

## **Pengaruh Industri Besar, Nilai Investasi Besar, PDRB Sektor Industri dan Perdagangan Terhadap Penerimaan Pajak Reklame di Kota Jambi Tahun 2011-2020**

**Fathiyah, Ira Febrianti**

BPSDM Provinsi Jambi/Universitas Batanghari

Correspondence email: Fathiyahzaky74@gmail.com, Ira.febrianti@unbari.ac.id

**Abstract.** *This research aims to find out how much influence Large Industry, Large Industrial Investment Value and PDRB Sector (Industry and Trade) on Billboard Tax Revenue in Jambi City 2011-2020 both partially and simultaneously. The statistical method used is a double linear regression analysis including Test F and Test t. Ols double linear regression research results show that partially Large Industries, Large Industrial Investment Values and Sector PDRB (Industry and Trade) have a significant effect on Billboard Tax Revenue in Jambi City. While simultaneously showing that the influence of Large Industries, Large Industrial Investment Value and PDRB Sector (Industry and Trade) affects the Receipt of Billboard Tax in Jambi City together. The Independent Variable coefficient of determination affects dependent variables by 97.94% while the remaining 2.06% is influenced by other factors not described in the study.*

**Keywords:** *Large Industry, Large Industrial Investment Value, Sector PDRB (Industry and Trade) and Billboard Tax Revenue.*

### **Pendahuluan**

Sebagai salah satu sumber penerimaan dan sebagai komponen pembentuk Pendapatan Asli Daerah (PAD), penerimaan pajak daerah di Kota Jambi secara keseluruhan mengalami peningkatan dan tahun ke tahun. Hal ini tercermin dalam angka target dan realisasi penerimaan pajak daerah selama 5 tahun terakhir yaitu dari tahun 2011 sampai pada tahun 2015 selalu meningkat dilihat dari aspek targetnya namun pada aspek realisasinya mengalami fluktuasinya artinya ada banyak faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak di Kota Jambi salah satunya karena kurangnya kesadaran wajib pajak untuk membayar wajib dan terjadinya penambahan jumlah pajak yang dibayar seperti pada tahun 2010 Pajak daerah khususnya Kota Jambi. Berkembangnya perekonomian akan mendorong tumbuhnya perusahaan-perusahaan swasta yang telah mulai mengembangkan usahanya dengan menyediakan jasa-jasa pelayanan kepada masyarakat umum. Walaupun perusahaan-perusahaan swasta ini ikut memberi sumbangan kepada penerimaan daerah. Pertumbuhan jumlah usaha-usaha baru, merupakan pertumbuhan objek-objek pajak baru bagi daerah.

Kota Jambi merupakan Ibukota dari Provinsi Jambi dengan begitu Kota Jambi menjadi pusat pembangunan di Provinsi Jambi. Dengan perkembangan tersebut, banyak investor atau pengusaha yang tertarik untuk menanamkan modal sehingga semakin banyak usaha-usaha atau perindustrian yang ada di Kota Jambi. secara tidak langsung hal ini berakibat pada penerimaan pajak reklame, karena semakin banyak jumlah usaha, atau jumlah industri maka semakin banyak juga konsumen yang menggunakan jasa reklame. Jumlah Perusahaan berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame sehingga perusahaan dapat berkembang mempromosikan produknya baik itu usaha kecil, menengah, maupun besar yang ada di Kota Jambi. Bertambahnya jumlah Perusahaan yang memasang reklame meningkatkan objek pajak, sehingga penerimaan daerah juga meningkat. Terdapat beberapa permasalahan terkait dengan potensi dan realisasi pajak reklame di Kota Jambi terutama dalam permasalahan penerimaan realisasi pajak reklame yang terus menurun. Selain itu Kota Jambi yang secara geografis merupakan ibu Kota Provinsi dimana pusat perdagangan dan industri berkembang seyogyanya dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan penerimaan pajak reklame namun pada kenyataannya masih belum dimanfaatkan dengan baik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis potensi dan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame di Kota Jambi.

### *Tinjauan Pustaka* **Industri Besar**

Jumlah industri adalah jumlah unit usaha industri besar. Jumlah industri merupakan salah satu faktor positif pemicu pertumbuhan ekonomi ketika jumlah industri meningkat tentu untuk bisa memasarkan produk tersebut di tengah masyarakat perlu menggunakan media reklame untuk memperkenalkannya. Menurut Sutrisno (2002) jumlah industri berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame. Penilaian tersebut sesuai dengan penilaian yang dilakukan Devas, dkk (1989), bahwa sebagian besar pemerintah daerah tingkat II (sekarang Kabupaten/Kota) menarik pajak atas benda papan reklame di daerah. Pajak ini cocok untuk sumber penerimaan daerah, karena tempat objek pajak dapat mudah diketahui. Jumlah industri yang menggunakan jasa pemasangan reklame juga berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame. Hal ini disebabkan apabila suatu industri yang ingin memasarkan produknya dapat

menggunakan atau memasang reklame agar dapat diketahui oleh masyarakat. Hal tersebut dapat menambah jumlah penerimaan pajak itu sendiri. Bertambahnya jumlah industri yang memasang reklame mengakibatkan obyek pajak bertambah luas, sehingga penerimaan daerah pun meningkat (Syuhada Sofian, 1997).

#### *Nilai Investasi Industri Besar*

Investasi adalah kegiatan menempatkan modal berupa uang atau aset berharga ke dalam suatu lembaga, atau pihak dengan tujuan pemodal atau investor akan mendapatkan keuntungan dalam waktu tertentu. Karena harapan mendapatkan keuntungan di kemudian hari inilah investasi disebut juga sebagai penanaman modal. Umumnya, dana atau aset yang ditanamkan oleh seorang investor akan dikembangkan oleh badan atau pihak yang mengelola. Keuntungan dari hasil pengembangan tersebut nantinya akan dibagikan kepada investor sebagai imbal balik sesuai dengan ketentuan antara kedua pihak, sedangkan nilai investasi industri besar adalah nilai atau nominal yang didapat dari hasil penerimaan industri besar setiap tahunnya.

#### *PDRB Sektor Industri Dan Perdagangan*

Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) merupakan jumlah dan jasa akhir yang dihasilkan oleh suatu perekonomian dalam satu tahun dan dinyatakan dalam harga pasar. Baik PDB atau PDRB merupakan ukuran yang global sifatnya, dan bukan merupakan alat ukur pertumbuhan ekonomi yang tepat, karena belum dapat mencerminkan kesejahteraan penduduk yang sesungguhnya, padahal sesungguhnya kesejahteraan harus dinikmati oleh setiap penduduk di Negara atau daerah yang bersangkutan. Produk domestik regional bruto perkapita pada skala daerah dapat digunakan sebagai pengukur pertumbuhan ekonomi yang lebih baik karena lebih tepat mencerminkan kesejahteraan penduduk suatu Negara daripada nilai PDB atau PDRB saja. Produk domestik bruto perkapita baik di tingkat nasional maupun di daerah adalah jumlah PDB nasional atau PDRB suatu daerah dibagi dengan jumlah penduduk di Negara maupun di daerah yang bersangkutan. atau dapat disebut juga sebagai PDB atau PDRB rata-rata. Besar kecilnya penerimaan pajak sangat menentukan peningkatan PDRB. (Musgrave, 1993).

#### *Pajak Reklame*

Pajak reklame adalah konsekuensi wajib pajak yang dikenakan kepada individu atau badan usaha atas penyelenggaraan reklame. Wajib pajak penyelenggaraan reklame telah diatur dalam Undang-Undang No. 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Menurut kamus umum Bahasa Indonesia reklame adalah pemberitahuan kepada umum tentang barang dagangan, dengan pujian atau gambar dan sebagainya, dengan tujuan agar dagangan tersebut lebih laku. Pengertian reklame menurut Peraturan Daerah Nomor 14 Tahun 2008 tentang Tata Cara Perizinan Reklame menyatakan bahwa, reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa atau orang, ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau dapat dilihat, dibaca, dan/atau didengar dari suatu tempat oleh umum kecuali yang dilakukan oleh pemerintahan. Dari pengertian reklame diatas, maka definisi izin reklame secara sederhana adalah izin yang dikeluarkan pemerintah daerah untuk penyelenggaraan reklame. MARIHOT (2005).

#### *Hubungan Antara Industri Besar dengan Pajak Reklame*

Jumlah industri adalah jumlah seluruh industri kecil dan industri besar yang mana industri merupakan salah satu faktor positif pemicu pertumbuhan ekonomi ketika jumlah industri mulai meningkat tentu perusahaan tersebut perlu memasarkan produk tersebut di tengah masyarakat dengan menggunakan media reklame untuk memperkenalkannya. Menurut Sutrisno (2002) jumlah industri berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame. Penilaian tersebut sesuai dengan penilaian yang dilakukan oleh Devas, dkk (1989), bahwa sebagian besar pemerintah daerah tingkat II (sekarang Kabupaten/Kota) menarik pajak atas benda papan reklame di daerah. Karena pajak reklame ini cocok untuk sumber penerimaan daerah, karena tempat objek pajak dapat mudah diketahui. Jumlah industri yang menggunakan jasa pemasangan reklame juga berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame. Hal ini disebabkan apabila suatu industri yang ingin memasarkan produknya dapat menggunakan atau memasang reklame agar dapat diketahui oleh masyarakat. Hal tersebut dapat menambah jumlah penerimaan pajak itu sendiri. Bertambahnya jumlah industri yang memasang reklame mengakibatkan obyek pajak bertambah luas, sehingga penerimaan daerah pun meningkat (Syuhada Sofian, 1997).

#### *Hubungan Antara Nilai Investasi Industri Besar Dengan Pajak Reklame*

Investasi adalah pengeluaran yang ditambahkan kepada komponen barang-barang modal. Harorld dan Dommar memberikan peranan kunci kepada investasi terhadap peranannya dalam proses pertumbuhan ekonomi khususnya mengenai watak ganda yang dimiliki investasi, ketika nilai investasi industri meningkat tentu akan membuat jumlah

produksi suatu barang semakin meningkat, tentu produksi yang meningkat perlu memasarkan juga hasil produk tersebut agar dikenal dan diminati masyarakat banyak, salah satu caranya dengan memasarkan produk tersebut melalui media papan reklame hal ini tentu berdampak positif terhadap pendapatan pajak daerah terkhusus pajak reklame itu sendiri.

#### *Hubungan Antara PDRB (Sektor Indutri & Perdagangan) Dengan Pajak Reklame*

PDRB merupakan jumlah nilai tambah yang dihasilkan oleh seluruh usaha dalam suatu wilayah, atau merupakan jumlah seluruh nilai barang dan jasa akhir yang dihasilkan oleh BPS terhadap suatu daerah. Salah satu faktor penting untuk mengetahui kondisi ekonomi di suatu wilayah tertentu dalam suatu periode tertentu dapat ditunjukkan oleh data PDRB daerah tersebut. Sedangkan PDRB harga berlaku adalah salah satu indikator untuk mengukur kesejahteraan rakyat di suatu wilayah tertentu. Karena pajak reklame merupakan salah satu dari pajak daerah maka akan semakin tinggi PDRB (sektor industri dan perdagangan) maka semakin tinggi penerimaan Pajak Daerah pada umumnya karena berkaitan dengan penggunaan jasa Pajak Reklame pada khususnya adalah mempromosikan usaha industri maupun perdagangan.

#### **Metode**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis data sekunder. Metode analisis data sekunder adalah suatu metode dalam menganalisis suatu permasalahan atau fenomena dalam ekonomi dengan menggunakan data yang telah dikumpulkan, diolah, disajikan dan dilaporkan oleh pihak lain (Nazir, 2001). Metode pengumpulan data sekunder sering disebut dengan penggunaan bahan dokumen. Karena dalam hal ini peneliti tidak langsung melakukan penelitian sendiri tetapi meneliti dan memanfaatkan data yang telah dihasilkan oleh pihak lain Sugiyono (2009). Hasil analisis regresi linier berganda dengan menggunakan metode OLS, dapat ditarik suatu model persamaan untuk pengaruh jumlah industri besar, nilai investasi (industri kecil dan industri besar) dan PDRB (Sektor industri dan perdagangan) terhadap pajak reklame. Model estimasi persamaannya adalah sebagai berikut :

$$\text{LogPRK} = a + \text{LogINB} + \text{LogINV} + \text{LogPDRBIP}$$

#### *Uji Normalitas*

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui bahwa apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependent, variabel independent atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah berdistribusi data normal atau mendekati normal. Untuk mendeteksi apakah data terdistribusi normal atau tidak di dalam model penelitian menggunakan metode J-B Test. Keputusan terdistribusi normal tidaknya residual secara sederhana dengan membandingkan nilai Probabilitas JB (Jarque-Bera) hitung dengan tingkat alpha 0,05 (5%). Apabila Prob. JB hitung lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa residual terdistribusi normal dan sebaliknya, apabila nilainya lebih kecil maka tidak cukup bukti untuk menyatakan bahwa residual terdistribusi normal.

#### *Uji Multikolinearitas*

Uji multikolinieritas dimaksudkan untuk menguji apakah pada model regresi ditentukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi antara variabel independen, maka model tersebut terdapat problem multikolinieritas. Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi diantara variabel independent

#### *Uji Heterokedastisitas*

Uji heteroskedastisitas dimaksudkan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Jika varians berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat menggunakan uji Breusch Pagan Godfrey. Keputusan terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas pada model regresi linier adalah dengan melihat Nilai Prob. F-statistic (F hitung). Apabila nilai Prob. F hitung lebih besar dari tingkat alpha 0,05 (5%) artinya tidak terjadi heteroskedastisitas, sedangkan apabila nilai Prob. F hitung lebih kecil dari tingkat alpha 0,05 (5%) maka terjadi heteroskedastisitas.

#### *Uji Autokorelasi*

Uji autokorelasi dimaksudkan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linear ada korelasi antar kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi bisa menggunakan metode Breusch-Godfrey atau LM (Lagrange Multiplier) Test. Indikator autokorelasi dapat dilihat pada nilai Probabilita Chi-

Square dan membandingkannya dengan nilai signifikansi ( $\alpha$ ) 5%. Data dikatakan terbebas dari autokorelasi apabila nilai Probabilita Chi-Square lebih besar dari nilai signifikansi ( $\alpha$ ) 5%. Hasil

**Hasil**

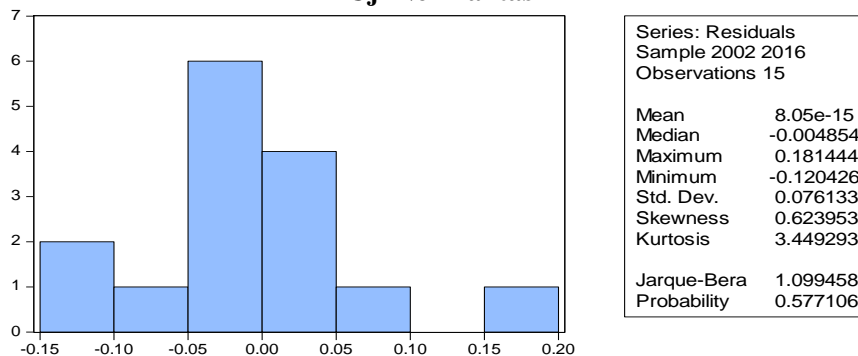
**Tabel 1**  
**Hasil Penelitian Regresi Linear Berganda (OLS)**

Variabel	Koefisien	t-stat	Propabilita
Konstanta	56.83013	6.662647	0.0000
LOG(INB)	2.761882	8.734647	0.0000
LOG(INV)	4.481950	4.362761	0.0011
LOG(PDRBIP)	1.621213	3.331675	0.0067
R <sup>2</sup>			0.979412
Adj R <sup>2</sup>			0.973797
F-Stat			174.4288
F-Prob			0.000000

Sumber : Data olahan

Hasil penelitian diperoleh persamaan regresi linear berganda model logaritma sebagai berikut :  
 $\text{LogPRK} = 56.83013 + 2.761882\text{LogINB} + 4.481950\text{LogINV} + 1.621213\text{LogPDRBIP}$

**Tabel 2**  
**Uji Normalitas**



Sumber : Data olahan

Berdasarkan hasil pengolahan dapat dilihat nilai Prob. JB hitung sebesar 1,099458 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa residual terdistribusi normal.

**Tabel 3**  
**Uji Multikolinieritas**

	INB	INV	PDRBIP
INB	1.000000	0.786129	0.738794
INV	0.779783	1.000000	0.764307
PDRBIP	0.794624	0.754309	1.000000

Sumber : Data olahan

Tabel 3 dapat dilihat bahwa nilai R<sup>2</sup> pada tabel di atas kurang dari 0,8. nilai R<sup>2</sup> terbesar adalah sebesar 0,794624 dan terkecil hanya sebesar 0.738794. berarti nilai R<sup>2</sup><0,8 yang artinya tidak terkena multikolinieritas dari variabel independen.

**Tabel 4**  
**Uji Heterokedasitas**

F-statistic	2.756960	Prob. F(3,11)	0.0927
Obs*R-squared	6.437858	Prob. Chi-Square(3)	0.0921
Scaled explained SS	4.239894	Prob. Chi-Square(3)	0.2367

Sumber : Data olahan

Berdasarkan hasil menunjukkan bahwa Prob. F (3,11) sebesar  $0,0927 > 0,05$  sehingga, dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

**Tabel 5**  
**Uji Autokorelasi**

F-statistic	1.428001	Prob. F(2,9)	0.2893
Obs*R-squared	3.613363	Prob. Chi-Square(2)	0.1642

Sumber : Data olahan

Berdasarkan Tabel 5 hasil menunjukkan bahwa Prob. Chi-Square  $0.1642 > 0,05$ . Maka residual model ini terbebas dari autokorelasi sehingga bisa dikatakan memenuhi asumsi non autokorelasi.

**Tabel 6**  
**Hasil Uji F**

Variabel	Koefisien	t-stat	Propabilita
Konstanta	56.83013	6.662647	0.0000
LOG(INB)	2.761882	8.734647	0.0000
LOG(INV)	4.481950	4.362761	0.0011
LOG(PDRBIP)	1.621213	3.331675	0.0067
R <sup>2</sup>			0.979412
Adj R <sup>2</sup>			0.973797
F-Stat			174.4288
F-Prob			0.000000

Sumber : Data olahan

Berdasarkan hasil regresi diketahui atau diperoleh nilai F-Prob sebesar 0,0000 dan dengan tingkat keyakinan 95% ( $\alpha = 5\%$ ) maka  $0,0000 < 0,05$ . Hal ini dapat diartikan bahwa variabel bebas Industri Besar, Investasi Industri besar dan PDRB (Sektor Industri dan Perdagangan) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Penerimaan Pajak Reklame) di Kota Jambi selama periode 2002-2016.

**Tabel 7**  
**Hasil Pengujian t-Statistik**

Variabel	Probabilita	H <sub>0</sub>	Keterangan
LOG(INB)	0.0000	Ditolak	Signifikan pada $\alpha$ 5%
LOG(INV)	0.0011	Ditolak	Signifikan pada $\alpha$ 5%
LOG(PDRBIP)	0.0067	Ditolak	Signifikan pada $\alpha$ 5%

Sumber : Data olahan

Hasil perhitungan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa jumlah industri besar, nilai investasi industri besar dan PDRB (sektor industri dan perdagangan) secara sendiri-sendiri memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Jambi.

**Tabel 8**  
**Koefisien Determinan**

Variabel	Koefisien	t-stat	Propabilita
Konstanta	56.83013	6.662647	0.0000
LOG(INB)	2.761882	8.734647	0.0000
LOG(INV)	4.481950	4.362761	0.0011
LOG(PDRBIP)	1.621213	3.331675	0.0067
R <sup>2</sup>			0.979412
Adj R <sup>2</sup>			0.973797
F-Stat			174.4288
F-Prob			0.000000

Sumber : Data olahan

Pada hasil perhitungan statistik diperoleh besarnya koefisien determinan (R<sup>2</sup>) adalah 0,9794 atau 97,94 persen ini artinya bahwa nilai R<sup>2</sup> (kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat) pada seluruh variabel independen/bebas yaitu jumlah industri besar, nilai investasi (industri besar dan industri kecil) dan PDRB (sektor industri dan perdagangan) terhadap variabel terikat (variabel dependen) yaitu penerimaan pajak reklame di Kota Jambi

adalah sebesar 97,94 persen sedangkan sisanya 2,06 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

### **Simpulan**

Berdasarkan pembahasan pada bab-bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan bahwa ada pengaruh dari analisis yang telah dilakukan pada derajat (tingkat keyakinan) 90 persen jumlah industri besar, nilai investasi industri besar dan PDRB (sektor industri dan perdagangan) berpengaruh positif signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Jambi baik secara simultan ataupun parsial.

### **Daftar Pustaka**

- Devas, Nick, 1989, *Keuangan Pemerintah Daerah di Indonesia*, UI, Press, Jakarta
- Marihot. 2005. *Pajak Daerah, Retribusi Daerah*, Jakarta. Pantiolon Lestari Raya Grafindo.
- Musgrave, 1993. *Keuangan Negara Dalam Teori dan Praktek*, edisi V ,Erlangga, Jakarta.
- Nazir, M., 2001, *Metode Penelitian*, Jakarta; Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Syuhada Sofian, 1997, *Prospek dan Alternatif "Action Plan" Perpajakan Reklame dalam Mendongkrak Pendapatan Asli Daerah Studi Kasus Kodya Semarang*, Gema Stikubank, Semarang.
- Sutrisno P.H, 2002, *Dasar-Dasar Kebijakan Ekonomi dan Kebijakan Fiskal*, BPFE, Yogyakarta.
- Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*.