



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah di Daerah Istimewa Yogyakarta
Faisal Frahmansyah, Lutfi Muta'ali, S.Si., M.T.
Universitas Gadjah Mada, 2006 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

KONTRIBUSI PAJAK REKLAME TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Oleh

Faisal Frahmansyah

No. Mhs. 01 / 150507 / GE / 05093

INTISARI

Penelitian ini mengambil judul Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah di Daerah Istimewa Yogyakarta yang bertujuan untuk (1) mengetahui variasi sumber penerimaan pajak reklame, (1) menganalisa dinamika penerimaan pajak reklame tahun 1994 -2003, (3) menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame dan (4) menganalisa kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah pada masing-masing kabupaten/kota.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data data sekunder dengan metode *pooled time series*. Unit analisis yang diambil dalam penelitian ini adalah kabupaten. Analisis faktor pengaruh dilakukan dengan menggunakan statistik regresi dengan menggunakan variabel dummy. Dalam operasionalisasinya kabupaten semua kabupaten dijadikan variabel dummy dengan Kota Yogyakarta dipakai menjadi acuan. Variabel yang dipakai sebagai variabel terpengaruh adalah penerimaan pajak reklame, sementara variabel pengaruhnya adalah kepadatan penduduk, pertumbuhan ekonomi, pendapatan perkapita dan PDRB sektor perdagangan dan jasa. Pengukuran kontribusi pajak reklame masing-masing kabupaten dengan membandingkan penerimaan pajak reklame dengan pendapatan asli daerah yang didapat kemudian terlihat tingkat pertumbuhan kontribusi masing – masing kabupaten.

Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat variasi sumber penerimaan pajak reklame dari masing-masing kabupaten baik itu dari segi nominal maupun jenis reklame yang ada pada masing – masing kabupaten. Selain itu juga terlihat adanya trend penerimaan pajak reklame yang cenderung mengalami peningkatan dari tahun 1994 – 2003. Dari keempat faktor tersebut hanya faktor PDRB sektor perdagangan dan jasa yang dianggap berpengaruh secara nyata terhadap penerimaan pajak reklame dengan derajat kepercayaan lebih dari 95 %. Untuk tingkat pertumbuhan kontribusi pajak reklame yang paling besar adalah Kabupaten Sleman dengan nilai 38,69 % sedang yang paling kecil adalah Kabupaten Gunungkidul dengan nilai -18,31 %. Penelitian ini merekomendasikan kebijakan untuk melakukan identifikasi obyek pajak reklame dan memperbaharui harga titik lokasi reklame sebagai jalan untuk peningkatan pajak reklame.

Kata kunci : kontribusi, pajak, pajak reklame, reklame



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah di Daerah Istimewa Yogyakarta
Faisal Frahmansyah, Lutfi Muta'ali, S.Si., M.T.
Universitas Gadjah Mada, 2006 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

CONTRIBUTION OF ADVERTISEMENT TAXES TO REGIONAL INCOME IN YOGYAKARTA SPECIAL PROVINCE

by

Faisal Frahmansyah

No. Mhs. 01 / 150507 / GE / 05093

ABSTRACT

The research titled contribution of advertisement taxes to regional income in Yogyakarta Special Province aims (1) to know variation of source of advertisement taxes income (2) to analyze dynamic of advertisement income between 1994-2003 (3) to analyze determine factor of advertisement taxes income and (4) to analyze contribution of advertisement taxes to regional income in each districts / city.

The research use secondary data analysis with pooled time series method. Analytical unit in this research are districts. Dependent factor analysis is proceeded by regression statistic with dummy variable. In the operationally, all of districts is set into dummy variable with Yogyakarta City as reference. As independent variables are population density, economic growth, income per capita and gross domestic regional income of trading and service sectors. The rate of contribution growth of advertisement taxes in each districts is measured by comparing advertisement taxes income with regional income

The result of the research shows occurrence variation of source of advertisement taxes income in each districts both nominally and advertises type. There are also occurrence trend of advertisement taxes income that increase indication from 1994 to 2003. From all factor only gross domestic regional income of trading and service sectors is significant influence to advertisement regional income. The higher rate of contribution growth of advertisement taxes income is occur in Sleman District as much as 38,69 %, whereas the least occur in Gunungkidul District as much as -18,31%. This research suggests identifying tax object and renewing location cost advertisement to increase advertisement taxes.

Key word : Contribution, Tax, Advertisement Taxes, Advertisement