

POTENSI PAJAK REKLAME DI KOTA YOGYAKARTA (ADVERTISING TAX POTENSIAL in YOGYAKARTA CITY)

Wirawan ED Radianto dan Herni Manik
(Fakultas Ekonomi Univ. Ciputra dan Univ. Kristen Duta Wacana)
Ciputra Boulevard – Surabaya

Abstract

Aktivitas bisnis di kota Yogyakarta semakin meningkat baik di bidang bisnis jasa maupun perdagangan. Salah satu alat untuk melakukan promosi adalah dengan melalui reklame (periklanan). Oleh karena itu permintaan reklame semakin meningkat. Reklame merupakan objek pajak daerah menurut hukum (undang-undang). Berdasarkan otonomi daerah, kota Yogyakarta juga bisa memperoleh dan mengelola pajak daerah. Penelitian ini menginvestigasi potensi pajak reklame yang ada di kota Yogyakarta melalui uji kontribusi pertumbuhan dan trend pajak reklame mendatang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pajak reklame mengalami pertumbuhan dan di masa mendatang trend-nya positif tetapi kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi daerah selama 1997 – 2006 dikatakan tidak potensial (kurang dari 50%)

Kata kunci : pajak reklame, kontribusi pajak, trend pajak, pertumbuhan pajak.

Business activity in Yogyakarta city increasingly increases either service business or commerce. One of tools to promotion that is by doing advertisement through advertising. Therefore demand of advertisement can increase. Advertising is area tax object as according to the law . As according to area autonomy, hence Yogyakarta also to be able to find and manages its. One of potency is area tax. This research investigation of advertisement tax potency to earnings of area Yogyakarta through contribution testing, growth and advertisement tax trend in coming. Result of research indicates that advertisement tax to have growth and future trend which are positive, but indicates that contribution during 1997-2006 and during coming not potential.

Keyword: advertisement tax, contribution of tax, trend tax, tax growth

Pendahuluan

Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 dan No. 25 Tahun 1999 pada prinsipnya mengatur penyelenggaraan Pemda yang lebih mengutamakan pelaksanaan asas desentralisasi, baik berkaitan dengan masalah desentralisasi kewenangan (*power sharing*) maupun desentralisasi keuangan (*fiscal decentralization*). Tujuan lain adalah untuk lebih mendekatkan pelayanan pemerintah kepada masyarakat, memudahkan masyarakat untuk memantau dan

mengontrol penggunaan dana yang bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD), selain untuk menciptakan persaingan yang sehat antar daerah dan mendorong terciptanya inovasi.

Dalam upaya meningkatkan kemampuan keuangan daerah agar dapat melaksanakan otonomi, maka berbagai kebijakan perpajakan daerah ditempuh oleh pemerintah daerah yaitu diantaranya dengan menetapkan UU No: 34 Tahun 2000 yang merupakan perubahan atas UU No: 18 Tahun 1997 tentang pajak daerah dan retribusi

daerah, yang kemudian didukung Peraturan Pemerintah (PP) pendukungnya, yaitu PP No: 65 Tahun 2001 tentang pajak daerah dan PP No: 66 Tahun 2001 tentang retribusi daerah. Pemberian kewenangan dalam pengenaan pajak dan retribusi daerah, diharapkan dapat lebih mendorong Pemda terus berupaya untuk mengoptimalkan PAD, khususnya yang berasal dari pajak daerah dan retribusi daerah.

Sumber-sumber pendapatan potensial yang dimiliki daerah akan menentukan tingkat kemampuan keuangannya. Setiap daerah mempunyai potensi pembangunan yang berbeda-beda sesuai dengan kondisi ekonominya, sumber daya alam, luas wilayah, dan jumlah penduduk sehingga memberikan kesempatan pada daerah untuk mengembangkan diri sesuai dengan potensi dan kondisinya (Halim, 2001).

Pajak daerah sebagai salah satu komponen PAD memiliki prospek yang sangat baik untuk dikembangkan. Oleh karena itu, pajak harus dikelola secara profesional dan transparan dalam rangka optimalisasi dan usaha meningkatkan kontribusinya terhadap PAD.

Pemda diharapkan mampu menggali potensi sumber-sumber keuangan dan daerah untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan belanja rutin dan pembangunan daerahnya. Demikian juga Kota Yogyakarta sejak digulirkannya otonomi daerah giat berusaha meningkatkan pendapatan daerahnya, baik dari segi pajak maupun Retribusi Daerah. Desentralisasi fiskal yang diberlakukan di Kota Yogyakarta mendorong Pemkot untuk terus menerus menggali potensi-potensi daerahnya sekaligus

mengelola keuangan daerahnya dengan baik.

Meningkatnya aktivitas bisnis di Yogyakarta seperti munculnya mall, usaha *franchise*, distro, *café-café*, kursus-kursus, kegiatan yang dikelola *event organizer*, bahkan persaingan perguruan tinggi mendorong meningkatnya aktivitas iklan di Yogyakarta. Reklame merupakan salah satu alat iklan yang potensial digunakan oleh pengusaha. Reklame saat ini banyak bertebaran di seluruh pelosok Yogyakarta, bahkan sebuah perempatan jalan di jalan-jalan utama saat ini penuh dengan reklame dalam berbagai bentuk.

Salah satu jenis pajak daerah adalah pajak atas reklame. Oleh karena itu meningkatnya aktivitas pemasangan reklame merupakan salah satu potensi bagi Pemda untuk meningkatkan penerimaan pajak daerahnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menginvestigasi pertumbuhan, trend, dan kontribusi pajak reklame di Kota Yogyakarta. Oleh karena itu melalui penelitian ini dapat ditemukan bagaimana potensi pajak reklame Kota Yogyakarta.

Kajian Pustaka

Penelitian mengenai potensi pajak restoran sampai saat ini belum pernah ditemui oleh penulis. Namun demikian beberapa penelitian mengenai pajak daerah dalam hubungannya dengan PAD sudah pernah dilakukan.

Salah satu penelitian mengenai potensi pajak dan retribusi daerah dilakukan oleh Mulyanto (2002) di daerah Surakarta, Boyolali, Sukoharjo, Karanganyar, Wonogiri, Sragen dan Klaten yang terletak di propinsi Jawa Tengah. Dengan menggunakan *collection ratio, growth model,*

proportional model dan *matrix model*
 Hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa pajak yang memiliki kontribusi tinggi terhadap penerimaan daerah yaitu pajak hotel dan restoran, pajak pertunjukan/hiburan, pajak iklan, pajak penerangan jalan umum, pajak pemanfaatan air bawah tanah dan air permukaan tanah, retribusi pasar, retribusi pelayanan sampah/kebersihan, retribusi parker, retribusi terminal dan retribusi ijin mendirikan bangunan. Pemerintah daerah harus menghitung potensi pajak dan retribusi daerah yang digunakan untuk menghitung APBD dan pemerintah daerah sebaiknya mampu melihat potensi-potensi dari pajak dan retribusi daerah di kawasannya dalam rangka untuk mendanai program-program yang dilakukan oleh pemerintah daerah.

Penelitian lain mengenai potensi pajak dan retribusi daerah juga dilakukan oleh Riyardi dkk (2002) yang dilakukan di Kabupaten Sukoharjo. Penelitian ini berhasil menemukan potensi ekonomi pajak dan retribusi daerah di Kabupaten Sukoharjo. Penelitian ini juga menemukan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak dan retribusi daerah. Faktor-faktor tersebut adalah jumlah penduduk dan rumah tangga, keberadaan daerah tumbuh cepat, perilaku organisasional dan ekonomi instransi pemungut pajak dan retribusi daerah. Penelitian Riyardi dkk. menggunakan enam pajak daerah dan 11 retribusi daerah yang berlaku sejak diberlakukannya Undang-Undang Perpajakan Nomor 18 tahun 1997. Pajak dan retribusi daerah tersebut dianalisis dengan menggunakan lima tolok ukur pajak yaitu *yield, ability to implement, equity, economic efficiency* dan *suitability as a local source*.

Rusitawati (2005) melakukan penelitian di Kabupaten Klaten. Hasil

penelitian tersebut diketahui bahwa tingkat kontribusi yang diberikan oleh Pajak Pembangunan I didalam pelaksanaan pembangunan daerah yang bersumber pada PAD tiap tahunnya selalu mengalami penurunan. Kondisi tersebut sangat ironis dengan usaha pemerintah yang dengan gencar berusaha untuk meningkatkan penerimaan pajak. Apabila untuk pembiayaan pengeluaran rutin pemerintah saja tidak mencukupi bagaimana mungkin akan ada dana yang digunakan untuk pembangunan. Pemerintah daerah harus berupaya ekstra keras untuk mencukupi kebutuhan dana tersebut.

Upaya pemerintah untuk menarik pajak dari masyarakat jika tidak disertai dengan kualitas pelayanan apalagi ditambah dengan tidak adanya insentif perpajakan dari pemerintah daerah maka akan mengakibatkan rasa tidak nyaman bagi masyarakat. Dalam jangka panjang pasti akan berdampak pada menurunnya partisipasi masyarakat untuk melaksanakan kewajiban perpajakannya. Pemerintah harus berusaha untuk tetap melakukan usaha guna meningkatkan penerimaan dari sektor perpajakan tetapi juga harus memperhatikan kondisi, kemampuan, serta budaya yang ada dalam masyarakat.

Wirawan (2005) menemukan bahwa rata-rata pertumbuhan beberapa pajak daerah mengalami kenaikan setelah Undang-Undang Perpajakan No 34 Tahun 2000. Kondisi ini dimungkinkan karena kondisi ekonomi sudah mulai dibandingkan kondisi dimulainya krisis ekonomi yang terjadi pada tahun 1997. Maka hipotesis pertama adalah:

H1 : Pajak Reklame di Kota Yogyakarta mengalami pertumbuhan positif pada tahun anggaran 1997-2006.

Trend pertumbuhan bisnis di Yogyakarta semakin meningkat baik dalam bidang jasa maupun perdagangan. Beberapa pajak hotel dan restoranpun mengalami peningkatan yang positif pada masa mendatang (Ginawangi, 2005) demikian juga beberapa pajak daerah setelah adanya undang-undang no. 34 tahun 2000 (Wirawan, 2005). Maka hipotesis kedua adalah:

H2 : Pajak Reklame di Kota Yogyakarta menunjukkan trend positif di masa mendatang.

Kontribusi Pajak daerah dalam pelaksanaan pembangunan daerah yang bersumber pada PAD di Kabupaten Klaten tiap tahunnya selalu mengalami penurunan pada tahun anggaran 1998-2003, (Rusitawati, 2005). Wirawan (2005) menemukan bahwa walaupun pertumbuhan pajak meningkat, tetapi kontribusi untuk penerimaan daerah ternyata mengalami perubahan, hal ini dimungkinkan karena pos-pos penerimaan daerah lain selain pajak meningkat baik dalam jumlah jenis penerimaan dan jumlah rupiah penerimaan lainnya. Maka hipotesis ketiga adalah:

H3 : Tingkat kontribusi Pajak Reklame terhadap PAD kota Yogyakarta tidak potensial pada tahun anggaran 1997-2006.

H4: Trend Kontribusi Pajak Reklame terhadap PAD kota Yogyakarta tidak potensial di masa mendatang.

3. Metoda Penelitian

Penelitian ini mencakup periode 1997 sampai dengan 2006 dan menginvestigasi Pajak Reklame di Kota Yogyakarta. Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah

studi pustaka dan studi lapangan. Studi lapangan dilakukan dengan cara meminta informasi dan penjelasan tentang data-data keuangan yang ada dari pihak-pihak yang terkait sehingga dapat melengkapi dan membantu proses analisis data.

Dua jenis data dalam penelitian ini adalah data sekunder dan data primer. Data sekunder yang digunakan adalah berupa data-data keuangan yang telah dipublikasikan oleh lembaga keuangan pemerintah daerah, undang-undang dan peraturan perpajakan maupun data-data statistik dari katalog-katalog dari Badan Pusat Statistik, serta referensi dari media internet tentang penelitian yang terkait. Sedangkan data primer adalah berupa informasi-informasi hasil wawancara dari pihak-pihak terkait yang dapat dijadikan tambahan dan panduan serta pelengkap dalam proses analisis data-data yang akan digunakan dalam penelitian.

Mengukur pertumbuhan pajak daerah

Analisis pertumbuhan, digunakan untuk mengetahui perkembangan pajak dari tahun 1997-2006 di kota Yogyakarta. Dasar pertumbuhan positif disebut potensial artinya suatu pajak harus menunjukkan pertumbuhan positif atau mengalami kenaikan dari tahun ke tahun (Mulyanto,2002). Dalam penelitian ini menggunakan indeks pada tahun dasar 1997. Untuk mengukur laju pertumbuhan pajak daerah, digunakan rumus

$$Growth = \frac{X_t - X_o}{X_o} \times 100\%$$

dimana :

Growth: Tingkat pertumbuhan pajak

X_t : Besarnya pajak pada tahun t

X_o: Besarnya pajak pada tahun dasar

Dasar analisis pertumbuhan yaitu apabila :

1. Pertumbuhan pajak negatif maka pajak dikatakan tidak potensial.
2. Pertumbuhan pajak positif maka pajak dikatakan potensial.

Menganalisis trend pajak daerah

Melakukan analisis trend merupakan salah satu cara analisis deret berkala yang berguna untuk mengetahui kondisi dimasa mendatang dengan memanfaatkan data masa lalu. Trend adalah suatu gerakan kecenderungan naik atau turun dalam jangka panjang yang diperoleh dari rata-rata perubahan dari waktu ke waktu dan nilainya cukup rata (*smooth*). Untuk mengetahui trend yang terjadi pada pajak daerah digunakan alat analisis data berkala atau *time series data* dengan persamaan (Suharyadi, 2003):

dimana: $Y = a + bx$

Y: Nilai Trend pada periode tertentu (variabel tak bebas)

x : Periode Waktu (variabel bebas)

a : Intersep dari persamaan trend

b :Koefisien kemiringan

Trend positif mempunyai kecenderungan nilai ramalan (Y') meningkat dengan meningkatnya waktu (X). Trend negatif mempunyai kecenderungan nilai ramalan (Y') menurun dengan meningkatnya waktu (X).

Menganalisis kontribusi pajak daerah

Analisis kontribusi, digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi masing-masing pajak daerah terhadap pendapatan asli daerah digunakan persamaan berikut (Mulyanto, 2002):

$$\text{Kontribusi} = \frac{\text{Pajak Reklame}}{\text{PAD}} \times 100\%$$

Kontribusi: Besarnya sumbangan pajak daerah terhadap PAD

Pajak daerah: Jumlah realisasi penerimaan pajak daerah

PAD : Pendapatan Asli Daerah

Digunakan patokan sebesar 50% jika pajak daerah ingin dikatakan potensial, kurang dari presentase tersebut maka pajak tersebut dikatakan tidak potensial (Mulyanto,2002).

4. Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini dilakukan perhitungan untuk mengukur pertumbuhan, kontribusi, trend dari laporan realisasi penerimaan pendapatan daerah kota Yogyakarta. Dalam deskripsi data berikut akan dipaparkan jumlah riil dari masing-masing jenis obyek pajak di kota Yogyakarta.

Deskripsi Pertumbuhan Jumlah Reklame

Data yang diperoleh tentang pertumbuhan jumlah obyek pajak reklame dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 1 : Pertumbuhan Jumlah Reklame Kota Yogyakarta
(Sum of Advertisement Growth in Yogyakarta City)**

Tahun (Year)	Tetap (Fixed)	Insidental (Insidental)
2001	1091	831
2002	2204	3886
2003	1819	3373
2004	1933	3882
2005	2450	3931
2006	2064	3278

Sumber (Source) : KPPD Kota Yogyakarta, 2006

Pelaksanaan pajak reklame sebenarnya telah dilakukan sejak tahun 1997, tetapi sejak tahun 1997 sampai dengan tahun 2000 KPPD mengadakan kerja sama dengan PT Karka Abisatya Mataram sebagai pihak ketiga dalam pengelolaan reklame sehingga data obyek pajak reklame pada tahun 1997 sampai dengan tahun 2000 kurang lengkap karena laporan yang masuk dari PT Karka ke KPPD terkadang hanya berupa SKPD tanpa ada rincian jumlah reklame karena bagian ini sudah dikelola oleh PT Karka Abisatya Mataram. Setelah berakhirnya kerja sama antara KPPD dengan PT Karka

Abisatya Mataram pada Oktober tahun 2001 maka pengelolaan sepenuhnya adalah wewenang KPPD kota Yogyakarta. Sehingga data jumlah reklame baru resmi didata sejak tahun 2001 dan terakhir sampai tahun 2006.

Analisis Pertumbuhan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan terhadap data penerimaan pemerintah daerah kota Yogyakarta dari sektor pajak reklame maka dapat dilihat gambaran pertumbuhan jumlah penerimaan pajak reklame pada tabel berikut ini:

**Tabel 2 : Pertumbuhan Pajak Reklame Kota Yogyakarta
(Advertisement Tax Growth in Yogyakarta City)**

PAJAK REKLAME (Advertisement Tax)		
Tahun (Year)	Realisasi (Realization)	Pertumbuhan (Growth)
1997	173,567,469	0.00
1998	114,024,415	-0.34
1999	217,167,000	0.90
2000	407,782,806	0.87
2001	861,434,385	1.11
2002	1,805,235,200	1.09
2003	1,861,620,901	0.03
2004	1,992,190,299	0.07
2005	2,437,630,464	0.22
2006	2,224,859,637	-0.08

Sumber (Source): Data diolah (Processing data)

Dari tabel diatas dapat kita lihat bahwa pertumbuhan pajak reklame di kota Yogyakarta mengalami pertumbuhan yang positif kecuali pada tahun 1998 dan tahun 2006. Pertumbuhan positif yang terjadi pada pajak reklame ini disebabkan karena adanya usaha yang ditempuh pemerintah kota Yogyakarta antara lain:

- Operasi penertiban oleh petugas Dinas Pendapatan Daerah sehingga reklame yang sudah habis masanya langsung dicabut dan dapat diberikan kepada pemasang reklame lain sehingga menambah pemasukan
- Operasi gabungan dengan instansi terkait yaitu Dinas Tata Kota, Dinas Pekerjaan Umum, Kepolisian serta Dinas Pendapatan Daerah
- Pada tahun anggaran 1997/1998 diadakan kerja sama pengelolaan reklame dengan pihak ketiga yaitu PT Karka Abisatya Mataram

Sama seperti sektor pajak daerah lainnya pajak reklame pada tahun 1998 juga mengalami penurunan. Kondisi

perekonomian Indonesia yang tidak menentu pada tahun 1997 sampai tahun 1998 menyebabkan penurunan penerimaan pajak reklame, hal ini disebabkan karena:

- Krisis ekonomi yang terjadi berdampak pada melesunya aktivitas perekonomian sehingga banyak pemasang yang tidak lagi memperpanjang lagi reklamenya
- Pemasang mengecilkan ukuran reklamenya
- Penurunan jumlah penerimaan karena Pemda membayar hutang ke PT Karka sebagai pihak ketiga dengan cara mengangsur selama 10kali/ bulan mulai bulan april 1999 ditambah denda 2% setiap bulan dari sisa pajak yang terhutang.

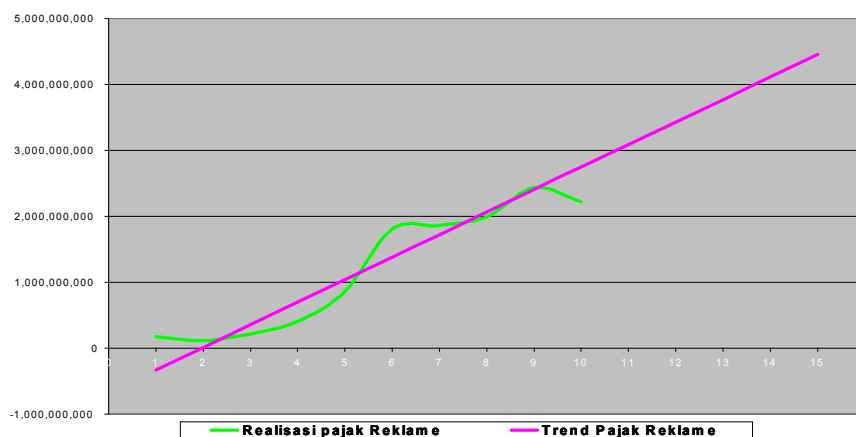
Analisis Trend Pajak Reklame

Pajak reklame semakin mengalami pertumbuhan tahun demi tahun seperti yang terdapat dalam tabel di bawah ini.

**Tabel 3: Trend Pajak Reklame Kota Yogyakarta
(Advertisement Tax Trend in Yogyakarta City)**

Tahun	Pajak Reklame	Time	Trend
1997	173,567,469	1	-329,009,619
1998	114,024,415	2	12,892,798
1999	217,167,000	3	354,795,215
2000	407,782,806	4	696,697,632
2001	861,434,385	5	1,038,600,049
2002	1,805,235,200	6	1,380,502,466
2003	1,861,620,901	7	1,722,404,883
2004	1,992,190,299	8	2,064,307,300
2005	2,437,630,464	9	2,406,209,717
2006	2,224,859,637	10	2,748,112,134
2007		11	3,090,014,551
2008		12	3,431,916,968
2009		13	3,773,819,385
2010		14	4,115,721,802
2011		15	4,457,624,219

Sumber (source): Data diolah (Processing data)



Gambar 1 : Trend Pajak Reklame Kota Yogyakarta
Figure 1 : Advertisement Tax Trend in Yogyakarta City

Dengan menggunakan metode semi rata-rata maka dilakukan analisis trend pada data realisasi pajak reklame pada tahun anggaran 1997 sampai tahun anggaran 2006. Trend pada pajak reklame tersebut menggunakan tahun dasar 1999 dengan *intercept* (a) = 354.795.215 dan koefisien (b) = 341.902.417 Sehingga didapat persamaan yaitu $Y' = 354.795.215 + 341.902.417 X$ yang akan digunakan untuk mencari trend realisasi pada tahun-tahun berikutnya. Pajak reklame pada masa akan datang akan mengalami trend positif, hal ini didukung dengan semakin berkembangnya industri jasa

di Yogyakarta yang tentu saja akan membutuhkan sarana promosi dan periklanan yang semakin luas. Semakin meluasnya periklanan dan promosi akan meningkatkan PAD dari sektor pajak.

Analisis Kontribusi Pajak Reklame

Dari hasil pengolahan data yang dilakukan terhadap pajak reklame maka dapat dilihat bagaimana kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah Kota Yogyakarta pada tabel dibawah ini:

Tabel 4 : Kontribusi Pajak Reklame Terhadap PAD Kota Yogyakarta
(Advertisemnt Tax Contribution to Original Income Area)

Tahun (Year)	Realisasi (Realiziation)	PAD (Original Income Area)	Kontribusi (%) (Contributulon) (%)
1997	173,567,469	19,154,650,370	0.01
1998	114,024,415	19,972,895,794	0.01
1999	217,167,000	24,790,128,184	0.01
2000	407,782,806	22,452,952,251	0.02
2001	861,434,385	40,352,592,890	0.02
2002	1,805,235,200	56,377,469,499	0.03
2003	1,861,620,901	68,621,564,311	0.03
2004	1,992,190,299	79,911,419,101	0.02
2005	2,437,630,464	89,196,416,785	0.03
2006	2,224,859,637	96,551,932,536	0.02

Sumber (Source) : Data diolah (Processing Data)

Pajak reklame memberikan kontribusi positif bagi PAD kota Yogyakarta pada tahun anggaran 1997 sampai dengan 2006. Dimasa datang akan memberikan kontribusi yang lebih besar bagi PAD, karena kota Yogyakarta pada perkembangannya akan menjadi kota yang potensial bagi lahan bisnis. Untuk itu media periklanan dan promosi melalui reklame pasti akan semakin berkembang. Apalagi jika pemerintah daerah dapat lebih meningkatkan kerja

sama antara lembaga-lembaga terkait sehingga dapat lebih memaksimalkan penerimaan daerah melalui pajak reklame.

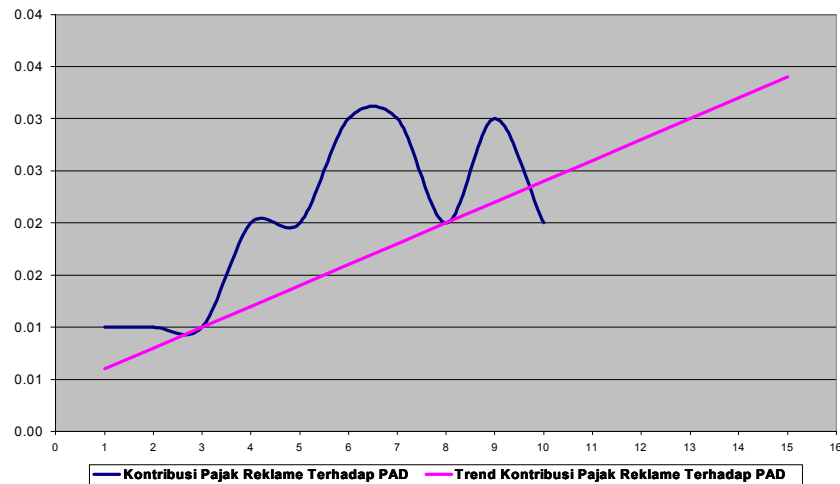
Analisis Trend Kontribusi Pajak Reklame Terhadap PAD

Kontribusi pajak reklame di masa depan menunjukkan peningkatan walaupun secara gradual seperti pada tabel berikut ini:

Tabel 5 : Trend Kontribusi Pajak Reklame Terhadap PAD Kota Yogyakarta (Advertisement Tax Contribution Trend to Original Income Area in Yogyakarta City)

TAHUN (Year)	Kontribusi Pajak Reklame (Advertisement Tax Contribution)	TIME	TREND
1997	0.01	-2	0.006
1998	0.01	-1	0.008
1999	0.01	0	0.010
2000	0.02	1	0.012
2001	0.02	2	0.014
2002	0.03	3	0.016
2003	0.03	4	0.018
2004	0.02	5	0.020
2005	0.03	6	0.022
2006	0.02	7	0.024
2007		8	0.026
2008		9	0.028
2009		10	0.030
2010		11	0.032
2011		12	0.034

Sumber (Source): Data diolah (Processing data)



Gambar 2 : Kontribusi Pajak Reklame Terhadap PAD Kota Yogyakarta
Figure 2 : Advertisement Tax Contribution to Original Income Area

Dengan menggunakan metode semi rata-rata maka dilakukan analisis trend pada data kontribusi pajak reklame terhadap PAD pada tahun anggaran 1997 sampai tahun anggaran 2006. Trend kontribusi pajak reklame terhadap PAD tersebut menggunakan tahun dasar 1999 dengan *intercept* (a) = 0.01 dan koefisien (b) = 0.002. Sehingga didapat persamaan yaitu $Y' = 0.01 + 0.002x$ yang akan digunakan untuk mencari trend kontribusi pajak reklame terhadap PAD pada tahun-tahun berikutnya.

Kesimpulan Dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan terhadap pajak reklame di kota Yogyakarta pada tahun anggaran 1997 sampai dengan tahun 2006 maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pajak Reklame kota Yogyakarta pada tahun anggaran 1997 – 2006 secara garis besar mengalami pertumbuhan positif. Sehingga hipotesis pertama terdukung.

2. Pajak Reklame kota Yogyakarta menunjukkan trend positif di masa datang. Sehingga hipotesis pertama terdukung.
3. Tingkat kontribusi dari pajak reklame di kota Yogyakarta pada tahun 1997-2006 di bawah 50% sehingga dikatakan tidak potensial. Sehingga hipotesis ketiga terdukung.
4. Trend kontribusi dari pajak reklame di kota Yogyakarta pada masa datang di bawah 50% sehingga dikatakan tidak potensial. Sehingga hipotesis keempat terdukung.

Saran

1. Untuk mengukur kontribusi masih menggunakan perbandingan antara pajak reklame dengan PAD sehingga hasil dirasakan terlalu rendah karena pajak reklame hanya satu dari beberapa pajak daerah. Diharapkan pada penelitian mendatang menggunakan rumus perhitungan yang lebih relevan untuk menghitung kontribusi.

2. Pemerintah seharusnya melakukan penertiban terhadap reklame yang terpasang sehingga dapat menunjukkan dengan pasti potensi dan keborosan pajak reklame di Kota Yogyakarta.
3. Penelitian lanjutan di seluruh propinsi Yogyakarta sangat diperlukan karena banyak usaha bisnis beroperasi tidak hanya di kota Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. *DIY Dalam Angka*. Katalog 1403.34. Propinsi DIY: BPS
- Badan Pusat Statistik. *Statistik Pariwisata Kota Yogyakarta*. Katalog 8301.3471. Propinsi DIY: BPS
- Daniel, Moehar. 2001. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Medan: Bumi Aksara.
- Ginawangi. 2006. *Analisis Potensi Pajak Hotel dan Restoran di Propinsi DIY*. Skripsi UKDW.
- Halim, Abdul. 2001. *Bunga Rampai Manajemen Keuangan daerah*. Edisi Pertama. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Ilyas, Wirawan dan Richard Burton. 2004. *Hukum Pajak*, Edisi Revisi. Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyanto. 2002. *Potensi Pajak Daerah di Kawasan Subosuka Wonostraten Propinsi Jawa Tengah – regional University Research On Decentralization In Indonesia*. The IRIS Center of The University Research Corporation International University of Maryland.
- Riyardi, Agung. 2002. *Potensi Pajak dan Retribusi Daerah di Kabupaten Sukoharjo – Regional University Research On Decentralization In Indonesia*. The IRIS Center of The University Research Corporation International University of Maryland.
- Republik Indonesia. *Undang-Undang Republik Indonesia No 18 Tahun 1997 Tentang Pajak dan Retribusi Daerah*.
- Republik Indonesia. *Undang-Undang Republik Indonesia No 34 Tahun 2000 Tentang Pajak dan Retribusi Daerah*.
- Rusitawati. 2005. *Analisis Potensi Pajak di Kabupaten Klaten*. Skripsi UKDW.
- Sularso, Sri. 2003. *Buku Pelengkap Metode Penelitian Akuntansi: Sebuah Pendekatan Replikasi*. Edisi 2003/2004. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Suhardi, Purwanto S.K. 2003. *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Buku I. Jakarta: Salemba Empat.
- Peraturan Pemerintah no. 105 Tahun 2000 tentang Pengelolaan dan Pertanggungjawaban Keuangan Daerah.
- Republik Indonesia, *Undang-undang nomor 18 tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*.
- Republik Indonesia, *Undang-undang nomor 34 tahun 2000 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*
- Undang-Undang no. 22 Tahun 1999 tentang Pemerintah Daerah
- Undang-Undang no. 25 Tahun 1999 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah.
- Wirawan, E.D. R & Dedy Haning. 2005. Analisis Potensi Pajak Daerah di Kota Yogyakarta. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan* Vol 1 Hal 66-77.
- _____. 2004. *Undang-Undang Republik Indonesia No 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan daerah*