	609916560.728951
Most Extreme Differences	Absolute	.135
	Positive	.111
	Negative	-.135
Test Statistic		.135
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Lampiran II, data sekunder diolah Peneliti 2018

Berdasarkan hasil uji normalitas yang telah dilakukan peneliti dengan menggunakan *software* SPSS versi 23.0, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.200 (nol koma dua ratus). Asumsi normalitas pada penelitian ini terpenuhi karena nilai signifikansi *Kolmogorof-Smirnov* lebih besar dari 0,05 (nol koma nol lima).

2) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas atau independen terjadi saling berkorelasi atau tidak satu variabel dengan variabel lainnya. Metode uji multikolinearitas dalam penelitian ini yaitu dengan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) masing-masing dari variabel independen. Jika nilai $VIF < 10$ maka tidak terjadi gejala multikolinearitas antara variabel

independen, dan sebaliknya jika nilai $VIF > 10$ maka terjadi gejala multikolinearitas antara variabel independen. Hasil uji multikolinearitas sebagai berikut :

Tabel 4.3 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Ket.
USH	.177	5.660	Nonmultikolinearitas
PDDK	.463	2.160	Nonmultikolinearitas
INFL	.318	3.148	Nonmultikolinearitas
PDRB	.110	9.126	Nonmultikolinearitas

Sumber : Lampiran II, data sekunder diolah Peneliti (2018).

Berdasarkan Tabel 4.3 diketahui bahwa *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk variabel Jumlah Unit Usaha (X1) yaitu 5,660 (lima koma enam ratus enam puluh), variabel Jumlah Penduduk (X2) yaitu 2,160 (dua koma seratus enam puluh), Inflasi (X3) yaitu 3,148 (tiga koma seratus empat puluh delapan), dan PDRB (X4) yaitu 9,126 (sembilan koma seratus dua puluh enam) sehingga keempat variabel dalam penelitian ini nilai VIF lebih kecil dari 10 (sepuluh). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas diantara variabel bebas atau variabel independen.

3) Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi dilakukan untuk menguji asumsi bahwa data haruslah bersifat bebas dalam pengertian bahwa data pada periode sebelumnya ataupun pada periode sesudahnya. Menurut Gujarati (2012:8), autokorelasi

adalah korelasi antara anggota-anggota seri dari observasi-observasi yang diurutkan berdasarkan waktu (*data time series*) atau tempat (seperti pada data *cross-section*).

Run Test merupakan salah satu analisis non-parametrik yang dapat digunakan untuk menguji apakah residual terdapat korelasi yang tinggi. Jika antar residual tidak terdapat korelasi maka dapat dikatakan bahwa nilai residual adalah acak atau random. Hasil *Run Test* dapat dilihat pada Tabel 4.4 berikut ini.

Tabel 4.4 Hasil Uji Autokorelasi
Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-16651098.98029
Cases < Test Value	4
Cases >= Test Value	5
Total Cases	9
Number of Runs	6
Z	.040
Asymp. Sig. (2-tailed)	.968

a. Median

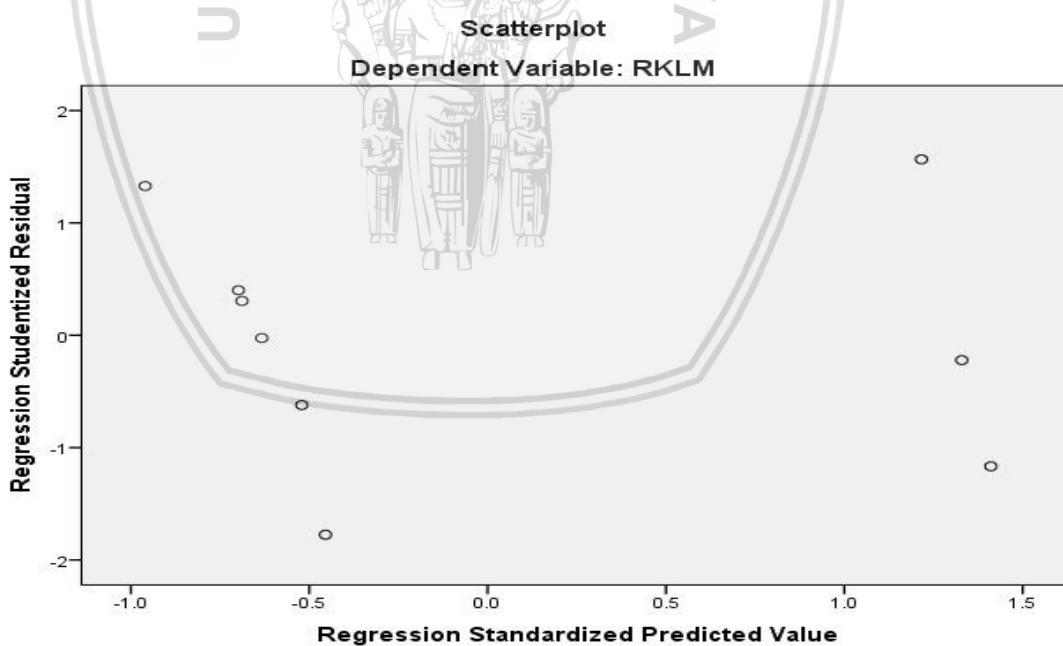
Sumber : Lampiran II, data sekunder diolah Peneliti (2018)

Pada Tabel 4.4 terlihat bahwa nilai *test value* -16651098,98029 sedangkan nilai probabilitasnya adalah 0,968. Untuk menyimpulkan apakah terjadi autokorelasi atau tidak maka nilai test dibandingkan dengan nilai tabel atau nilai probabilitas dibandingkan dengan nilai alphanya. Berdasarkan

output tersebut diperoleh nilai probabilitas sebesar 0,968 lebih besar dari pada 0,05, sehingga H_0 menyatakan nilai residual menyebar secara acak diterima. Dengan demikian maka tidak terjadi autokorelasi.

4) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali,2016:134). Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini yaitu dengan melihat grafik Scatterplot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Berikut ini Gambar 4.6 merupakan hasil uji heteroskedastisitas :



Gambar 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Lampiran II, data sekunder olahan Peneliti (2018)

Berdasarkan Gambar 4.6 diatas yang diperoleh dari hasil uji heteroskedastisitas menggunakan *software* SPSS versi 23.0, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda adalah analisis yang digunakan untuk menghitung pengaruh variabel independen (X) dalam penelitian ini yaitu variabel Jumlah Unit Usaha (X1), Jumlah Penduduk (X2), Inflasi (X3), dan PDRB (X4) dengan variabel dependen yaitu variabel Penerimaan Pajak Reklame (Y). Berikut ini pada tabel 4.4 merupakan hasil dari model regresi linear dengan menggunakan *software* SPSS versi 23.0 :

**Tabel 4.5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	
1 (Constant)	-30030588170.239	37874890819.072	.472
USH	-16872846.791	1550425.240	.000
PDDK	110028.965	36422.026	.039
INFL	5852005.553	1782755.706	.030
PDRB	27.646	3.222	.001

a. Dependent Variable: RKLM

Sumber : Lampiran II, data sekunder diolah Peneliti (2018)

Berdasarkan Tabel 4.5 diatas terdapat hubungan variabel independen dan dependen maka didapatkan persamaan regeresi sebagai berikut :

$$RKLM = -30.030.588.170,239 - 16.872.846,791USH + 110.028,965PDDK + 5.852.005,553INFL + 27,646PDRB$$

Dimana :

RKLM = Penerimaan Pajak Reklame

USH = Jumlah Unit Usaha

PDDK = Jumlah Penduduk

INFL = Inflasi

PDRB = Produk Domestik Regional Bruto

Interpretasi Hasil dari persamaan regresi sebagai berikut :

- 1) Besarnya nilai konstanta adalah -30.030.588.170,239, hal ini menunjukkan bahwa jika variabel bebas yang terdiri atas perubahan variabel jumlah unit usaha (USH), jumlah penduduk (PDDK), Inflasi (INFL), dan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) sama dengan 0 maka penerimaan Pajak Reklame sebesar -30.030.588.170.239 rupiah.
- 2) Koefisien regresi jumlah unit usaha (USH) sebesar -16.872.846,791, hal ini menunjukkan arah hubungan negatif antara variabel jumlah unit usaha (USH) dengan penerimaan Pajak Reklame, artinya jika jumlah unit usaha (USH) naik satu persen, dengan anggapan variabel lainnya konstan, maka penerimaan Pajak Reklame akan mengalami penurunan sebesar -16.872.846,791 rupiah.
- 3) Koefisien regresi jumlah penduduk (PDDK) sebesar 110.028,965, hal ini menunjukkan arah hubungan positif antara variabel jumlah penduduk (PDDK) dengan penerimaan Pajak Reklame artinya jika jumlah penduduk (PDDK) naik satu persen, dengan anggapan variabel lainnya

konstan, maka penerimaan Pajak Reklame akan mengalami kenaikan sebesar 110.028,965 rupiah.

- 4) Koefisien regresi Inflasi (INFL) sebesar 5.852.005,553, hal ini menunjukkan arah hubungan positif antara variabel Inflasi (INFL) dengan penerimaan Pajak Reklame artinya jika Inflasi (INFL) naik satu persen, dengan anggapan variabel lainnya konstan, maka penerimaan Pajak Reklame akan mengalami kenaikan sebesar 5.852.005,553 rupiah.
- 5) Koefisien regresi produk domestik regional bruto (PDRB) sebesar 27.646, hal ini menunjukkan arah hubungan positif antara variabel produk domestik regional bruto (PDRB) dengan penerimaan Pajak Reklame artinya jika produk domestik regional bruto (PDRB) naik satu persen, dengan anggapan variabel lainnya konstan, maka penerimaan Pajak Reklame akan mengalami kenaikan sebesar 27,646 rupiah.

D. Uji Hipotesis

Tabel 4.6 Hasil Uji Hipotesis X1, X2, X3, dan X4 terhadap Y

Variabel	B	t	Sig t	Ket
X1 (USH)	-16872846.791	-10.883	.000	Sig
X2 (PDDK)	110028.965	3.021	.039	Sig
X3 (INFL)	5852005.553	3.283	.030	Sig
X4 (PDRB)	27.646	8.581	.001	Sig
t_{tabel}	= 2.776			
R Square	= .948			
F_{hit}	= 37.228			
Signifikansi	= .002			
F_{tabel}	= 5,41			

Sumber : Lampiran II, data diolah Peneliti (2018)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada tabel 4.6, maka :

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen Jumlah Unit Usaha (X_1), Jumlah Penduduk (X_2), Inflasi (X_3), dan PDRB (X_4) terhadap variabel dependen (Y) yaitu variabel Penerimaan Pajak Reklame. Nilai koefisien korelasi ditunjukkan dengan angka 0 (nol) sampai dengan angka 1 (satu). Jika korelasi determinasi menunjukkan angka 0 (nol) maka variabel bebas tidak mempengaruhi variabel terikat, tetapi jika koefisien determinasi (R^2) mendekati angka 1 (satu) maka variabel bebas semakin mempengaruhi variabel terikat.

Berdasarkan pada Tabel 4.6 menunjukkan bahwa besarnya koefisien determinasi (R^2) yaitu 0,948 (nol koma sembilan ratus empat puluh delapan) atau sama dengan 94,8% (sembilan empat koma delapan persen). Berdasarkan hasil tersebut maka dapat diketahui bahwa variabel Y yaitu penerimaan Pajak Reklame dipengaruhi sebesar 94,8% (sembilan empat koma delapan persen) oleh variabel bebas (X) yang dalam penelitian ini yaitu variabel Jumlah Unit Usaha (X_1), Jumlah Penduduk (X_2), Inflasi (X_3), dan PDRB (X_4). Angka sebesar 94,8% (sembilan empat koma delapan persen) sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar model regresi dalam penelitian ini.

2. Uji Signifikansi Parameter (Uji Statistik t)

Uji Signifikansi Paramater (Uji Statistik t) digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh dari masing-masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel persepsi

Jumlah Unit Usaha (X1), Jumlah Penduduk (X2), Inflasi (X3), dan PDRB (X4) sebagai variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu penerimaan Pajak Reklame (Y). Rumusan hipotesis pada uji statistik t sebagai berikut :

H_0 : Setiap variabel bebas tidak mempengaruhi variabel terikat

H_1 : Setiap variabel bebas mempengaruhi variabel terikat

Uji signifikansi parameter (uji statistik t) dilakukan dengan cara membandingkan besarnya nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Selain itu, pengujian juga dapat dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi. Jika signifikansi $< 0,05$ (kurang dari nol koma nol lima) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dan kebalikannya jika signifikansi $> 0,05$ (lebih dari nol koma nol lima) maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Berdasarkan hasil yang diperoleh pada tabel 4.6 hasil uji hipotesis, maka pengujian hipotesis masing – masing variabel sebagai berikut :

- a. Uji Parsial Variabel Jumlah Unit Usaha (X1) Terhadap Penerimaan Pajak Reklame (Y)

Berdasarkan hasil pengolahan data Tabel 4.6 menunjukkan bahwa t_{hitung} sebesar -10,883 dan t_{tabel} sebesar 2,776, sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan dilihat dari tingkat signifikansinya variabel Jumlah Unit Usaha (X1) memiliki nilai sebesar 0,000 dibawah dari nilai signifikan sebesar 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan demikian disimpulkan bahwa Jumlah Unit Usaha (X1) yang digunakan dalam penelitian ini berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Tulungagung.

b. Uji Parsial Variabel Jumlah Penduduk (X2) Terhadap Penerimaan Pajak Reklame (Y)

Berdasarkan hasil pengolahan data Tabel 4.6 menunjukkan bahwa t_{hitung} sebesar 3,021 dan t_{tabel} sebesar 2,776, sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan dilihat dari tingkat signifikansinya variabel Jumlah Penduduk (X2) memiliki nilai sebesar 0,039 dibawah dari nilai signifikan sebesar 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima, dengan demikian disimpulkan bahwa Jumlah Penduduk (X2) yang digunakan dalam penelitian ini berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Tulungagung.

c. Uji Parsial Variabel Inflasi (X3) Terhadap Penerimaan Pajak Reklame (Y)

Berdasarkan hasil pengolahan data Tabel 4.6 menunjukkan bahwa t_{hitung} sebesar 3,283 dan t_{tabel} sebesar 2,776, sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan dilihat dari tingkat signifikansinya variabel Inflasi (X3) memiliki nilai sebesar 0,030 dibawah dari nilai signifikan sebesar 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima, dengan demikian disimpulkan bahwa Inflasi (X3) yang digunakan dalam penelitian ini berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Tulungagung.

d. Uji Parsial Variabel PDRB (X4) Terhadap Penerimaan Pajak Reklame (Y)

Berdasarkan hasil pengolahan data Tabel 4.6 menunjukkan bahwa t_{hitung} sebesar 8,581 dan t_{tabel} sebesar 2,776, sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan dilihat dari tingkat signifikansinya variabel PDRB (X4) memiliki nilai sebesar 0,001

dibawah dari nilai signifikan sebesar 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_4 diterima, dengan demikian disimpulkan bahwa PDRB (X4) yang digunakan dalam penelitian ini berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Tulungagung.

3. Uji Signifikasi Simultan (Uji Statistik F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji F dilakukan dengan membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel} . Pedoman yang digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis yaitu :

- a. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_2 ditolak
- b. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_2 diterima.

Untuk nilai F_{tabel} pada tingkat signifikansi sebesar 0,05 dengan derajat bebas pembilang m-1 dan penyebut N-m (Sugiyono,2012:203) diperoleh hasil sebesar 5,41.

Berdasarkan uji F pada Tabel 4.6 hasil uji hipotesis didapat nilai F_{hitung} sebesar 37,228 dengan tingkat signifikan sebesar 0,002. Karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($37,228 > 5,41$), maka H_5 diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Jumlah Unit Usaha (X1), Jumlah Penduduk (X2), Inflasi (X3), dan PDRB (X4) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Tulungagung.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil uji statistik F maupun t yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa keputusan hipotesis dapat dilihat di Tabel 4.7.

Tabel 4.7 Keputusan Hipotesis

No	Hipotesis	Keputusan
1	H ₁ : Jumlah Unit Usaha, Jumlah Penduduk, Inflasi dan PDRB secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Penerimaan Pajak Reklame	H ₀ ditolak H ₁ diterima
2	H ₂ : Jumlah Unit Usaha berpengaruh secara parsial terhadap Penerimaan Pajak Reklame	H ₀ ditolak H ₂ diterima
3	H ₃ : Jumlah Penduduk berpengaruh secara parsial terhadap Penerimaan Pajak Reklame	H ₀ ditolak H ₃ diterima
4	H ₄ : Inflasi berpengaruh secara parsial terhadap Penerimaan Pajak Reklame	H ₀ ditolak H ₄ diterima
5	H ₅ : PDRB berpengaruh secara parsial terhadap Penerimaan Pajak Reklame	H ₀ ditolak H ₅ diterima

Sumber : diolah Peneliti, 2018

1. Pengaruh Jumlah Unit Usaha secara Parsial terhadap Penerimaan Pajak Reklame

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah unit usaha secara parsial (individu) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Tulungagung, yang dapat dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} -10,883$ dengan nilai signifikansi 0,000 mengindikasikan bahwa H₀ ditolak dan H₁ diterima.

Hal tersebut berarti semakin tinggi pertumbuhan jumlah unit usaha setiap tahunnya maka akan semakin menurunkan penerimaan pajak reklame di Tulungagung.

Dalam konteks yang berbeda, hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Pesik (2013) yang menyatakan bahwa jumlah unit usaha berpengaruh signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Manado. Kondisi ini dapat disebabkan karena pajak yang dipungut dari suatu unit usaha tidak hanya pajak reklame saja tetapi juga pajak daerah yang lainnya seperti Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan (BPHTB) dan lain sebagainya. Selain pajak daerah, suatu unit usaha juga berkewajiban membayar pajak pusat yang mencakup Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penghasilan (PPH). Disisi lain dapat kondisi seperti ini juga dapat disebabkan karena tidak semua produsen (usaha) tersebut memasang reklame.

Para pemilik usaha juga akan melihat faktor biaya yang akan mereka keluarkan dimana pemilik usaha akan berusaha untuk meminimumkan biaya mereka demi mencapai keuntungan maksimum, sehingga tidak semua produsen (industri/usaha) memasang reklame. Disisi lain para pemilik usaha menggunakan media online dan media cetak dalam memasarkan barang dan jasa yang mereka miliki, sehingga akan meminimalisir pembayaran pajak reklame karena penyelenggaraan reklame melalui internet, televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan, dan sejenisnya bukan merupakan objek Pajak Reklame

2. Pengaruh Jumlah Penduduk secara Parsial terhadap Penerimaan Pajak Reklame

Jumlah Penduduk secara parsial (individu) mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame. Hal tersebut dapat dilihat dengan perolehan nilai koefisien regresi variabel jumlah penduduk yang bernilai positif terhadap penerimaan pajak reklame yang dapat dibuktikan dengan nilai t_{hitung} 3,021 dengan nilai signifikansi 0,039 mengindikasikan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima. Hal ini berarti semakin tinggi pertumbuhan penduduk setiap tahunnya maka akan mempengaruhi peningkatan penerimaan pajak reklame di Kabupaten Tulungagung.

Perkembangan jumlah penduduk akan mempengaruhi penentuan titik-titik pemasangan reklame dimana para pemilik usaha akan lebih memilih titik pemasangan reklame yang padat penduduk dibandingkan pada yang jarang penduduk. Semakin banyak jumlah pemasangan reklame maka akan semakin banyak yang membayar pajak reklame. Perkembangan jumlah penduduk juga akan berpengaruh terhadap banyaknya jumlah wajib pajak guna membayar pajak. Jadi dapat dikatakan semakin meningkat jumlah penduduk sebagai subjek pajak maka akan berpengaruh dalam penerimaan Pajak Daerah, salah satunya Pajak Reklame.

Dalam konteks yang berbeda, hasil pada penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan Nurmayasari (2010) yang membuktikan bahwa jumlah penduduk berpengaruh pada penerimaan pajak reklame. Tetapi hasil pada penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri (2013) yang menyatakan bahwa jumlah penduduk tidak berpengaruh signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Purbalingga.

3. Pengaruh Inflasi secara Parsial terhadap Penerimaan Pajak Reklame

Inflasi secara parsial (individu) mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame. Hal tersebut dapat dilihat dengan perolehan nilai koefisien regresi variabel inflasi yang bernilai positif terhadap penerimaan pajak reklame, yang dapat dibuktikan dengan nilai t_{hitung} 3,283 dengan nilai signifikansi 0,030 mengindikasikan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima. Pada penelitian ini, kondisi inflasi yang terjadi di Kabupaten Tulungagung menunjukkan angka yang relatif kecil dibandingkan kota-kota besar lainnya di Jawa Timur.

Dalam konteks yang berbeda, hasil pada penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri (2013) bahwa inflasi berpengaruh secara negatif dan signifikan. Hasil penelitian ini menunjukkan ketidakstabilan tingkat inflasi mempengaruhi penerimaan pajak reklame. Semakin rendah tingkat inflasi maka akan semakin tinggi penerimaan pajak reklame, dimana harga secara umum tidak mengalami kenaikan yang cukup berarti sehingga para produsen suatu barang dan jasa dapat melakukan kegiatan promosi dengan menggunakan jasa pemasangan reklame.

4. Pengaruh PDRB secara Parsial terhadap Penerimaan Pajak Reklame

PDRB secara parsial (individu) mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame. Hal tersebut dapat dilihat dengan perolehan nilai koefisien regresi variabel PDRB yang bernilai positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame yang dapat dibuktikan dengan nilai t_{hitung} 8,581 dengan nilai signifikansi 0,001 mengindikasikan bahwa H_0 ditolak dan H_4 diterima. Hal ini berarti semakin tinggi

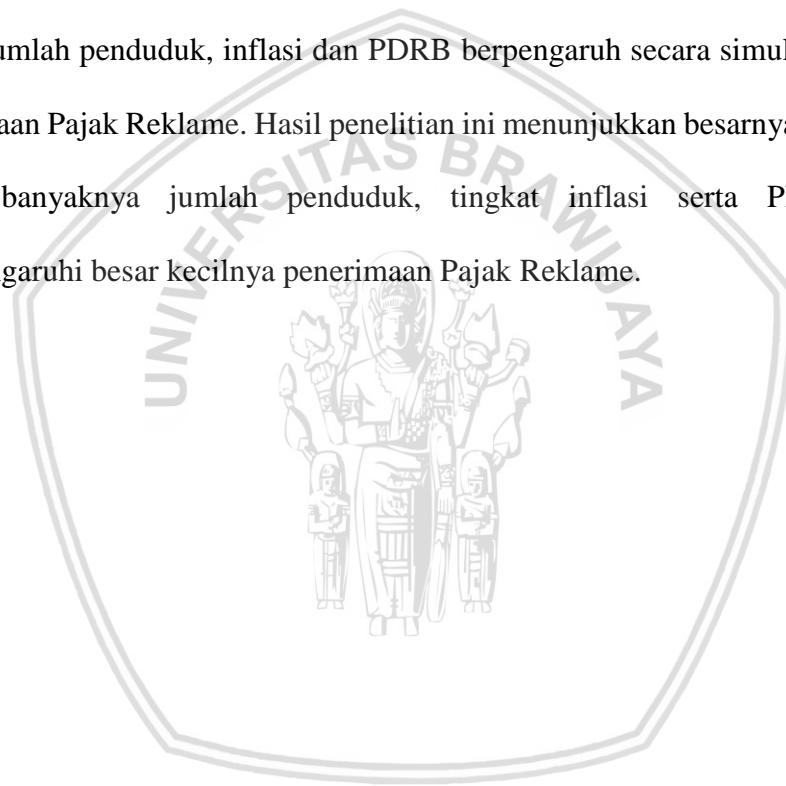
pertumbuhan PDRB setiap tahunnya maka akan meningkatkan penerimaan pajak reklame.

PDRB merupakan jumlah dan jasa akhir yang dihasilkan oleh suatu perekonomian dalam satu tahun dan dinyatakan dalam harga pasar. Salah satu faktor penting untuk mengetahui kondisi ekonomi di suatu wilayah tertentu dalam suatu periode tertentu dapat ditunjukkan oleh data PDRB daerah tersebut. PDRB harga konstan adalah salah satu indikator untuk mengukur kesejahteraan rakyat di suatu wilayah tertentu. Apabila nilai PDRB mengalami peningkatan maka akan menarik potensi pasar, sehingga produsen-produsen dari luar daerah juga akan tertarik untuk menggunakan jasa pemasangan reklame di daerah tersebut.

Dalam konteks yang berbeda, hasil pada penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Yudisyus (2013). Dalam konsep makro dapat dianalogikan bahwa semakin besar PDRB yang diperoleh maka akan semakin besar pula potensi penerimaan daerah (Saragih, 2003). Jadi dengan adanya peningkatan PDRB mengindikasikan peningkatan PAD termasuk pajak reklame karena pajak reklame merupakan salah satu dari komponen pajak daerah yang masuk dalam PAD. Berkaitan dengan penggunaan jasa pemasangan reklame, PDRB memiliki peran yang cukup positif terhadap hal tersebut. Penggunaan jasa pemasangan reklame baik yang dilakukan perorangan atau badan mengindikasikan kedalam orang-orang dengan tingkat sosial yang tinggi. Mereka memiliki kemampuan untuk membayar lebih dalam menggunakan reklame sebagai media untuk promosi terkait barang atau jasa yang mereka milik, pada akhirnya penggunaan jasa pemasangan reklame ini akan berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame.

5. Pengaruh Jumlah Unit Usaha, Jumlah Penduduk, Inflasi dan PDRB secara Simultan terhadap Penerimaan Pajak Reklame

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan jumlah unit usaha, jumlah penduduk, inflasi dan PDRB berpengaruh terhadap penerimaan Pajak Reklame. Dapat dilihat dari F hitung sebesar 37,228 dan nilai signifikansinya sebesar 0,002 yang berarti kurang dari ($<$) 0,05 menunjukkan bahwa jumlah unit usaha, jumlah penduduk, inflasi dan PDRB berpengaruh secara simultan terhadap penerimaan Pajak Reklame. Hasil penelitian ini menunjukkan besarnya jumlah unit usaha, banyaknya jumlah penduduk, tingkat inflasi serta PDRB dapat mempengaruhi besar kecilnya penerimaan Pajak Reklame.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan tujuan penulisan yang telah ditetapkan yaitu untuk mengetahui pengaruh jumlah unit usaha, jumlah penduduk, inflasi dan PDRB terhadap penerimaan pajak reklame Kabupaten Tulungagung tahun 2008-2016, beberapa kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Jumlah unit usaha berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Tulungagung. Semakin banyak jumlah unit usaha justru semakin menurunkan penerimaan pajak reklame. Hal tersebut dapat disebabkan karena tidak semua unit usaha menggunakan jasa pemasangan reklame. Disisi lain, pajak yang dipungut pada suatu usaha tidak hanya pajak reklame saja, melainkan juga ada pajak pusat yang harus dibayar.
2. Jumlah penduduk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Tulungagung. Perkembangan jumlah penduduk akan mempengaruhi penentuan titik-titik pemasangan reklame dimana para pemilik usaha akan lebih memilih titik pemasangan reklame yang padat penduduk dibandingkan pada yang jarang penduduk.
3. Inflasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Tulungagung. Inflasi yang rendah di kabupaten Tulungagung sangat berpengaruh positif terhadap penerimaan pajak

reklame. Dengan demikian, para pemilik usaha dapat memberikan porsi lebih dalam penggunaan jasa pemasangan reklame ketika besaran inflasi menunjukkan angka yang cukup kecil.

4. Hasil penelitian menunjukkan PDRB memberikan pengaruh terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Tulungagung. Semakin besar jumlah PDRB maka jumlah penerimaan pajak reklame juga semakin meningkat. Hal ini dikarenakan selain sebagai indikator pertumbuhan ekonomi, PDRB juga sebagai indikator tingkat kemakmuran. Dengan kata lain, apabila suatu daerah memiliki tingkat kemakmuran yang tinggi, maka akan menimbulkan potensi pasar dimana para pemilik usaha akan tertarik menggunakan jasa pemasangan reklame di daerah tersebut.
5. Jumlah unit usaha, jumlah penduduk, inflasi, dan PDRB berpengaruh positif dan signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap minat penerimaan pajak reklame di kabupaten Tulungagung.
6. Permasalahan reklame ilegal, pemasangan reklame yang tidak sesuai dengan tempatnya dan reklame yang telah habis masa izinnnya serta permasalahan dalam membayar pajak reklame masih menjadi faktor-faktor penghambat penerimaan pajak reklame di Kabupaten Tulungagung belum optimal.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah ditetapkan sebelumnya, terdapat beberapa saran terkait dengan penerimaan pajak reklame Kabupate Tulungagung yaitu sebagai berikut:

1. Pemerintah Kabupaten Tulungagung khususnya Badan Pendapatan Daerah setempat sebaiknya perlu mengoptimalkan aturan dan pengawasan dalam pengenaan pajak reklame, sehingga dapat mengoptimalkan potensi ekonomi untuk meningkatkan penerimaan pajak reklame. Beberapa hal yang dapat dilakukan diantaranya dengan cara, menggali sumber-sumber potensi baru yang belum dimanfaatkan seperti pengenaan pajak reklame untuk setiap acara atau *event* diadakan di Kabupaten Tulungagung, pengenaan pajak reklame untuk setiap tempat wisata dan pusat perbelanjaan, sehingga berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame.
2. Dalam meminimalisir terjadinya pemasangan reklame yang ilegal atau reklame liar perlu adanya sosialisasi kepada masyarakat terkait penyelenggaraan reklame yang dikenakan pajak paling tinggi sebesar 25% dari Nilai Sewa Reklame (NSR). NSR dihitung berdasarkan penjumlahan Nilai Jual Objek Pajak Reklame (NJOPR) dan Nilai Strategis Reklame (NSTR) sesuai dengan Undang-Undang dan Peraturan Daerah (Perda) yang berlaku.
3. Penelitian selanjutnya dapat memperluas ruang lingkup penelitian atau mencoba daerah lain, menambah jumlah sampel atau memakai teknik analisis yang berbeda sehingga dapat menghasilkan temuan yang memberikan gambaran lebih spesifik dan bermanfaat.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk melakukan kajian di bidang yang sama dengan menambah variabel bebas lainnya sehingga diharapkan dapat memberikan hasil penelitian yang lebih baik, spesifik dan lengkap.

DAFTAR PUSTAKA

Buku, Jurnal dan Skripsi

- Ahmad, Jamaluddin. 2015. *Metode Penelitian Administrasi Publik Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta : Gava Media.
- Anggoro, Damas Dwi. 2017. *Pajak Daerah Dan dan Retribusi Daerah*. Malang : UB Press.
- Badan Pendapatan Daerah. Kabupaten Tulungagung. *Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Tulungagung Tahun 2016*.
- Badan Pendapatan Daerah. Kabupaten Tulungagung. *Laporan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Tahun 2008-2016*.
- Badan Pendapatan Daerah. Kabupaten Tulungagung. *Rekapitulasi Wajib Pajak Daerah Kabupaten Tulungagung tahun 2014-2016*.
- Darwin. 2010. *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. Edisi Pertama. Jakarta:Penerbit Mitra Wacana Media.
- Domai, Thahjanulin. (Ed). 2011. *Desentralisasi: Paradigma Baru dalam Pemerintahan Lokal dan Hubungan antar Pemerintah Daerah*. Malang : UB Press.
- Dumairy, 1996. *Perekonomian Indonesia*. Jakarta: Erlangga
- Fatah, Adhita Abdul, Suhadak dan Kadarisman, Hidayat. 2015. Pengaruh Jumlah Penduduk dan Jumlah Industri Terhadap Penerimaan Pajak Reklame dan Efeknya pada Penerimaan Pajak Daerah (Studi Pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang Periode tahun 2000-2013). *Jurnal Administrasi Bisnis-Perpajakan (JAB)*; Vol. 5 No.1
- Firdaus, Muhammad. 2011. *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif*. Jakarta : Bumi Aksara
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar. 2012. *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Jakarta: Erlangga.
- Hakim, Lukman. 2012. *Filosofi Kewenangan Organ dan Lembaga Daerah*. Malang : Setara Press (Kelompok Penerbit Intrans).
- Halim, Abdul. 2004. *Akuntansi keuangan daerah, Edisi Revisi*. Jakarta : Salemba Empat.

- Halim, Abdul. 2007. *Akuntansi Sektor Publik Akuntansi keuangan daerah, Edisi Revisi*. Jakarta : Salemba Empat.
- Kabupaten Tulungagung. Peraturan Daerah Kabupaten Tulungagung Nomor 17 Tahun 2016 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
- Kabupaten Tulungagung. Peraturan Bupati Tulungagung Nomor 39 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Reklame
- Kurniawan, Panca dan Purwanto, Agus. 2004. *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah di Indonesia*. Malang : Bayumedia Publishing.
- Mahmudi. 2010. *Manajemen Keuangan Daerah*. Jakarta : Erlangga.
- Mangkoesoebroto, Guritno. 2010. *Ekonomi Publik, Edisi-III, BPFE*. Yogyakarta
- Mankiw N, Gregory. 2006. Makro Ekonomi, Terjemahan Fitria Liza, Imam Nurmawan, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Nurman. 2015. *Strategi Pembangunan Daerah*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Nurmayasari, Dini. 2010. Analisis Penerimaan Pajak Reklame Kota Semarang. Skripsi
- Pesik, Vera Pransisca. 2013. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame di Kota Manado. *Jurnal EMBA*; Vol. 1 No.3
- Purwanto, Erwan Agus dan Sulistyastuti, Dyah Ratih. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : Penerbit Gava Media.
- Putri, Phany Ineke. 2013. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak. *Journal of Economic and Policy (JEJAK)*; Vol.6 No.3
- Rahardja, Pratama dan Manurung, Mandala. 2008. *Teori Ekonomi Makro. Edisi Keempat* : Lembaga Penerbit FE UI
- Sanusi, Anwar. 2016. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta :Salemba Empat.
- Siahaan, Marihot Pahala. 2016. *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah Edisi Revisi Cetakan 4*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Siregar, Syofian. 2014. *Statistik Parametrik untuk Penelitain Kuantitatif Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Suhadak dan Nugroho, Trilaksono. 2007. *Paradigma Baru Pengelolaan Keuangan Daerah dalam Penyusunan APBD di Era Otonomi*. Malang : Bayumedia Publishing.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Penerbit Alfabeta.

- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung : CV Alfabeta.
- Sukirno, Sadono. 2013. *Mikroekonomi Teori Pengantar. Edisi Ketiga*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Wijaya, Tony. 2013. *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Yudisyus, Oppisen. 2013. Penerimaan Pajak Reklame dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*; Vol. 14 No. 2
- Yusuf, Muri. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta : Prenadamedia Group.

Website

- Badan Pusat Statistik. Indonesia. Konsep Produk Domestik Regional Bruto. Diakses pada Mei 2018 dari <https://www.bps.go.id/>
- Badan Pusat Statistik. Indonesia. Konsep Kependudukan. Diakses pada Mei 2018 dari <https://www.bps.go.id/>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung. Kabupaten Tulungagung Dalam Angka. Diakses pada Mei 2018 dari <https://tulungagungkab.bps.go.id/>
- Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah Kabupaten Tulungagung. “*Potensi Daerah Kabupaten Tulungagung*”. Diakses pada 11 Februari 2018 dari <http://bappeda.stock-bill.com>
- Erlansyah, Debyawan Dewantara. “*Satpol PP Tulungagung Bongkar Paksa Reklame Bodong*”. Diakses pada 28 Desember 2017 dari <http://m.jatimtimes.com>
- Kabupaten Tulungagung. Profil Kabupaten Tulungagung. Diakses pada Agustus 2018 dari tulungagung.go.id
- Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan. Diakses pada 27 Januari 2018 dari www.kemenkeu.go.id/sites/default/files/UU-KPU%Mobile.pdf
- Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Diakses 27 Januari 2018 <http://www.djpk.depkeu.go.id/attach/post-no-28>

Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintah Daerah. Diakses pada 27 Januari 2018 dari <http://jdih.jatimprov.go.id/>

Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1985 Tentang Perindustrian. Diakses pada 25 Agustus 2018 dari <https://www.bphn.go.id/>



Lampiran 1

Data Tabulasi Penelitian

Tahun	Jumlah Unit Usaha	Jumlah Penduduk	Inflasi	PDRB	Penerimaan Pajak Reklame
2008	7 413 unit	1 025 034 orang	9,85%	Rp 13 130 458,76	Rp 433 035 681,00
2009	7 413 unit	1 030 926 orang	4,64%	Rp 14 679 336,94	Rp 546 077 655,00
2010	7 443 unit	1 037 369 orang	6,25%	Rp 16 776 319,14	Rp 804 368 584,50
2011	7 496 unit	1 043 385 orang	3,6%	Rp 17 845 220,98	Rp 873 024 605,33
2012	7 556 unit	1 004 711 orang	4,63%	Rp 18 999 034,89	Rp 821 232 214,15
2013	8 338 unit	1 009 411 orang	8,05%	Rp 20 144 379,54	Rp 961 809 323,00
2014	8 522 unit	1 015 974 orang	7,29%	Rp 21 242 071,93	Rp 941 397 787,00
2015	8 546 unit	1 021 190 orang	1,46%	Rp 22 326 624,63	Rp 976 119 479,00
2016	8 729 unit	1 026 101 orang	1,65%	Rp 23 446 436,56	Rp 973 791 846,00

Lampiran 2

ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
USH	9	7413.00	8729.00	7939.5556	573.79681
PDDK	9	1004711.00	1043385.00	1023789.0000	12573.67164
INFL	9	36.00	985.00	490.8889	326.16539
PDRB	9	1313045876.00	2344643656.00	1873220926.3333	346277037.57938
RKLM	9	433035681.00	8730246053.00	3313165090.1111	3771021982.23650
Valid N (listwise)	9				

ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

a. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1107888686356 75870000.000	4	2769721715891 8967000.000	37.228	.002 ^b
	Residual	2975985688411 327000.000		4		
	Total	1137648543240 87200000.000	8			

a. Dependent Variable: RKLM

b. Predictors: (Constant), PDRB, PDDK, INFL, USH



b. Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-30030588170.239	37874890819.072		-.793	.472
USH	-16872846.791	1550425.240	-.2567	-10.883	.000
PDDK	110028.965	36422.026	.367	3.021	.039
INFL	5852005.553	1782755.706	.506	3.283	.030
PDRB	27.646	3.222	.2539	8.581	.001

a. Dependent Variable: RKLM

$$RKLM = -30030588170.239 - 16872846.791USH + 110028.965PDDK + 5852005.553INFL + 27.646PDRB$$

Interpretasi :

1. Setiap kenaikan satu satuan jumlah unit usaha akan menurunkan penerimaan pajak reklame sebesar -16872846.791 satuan.
2. Setiap kenaikan satu kesatuan jumlah penduduk akan meningkatkan penerimaan pajak reklame sebesar 110028.965 satuan.
3. Setiap kenaikan satu kesatuan inflasi akan meningkatkan penerimaan pajak reklame sebesar 5852005.553 satuan.
4. Setiap kenaikan satu kesatuan PDRB akan meningkatkan penerimaan pajak reklame sebesar 27.646 satuan.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.987 ^a	.974	.948	862552272.09882

a. Predictors: (Constant), PDRB, PDDK, INFL, USH

UJI ASUMSI KLASIK

a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		9
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000102
	Std. Deviation	609916560.72895180
Most Extreme Differences	Absolute	.135
	Positive	.111
	Negative	-.135
Test Statistic		.135
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

b. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	VIF
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	
1	(Constant)	-30030588170.239	37874890819.072		-.793	.472		
	Usaha	-16872846.791	1550425.240	-.2567	10.883	.000	.177	5.660
	Penduduk	110028.965	36422.026	.367	3.021	.039	.463	2.160
	Inflasi	5852005.553	1782755.706	.506	3.283	.030	.318	3.148
	PDRB	27.646	3.222	2.539	8.581	.001	.110	9.126

Nilai VIF < 10 sehingga asumsi non multikolinearitas terpenuhi

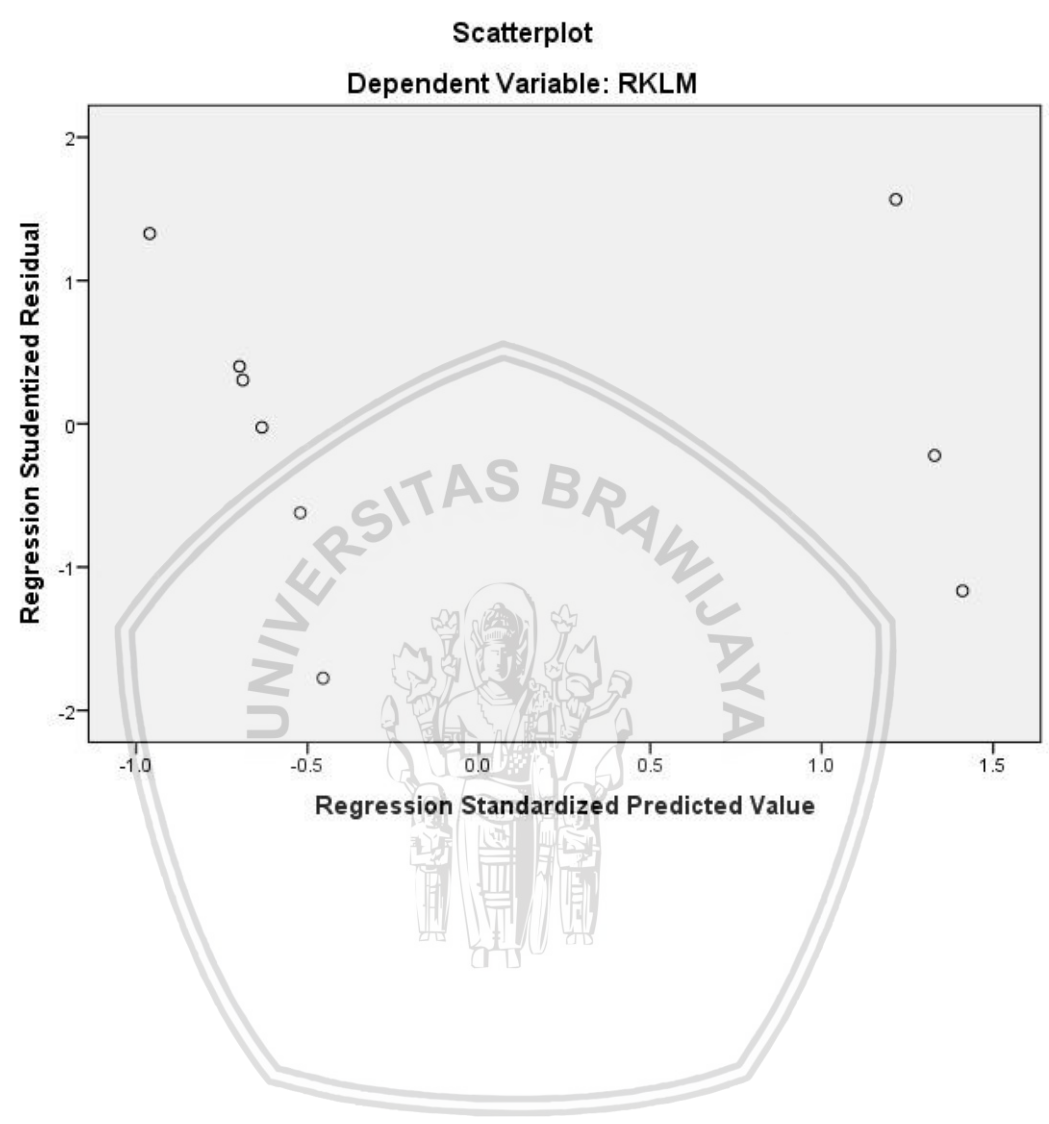
c. Uji Autokorelasi

Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-16651098.98029
Cases < Test Value	4
Cases >= Test Value	5
Total Cases	9
Number of Runs	6
Z	.040
Asymp. Sig. (2-tailed)	.968

a. Median

d. Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 3

Curriculum Vitae

BIODATA DIRI

Nama Lengkap : Sella Rindha Agustina
 Nomor Induk Mahasiswa : 145030407111045
 Tempat, Tanggal Lahir : Malang, 17 Agustus 1996
 Alamat : Ds. Sidoasri RT 31 RW 04
 Kec. Sumbermanjing wetan
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Agama : Kristen
 Email : sellarindhaagustina@gmail.com



RIWAYAT PENDIDIKAN

Pendidikan Formal

1. Tahun 2008 Lulus dari SDN Tambakasri 5
2. Tahun 2011 Lulus dari SMP Negeri 16 Malang
3. Tahun 2014 Lulus dari SMA Negeri 9 Malang

PENGALAMAN ORGANISASI

1. Tahun 2016 – Bendahara Umum II Administratio Choir FIA UB
2. Tahun 2017 – Koordinator Divisi Inventaris Partitur Administratio Choir FIA UB

PENGALAMAN KEPANITIAAN

1. Ketua Divisi Wardrobe Pre Competition Concert Administratio Choir Goes To LPS UA 2016
2. Staff Divisi Perlengkapan Musical Concert “SHERINA” 2016

PENGALAMAN MAGANG

Kantor Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tulungagung (17 Juli 2017 – 15 September 2017)