

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pendapatan Daerah

Self-supporting dalam bidang keuangan menjadi salah satu kriteria untuk mengetahui kemampuan daerah dalam mengatur dan mengurus rumah tangganya. Menurut Josef Riwo Kaho (2001 : 124) dalam Cahyono (2004) mengatakan faktor keuangan merupakan faktor esensial dalam mengukur tingkat kemampuan daerah dalam melaksanakan otonominya.

Dalam penyelenggaraan otonomi daerah, posisi keuangan daerah memiliki peran penting yang sangat disadari oleh pemerintah. Pada UU No. 5 Tahun 1974 yang berbunyi agar daerah dapat mengurus rumah tangganya sendiri dengan sebaik-baiknya, maka kepadanya perlu diberikan sumber pembiayaan yang cukup. Tetapi mengingat tidak semua sumber pembiayaan dapat diberikan kepada Daerah, maka kepada Daerah diwajibkan untuk menggali sumber keuangan sendiri berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Dalam pasal 4 UU No. 25 tahun 1999 tentang perimbangan keuangan antara pemerintah pusat dan daerah, Pendapatan Asli Daerah terdiri dari:

a. Pajak Daerah

Pajak daerah sendiri adalah salah satu unsur dari Pendapatan Asli Daerah yang meliputi pajak asli daerah dan pajak negara diserahkan kepada daerah berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pajak

daerah dapat dibedakan menjadi dua, yang pertama adalah pajak daerah yang ditetapkan oleh peraturan daerah dan pajak negara, yang kedua adalah pajak daerah yang pengelolaan dan penggunaannya diserahkan kepada daerah.

Menurut Eugenia (1998:3) dalam Cahyono (2004) Pajak daerah merupakan iuran wajib yang dilakukan oleh pribadi maupun badan kepala daerah tanpa imbalan langsung seimbang, dan dapat dipaksakan berdasarkan perundang-undangan

Pada UU No. 18 Tahun 1997 dalam tentang pajak daerah dan retribusi, pasal 2 ayat 1 dan 2 menyatakan bahwa secara garis besar pajak daerah dibagi menjadi dua jenis yaitu pajak daerah tingkat I dan pajak daerah tingkat II.

Adapun macam-macam pajak daerah tingkat I adalah pajak kendaraan, bea balik nama kendaraan bermotor, dan pajak bahan bakar kendaraan bermotor. Sedangkan jenis pajak daerah tingkat II adalah pajak hotel dan restoran, pajak hiburan, pajak reklame, pajak penerangan jalan, pajak pengambilan dan pengolahan bahan galian gol. C, terakhir pajak pemanfaatan air bawah tanah dan air permukaan.

Semakin bertambahnya jumlah penduduk dan peradaban dunia dengan diiringi kemajuan teknologi yang pesat berakibat pada tugas yang harus dipikul pemerintah untuk melaksanakan pembangunan semakin berat, baik secara kualitatif dan kuantitatif. Melihat kenyataan ini, pastinya dana yang diperlukan untuk pembangunan semakin meningkat dan pemerintah mengharapkan dana yang didapat dari masyarakat juga meningkat pula. Hal ini agar pembangunan yang

sedang dilaksanakan dapat berjalan lancar serta cita-cita masyarakat dapat terwujud.

b. Retribusi Daerah

Retribusi daerah adalah salah satu dari Pendapatan Asli Daerah yang diatur di dalam UU No. 22 Tahun 1999 tentang pemerintah daerah, UU No. 18 Tahun 1997 tentang pajak dan retribusi, serta PP No. 20 Tahun 1997.

Menurut Eugenia (1998:5) dalam Cahyono (2004) Retribusi merupakan pungutan daerah atas pembayaran jasa atau pemberian izin tertentu, yang khusus disediakan dan diberikan oleh pemerintah daerah untuk kepentingan orang pribadi atau badan maupun lembaga.

Faktor yang mempengaruhi pungutan retribusi daerah antara lain tarif yang dikenakan, kualitas dan kuantitas jasa pelayanan yang diberikan dan tuntutan kebutuhan masyarakat atas jasa pelayanan tersebut. Untuk pelayan di masing-masing daerah , pungutan retribusi daerah dijabarkan dalam bentuk peraturan daerah. Retribusi daerah dibagi menjadi tiga yaitu:

1) Retribusi jasa umum

Dalam PP No. 20 tahun 1997, yang termasuk pada retribusi jasa umum adalah :

a) Retribusi jasa umum

Kemudian dalam PP No. 20 tahun 1997, dijelaskan yang termasuk dalam retribusi jasa umum adalah :

(1) Retribusi pelayanan kesehatan

- (2) Retribusi pelayanan persampahan/kebersihan
 - (3) Retribusi penggantian biaya cetak kartu tanda penduduk dan akta catatan sipil
 - (4) Retribusi pelayanan pemakaman dan penguburan mayat
 - (5) Retribusi parkir
 - (6) Retribusi pasar
 - (7) Retribusi air bersih
 - (8) Retribusi pengujian kendaraan bermotor
 - (9) Retribusi pemeriksaan alat pemadam kebakaran
 - (10) Retribusi penggantian biaya cetak peta
 - (11) Retribusi pengujian kapal perikanan
- b) Retribusi jasa usaha
- (1) Retribusi pemakaian kekayaan daerah
 - (2) Retribusi pasara grosir dan atau pertokoan
 - (3) Retribusi tempat khusus parkir
 - (4) Retribusi penitipan anak
 - (5) Retribusi tempat penginapan/pesanggrahan/villa
 - (6) Retribusi penyedotan kakus
 - (7) Retribusi rumah potong hewan
 - (8) Retribusi tempat pendaratan kapal
 - (9) Retribusi tempat rekreasi dan olah raga
 - (10) Retribusi penyebrangan di atas air
 - (11) Retribusi pengolahan limbah cair

(12)Retribusi penjualan produksi usaha daerah

c) Retribusi perijinan tertentu

(1) Retribusi peruntukan penggunaan tanah

(2) Retribusi ijin mendirikan bangunan

(3) Retribusi tempat penjualan minuman berakohol

(4) Retribusi ijin gangguan

c. Bagian Laba Badan Usaha Milik Daerah (BUMD)

BUMD terdiri dari bagian laba Bank Pembangunan Daerah (BPD) dan bagian laba BUMD lainnya. Adanya tujuan pembentukan perusahaan daerah sendiri adalah untuk mengembangkan prekonomian daerah dan menambah penghasilan daerah.

d. Lain-lain Pendapatan Daerah yang Sah

Penerimaan lain-lain merupakan bagian Pendapatan Asli Daerah yang tidak termasuk pajak daerah, retribusi daerah, bagian laba BUMD, dan penerimaan lain-lain. Yang menjadi sumber penerimaan ini adalah penerimaan sewa rumah dinas milik daerah dan hasil penjualan barang-barang bekas milik daerah, penerimaan cicilan rumah yang dibangun oleh pemerintah daerah, penerimaan jasa giro, penerimaan setoran cicilan utang, penerimaan setoran biaya pembinaan lembaga keuangan desa, penerimaan biaya untuk mengikuti prakualifikasi dan lain-lain.

2. Investasi Daerah

Secara umum, investasi daerah dipahami sebagai salah satu kekuatan penting dalam mengakselerasi pembangunan daerah. Persepsi akan

pentingnya investasi telah mendorong pemerintah daerah untuk melakukan berbagai upaya dan tindakan, mulai dari promosi investasi yang gencar hingga kenjungan pejabat daerah keluar negeri.

Pada Peraturan Pemerintah 1/2008 yang merupakan peraturan pemerintah yang mengatur secara khusus tentang investasi pemerintah, mengelompokkan investasi menjadi dua yaitu, Pembelian Surat Berharga (pembelian saham dan pembelian surat utang) dan Investasi Langsung (penyertaan modal dan pemberian pinjaman). Sedangkan, didalam Peraturan Pemerintah No.58 2005 tentang pengelolaan keuangan daerah, yang mengatur investasi pemerintah daerah pada pasal 116-119. Investasi pemerintah daerah dibagi menjadi dua kategori, investasi jangka pendek dan jangka panjang.

Investasi jangka pendek terdiri dari deposito berjangka waktu (tiga sampai dua belas bulan) dan dapat diperpanjang secara otomatis seperti pembelian SUN jangka pendek dan SBI. Sedangkan, investasi jangka panjang dibagi menjadi dua bagian yaitu investasi permanen dan investasi non-permanen. Investasi permanen adalah kerjasama daerah dengan pihak ketiga dalam bentuk pemanfaatan aset daerah, penyertaan modal daerah pada BUMBD dan badan usaha lainnya atau investasi permanen lainnya yang dimiliki pemerintah daerah untuk menghasilkan pendapatan atau meningkatkan pelayanan kepada masyarakat.

Investasi non-permanen terdiri pembelian obligasi atau surat jangka panjang yang dimaksudkan untuk dimiliki sampai tanggal jatuh tempo,

dana yang disisihkan pemerintah daerah dalam rangka pelayanan/pemberdayaan masyarakat seperti bantuan modal kerja, pembentukan dana secara bergulir kepada masyarakat, pemberian fasilitas pendanaan kepada usaha mikro dan menengah.

Di Indonesia, iklim investasi dilihat cukup mengkhawatirkan. (Bappenas, 2003) mengatakan secara eksternal faktor-faktor yang menjadi tantangan dalam pertumbuhan investasi adalah sebagai berikut:

- a. Penanaman modal asing (PMA) menurun akibat meningkatnya ketidakpastian global yang mempengaruhi rasa aman dalam kegiatan penanaman modal, adanya berbagai spekulasi dalam proses merger dan akuisisi perusahaan, dan masalah kelembagaan (kelambatan proses privatisasi di beberapa negara).
- b. Arus masuk PMA yang cenderung menurun tersebut, sebagian besar mengalir ke negara tertentu saja.

Sedangkan secara internal sendiri, faktor-faktor yang nilai menghambat investasi di Indonesia antara lain:

- a. Adanya gangguan keamanan di beberapa wilayah.
- b. Kepastian hukum yang kurang mengakibatkan hak milik (*property right*) dan perjanjian usaha di Indonesia serta lemahnya penegakan hukum yang terkait dengan kinerja pengadilan niaga.
- c. Pasar tenaga kerja yang kurang kondusif di Indonesia.
- d. Kebijakan pusat dan daerah yang mengalami tumpang tindih, serta ketidakjelasan pembagian kewenangan antara pemerintah pusat dan

daerah yang berkaitan dengan penyusunan kebijakan di bidang Investasi, pemberian insentif, dan perijinan.

- e. Prosedur yang terlalu berbelit dalam perijinan hingga kepabeanan yang tidak hanya menyebabkan ekonomi biaya tinggi tetapi juga meghilangkan peluang usaha yang seharusnya dapat dimanfaatkan.
- f. Intensif investasi yang kurang, khususnya perpajakan.

Berkaitan dengan tantangan diatas, secara makro telah diterbitkan white paper yang menguraikan tetang peran pemerintah dalam meningkatkan investasi. Yang dimaksud dalam peran pemerintah ini adalah dengan menciptakan suatu lingkungan yang kondusif bagi sektor swasta melalui kebijakan dan kelembagaan yang baik, yang mencakup pemberian kepastian hukum, penyederhanaan proses pemberian lisensi, serta penghapusan hambatan untuk berinvestasi.

Guna meningkatkan investasi daerah, terdapat agenda-agenda yang baiknya dipertimbangan oleh pemerintah daerah untuk dikembangkan di masa depan, antara lain :

- a. Merumuskan kebijakan invetasi

Ada beberapa alasan mengapa suatu daerah perlu merumuskan kebijakan investasi. Pertama, semangat desentralisasi dan otonomi daerah mengharuskan pemerintah daerah untuk mendorong pembangunan dan meningkatkan pendapatan daerahnya dengan cara menggali potensi daerah dan menarik investasi. Namun hal ini dapat terwujud ketika pemerintah daerah memiliki kebijakan dan perencanaan investasi yang memadai.

Kedua, persaingan di kalangan pemerintah daerah untuk menarik investasi tidak bisa dielakkan. Tetapi, hanya daerah yang secara cerdas dapat merumuskan kebijakan investasi yang akan memenangkan persaingan tersebut.

Ketiga, adanya kebijakan investasi, maka memungkinkan pemerintah daerah untuk menyusun kerangka perencanaan dan rencana aksi untuk mendorong investasi.

Dalam hal merumuskan kebijakan, kebijakan investasi yang harus memuat arah pengembangan investasi daerah, legal aspect dan kepastian investasi, pengembangan tata ruang dan kawasan investasi, hak dan kewajiban investor, pelayanan investasi, intensif perpajakan, dan lain-lain.

b. Memperbaiki peraturan dan regulasi

Guna meningkatkan pendapatan asli daerah, pemerintah membuat jumlah produk hukum yang relatif cukup banyak. Jumlah hukum yang dibuat ini lebih berorientasi pada upaya dalam menarik sebanyak mungkin pungutan. Timbul kesan, desentralisasi dan otonomi daerah dianggap sebagai bentuk legitimasi untuk meningkatkan pendapatan asli daerah, sehingga ekonomi biaya tinggi tidak dapat dihindari.

Penetapan desentralisasi dan otonomi daerah pada tahun 2001, pajak daerah menjadi salah satu ancaman bagi kegiatan bisnis.

Kecenderungan pemerintah daerah yang hanya sekedar memikirkan bagaimana memperbesar penerimaan daerah, telah

berdampak negatif dan mengakibatkan hambatan bagi laju investasi dan berakhir dengan buruknya perekonomian secara keseluruhan.

c. Memperbaiki dukungan dan pelayanan birokrasi

Prosedur yang panjang dan berbelit telah mengakibatkan ekonomi biaya yang tinggi dan menghilangkan peluang usaha yang seharusnya dapat dimanfaatkan, baik itu untuk kepentingan perusahaan maupun kepentingan nasional dalam menciptakan lapangan kerja.

d. Mengembangkan promosi daerah

Untuk mendorong sebuah investasi, daerah dituntut untuk aktif menggali potensi dari daerahnya dan menginformasikannya kepada publik melalui berbagai media. Keberadaan informasi yang cepat akses, mutakhir, dan akurat akan membantu pihak investor dalam menganalisis potensi daerah dan melakukan keputusan investasi.

Salah satu bentuk informasi daerah yang diharapkan dapat membantu pihak investor dalam melakukan keputusan investasi adalah *Geographic Information System (GIS)*, yang terdiri:

- 1) Data bio fisik (aliran sungai, hutan, sumberdaya air, lingkungan hidup, keanekaragaman hayati)
- 2) Data sosio-ekonomi (demografi, struktur ekonomi, statistik pertanian, kemiskinan, konsumsi dan pengeluaran, indikator pembangunan daerah)
- 3) Batas administratif wilayah hingga tingkat desa
- 4) Tata pemerintahan
- 5) Informasi kebijakan dan perencanaan
- 6) Peta infrastruktur (pelabuhan, jalan, bandara, rel kereta, dll)

e. Mengembangkan kemitraan (partnership)

Konsep kemitraan menjadi salah satu alternatif dalam mengembangkan infrastruktur daerah. Ketidakmampuan pemerintah dalam menawarkan bentuk kemitraan, tawaran kemitraan yang tidak menarik bagi investor, merupakan faktor penyebab mengapa konsep kemitraan belum berkembang.

f. Mengembangkan regional management

Untuk menciptakan efektifitas, efisien, dan peningkatan daya saing daerah, konsep manajemen kewilayahan dapat dipertimbangkan. Konsep manajemen ini berbasis pada kebutuhan untuk mewujudkan kerjasama dan sinergi pembangunan antar daerah pada suatu wilayah. Konsep ini juga dapat menciptakan lokalisasi investasi dan platform kebijakan investasi.

g. Membangun business networking

Pendekatan yang patut dipertimbangkan untuk mengoptimalkan investasi daerah adalah pengembangan jaringan bisnis dan investasi di daerah. Baiknya dalam efektifitas suatu jaringan bisnis dan investasi daerah diperlukan bimbingan antar aparatur pembina bisnis dan para pelaku ekonomi/bisnis.

h. Mempertajam strategi belanja publik

Pemerintah daerah baiknya mengkalkulasi *multiplier effect* dan *return of investment* atas setiap jenis belanja modal yang dialokasikan. Pengembangan revenue program dan pemilihan secara cermat pembangunan *social overhead capital* yang potensial merangsang investasi adalah bagian dari upaya ini. Cara ini setidaknya dapat

membantu pemerintah daerah untuk tidak selalu berpikir dalam meningkatkan pungutan (pajak dan retribusi).

3. Pengembangan Strategi Promosi Daerah

Bagi suatu daerah, perlu direncanakan strategi promosi terpadu yang terdiri dari yang terdiri dari beberapa metode yang mungkin dapat diterapkan pada daerah tersebut. Menurut Yoeti (1997) dalam Fiatiano (2002) menyarankan bahwa mengemas produk pariwisata harus mempertahankan keaslian lingkungan karena kemasan ini selalu lebih menarik daripada yang dibuat-buat. Oleh karena itu, menciptakan suatu lingkungan yang tidak asli (artificial) dari keadaan yang sebenarnya pasti tidak akan bertahan lama, dan tidak menguntungkan bagi bagi promosi kepariwisataan jangka panjang di Indonesia. Bukan hanya soal keasliannya, tetapi semua pelayanan yang diberikan kepada wisatawan hendaknya memiliki style yang beda dari yang lain tetapi tetap memuaskan wisatawan. Style produk sangat diperlukan dalam mengemas DTW, tujuannya ialah untuk memperbaharui dan menguasai pasar (*to re-new dan re-sell the market*) sehingga dapat menjamin penjualan. Product style dalam kepariwisataan dianggap baik dengan syarat-syarat:

- a. Obyek harus menarik untuk disaksikan maupun dipelajari
- b. Mempunyai kekhususan dan berbeda dari obyek yang lain
- c. Prasarana menuju ke tempat tersebut terpelihara dengan baik
- d. Tersedia fasilitas *something to see, something to do, dan something to buy*

- e. Kalau perlu dilengkapi dengan sarana-sarana akomodasi dan hal lain yang dianggap perlu. Metode promosi seperti itu harus diciptakan untuk meyakinkan bahwa wisatawan dalam suatu target pasar tertentu dapat mengetahui secara persis apa yang ditawarkan oleh suatu daerah tujuan wisata.

Menurut Kotler et al (1993) dalam Karyadi (2012) yang membahas *Place Marketing* secara menyeluruh bahwa pemasaran daerah melingkupi empat aktivitas utama, yaitu:

- a. Merancang bauran layanan dan feature yang akan ditawarkan oleh daerah
- b. Merancang daya tarik dan intensif untuk konsumen sekarang dan konsumen potensial
- c. Menyampaikan produk dan jasa daerah secara efisien
- d. Mempromosikan nilai dan citra daerah agar pelanggan potensial menyadari sepenuhnya keuntungan berbeda yang ditawarkan

4. *Liveability, Investability, dan Visitability*

Semakin bertambahnya jumlah penduduk membuat layanan kota semakin tidak efektif, terkecuali kota yang dapat memberikan fasilitas layanan yang dibutuhkan oleh masyarakat secara keseluruhan yang tinggal di kota. Kenyataan yang terjadi saat ini, banyak sekali kota-kota yang belum bisa memenuhi pelayanan terhadap masyarakatnya secara efektif. Hal ini dikarenakan kota tidak dapat melayani fasilitas infrastruktur untuk mewartakan aktivitas masyarakatnya sehari-hari. Maka dari itu, banyak

masyarakat yang tidak nyaman untuk tinggal, karena kepadatan penduduk yang mengakibatkan ruang kota semakin sempit, terjadi kemacetan serta berdampak pada kerusakan lingkungan.

Dari permasalahan diatas, maka masyarakat kota membutuhkan suatu kota yang layak huni untuk mereka dan disebut dengan *Liveable City*. Kota layak huni atau *Liveable City* merupakan suatu kondisi dimana masyarakatnya dapat hidup dengan nyaman dan tenang dalam suatu kota. Menurut Evan (2002) dalam Suryaningsih (2015) menyatakan, konsep *Liveable City* digunakan untuk mewujudkan bahwa gagasan pembangunan sebagai peningkatan dalam kualitas hidup membutuhkan fisik maupun habitat sosial untuk realisasinya.

Menurut Lennard (1997) dalam Suryaningsih (2015), prinsip dasar *Liveable City*, yaitu:

- a. Tersediannya kebutuhan dasar masyarakat perkotaan
- b. Tersedianya fasilitas umum dan sosial
- c. Tersedianya ruang dan tempat publik untuk bersosialisasi/ berinteraksi
- d. Keamanan (bebas dari rasa takut)
- e. Mendukung fungsi ekonomi, sosial, dan budaya
- f. Sanitasi lingkungan serta keindahan lingkungan fisik.

Sedangkan, menurut Douglass (2002) dalam Suryaningsih (2015), *Liveable City* bertumpu pada empat pilar, yaitu:

- a. Meningkatkan sistem kesempatan hidup untuk kesejahteraan masyarakat
- b. Tersedianya lapangan pekerjaan

- c. Lingkungan yang aman dan bersih untuk kesehatan, kesejahteraan untuk mempertahankan pertumbuhan ekonomi.
- d. *Good Governance*.

Pengertian *Liveable City* menurut pandangan orang-orang adalah kota yang layak huni dimana masyarakat dapat mencari pekerjaan, melayani kebutuhan dasar (air bersih dan sanitasi) memiliki akses untuk mendapatkan pendidikan dan kesehatan yang layak, dapat hidup dalam komunitas yang aman dan lingkungan yang bersih. Jadi dapat dikatakan bahwa *Liveable City* merupakan suatu gambaran sebuah lingkungan dan suasana kota yang nyaman sebagai tempat tinggal dan sebagai tempat beraktifitas, dilihat dari aspek fisik (fasilitas perkotaan, prasarana, tata ruang, dll) dan aspek non-fisik (hubungan sosial, aktivitas ekonomi, dll).

Menurut Kotler et al. (2002 : 183) dalam Putri (2012), untuk meningkatkan *liveability*, *investability*, dan *visitability* dari suatu daerah menyarankan untuk menangani empat komponen yang saling terkait, yaitu:

- a. Karakter daerah/wilayah

Suatu daerah memerlukan sebuah rencana, rancangan, dan upaya dalam pengembangan yang baik agar dapat meningkatkan daya tarik dan kualitas serta nilai estetika yang tinggi.

- b. Lingkungan Fisik

Suatu daerah perlu mengembangkan dan memelihara prasarana dasar yang cocok dengan lingkungan alam di daerahnya.

c. Ketersediaan Layanan

Suatu daerah harus menyediakan sebuah layanan dasar dengan kualitas yang cukup dalam memenuhi kebutuhan bisnis dan politik.

d. Aspek Rekreasi dan Hiburan

Suatu daerah memerlukan berbagai atraksi atau daya tarik untuk warganya dan untuk pengunjung.

Menurut Kotler et al. (1993) dalam Karyadi (2012) terdapat empat strategi umum untuk mendorong daya tarik kota dalam rangka menarik pendatang/turis, pengusaha, investor serta pasar ekspor ke wilayah tersebut:

- 1) Pemasaran Citra (*image marketing*): keunikan dan kebaikan citra; dan seringkali didukung dengan slogan, misal: “Singapore Lion City”, “Jogja Never Ending Asia”.
- 2) Pemasaran atraksi/daya tarik (*attraction marketing*): antara lain atraksi/ keindahan alam, bangunan dan tempat bersejarah, taman dan lansekap, pusat konvensi dan pameran, dan mal pedestrian.
- 3) Pemasaran prasarana (*infrastructure marketing*): prasarana sebagai pendukung daya tarik lingkungan kehidupan dan lingkungan bisnis, antara lain meliputi: jalan raya, kereta api, bandara, serta jaringan telekomunikasi dan teknologi informasi.
- 4) Pemasaran penduduk (*people marketing*): antara lain mencakupi keramahan, pahlawan/orang terkenal, tenaga kompeten,

kemampuan berwira-usaha, dan komentar (positif) penduduk yang lebih dulu pindah ke tempat yang dipasarkan tersebut.

5. Hubungan antara Investasi Daerah dengan Pendapatan Daerah

Menurut Mardiasmo (2002) dalam Apriana (2010) peningkatan investasi modal (belanja modal) diharapkan mampu meningkatkan kualitas layanan publik dan pada gilirannya mampu meningkatkan tingkat partisipasi (kontribusi) publik terhadap pembangunan yang tercermin dari adanya peningkatan Pendapatan Asli Daerah.

Menurut Sukirno (1997) dalam Menajang (2014) kegiatan investasi memungkinkan suatu masyarakat terus menerus meningkatkan kegiatan ekonomi dan kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan nasional dan meningkatkan taraf kemakmuran masyarakat. Peranan ini bersumber dari tiga fungsi penting dari kegiatan investasi, yaitu :

- a. Investasi merupakan salah satu komponen dari pengeluaran agregat, sehingga kenaikan investasi akan meningkatkan permintaan agregat, pendapatan nasional serta kesempatan kerja.
- b. Pertambahan barang modal sebagai akibat investasi akan menambah kapasitas produksi.
- c. Investasi selalu diikuti oleh perkembangan teknologi.

6. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Tri Cahyono (2004)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Karanganyar Periode Tahun 1990-2002	PAD (Y) PDRB (X1) Investasi (X2) Jumlah Penduduk (X3) Pendapatan per kapita (X4)	PDRB dan jumlah penduduk berpengaruh positif terhadap pendapatan asli daerah, sedangkan investasi dan pendapatan per kapita terhadap pendapatan asli daerah.
2.	Ema Yuliana Florentina (2013)	Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah Kab. Kapuas hulu Provinsi Kalimantan Barat Tahun 1995-2010	PAD (Y) Investasi (X1) Pengeluaran Pemerintah (X2) PDRB (X3)	Pengeluaran pemerintah berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan asli daerah, sedangkan investasi dan PDRB tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan asli daerah.
3.	Mega Suryaningih, dkk. (2015)	Identifikasi Indikator Konsep Kota Layak Huni di Kota Surabaya dengan Metode <i>Importance Performance Analysis</i>	Aspek Tata Ruang, Aspek Lingkungan, Aspek Transportasi, Aspek Fasilitas (Kesehatan, Pendidikan, Infrastruktur), Aspek Ekonomi, Aspek Keamanan Sosial	Untuk menjadikan Kota Surabaya menjadi kota yang layak huni prioritas yang perlu diutamakan adalah tentang aspek transportasi.

Berdasarkan tabel di atas penelitian yang dilakukan oleh Tri Cahyono (2004) dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Karanganyar Periode Tahun 1990-2002” dengan variabel dependen PAD(Y) dan variabel independen PDRB (X1), Investasi (X2), Jumlah Penduduk (X3), dan Pendapatan per kapita (X4) penelitian sendiri menggunakan metode regresi berganda dan hasil

PDRB dan Jumlah Penduduk berpengaruh positif terhadap pendapatan asli daerah. Sedangkan, Investasi dan Pendapatan per kapita berpengaruh negatif terhadap pendapatan asli daerah.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Mega Suryaningsih, dkk. (2015) bahwa untuk menjadikan Kota Surabaya menjadi kota layak huni prioritas yang perlu diutamakan adalah tentang aspek transportasi pada angkutan sedangkan untuk aspek yang perlu dipertahankan adalah aspek tata ruang, aspek transportasi—jalan, aspek fasilitas (kesehatan, pendidikan, infrastruktur), aspek ekonomi, dan aspek keamanan sosial.

Dengan melihat hasil penelitian di atas maka penulis kemudian tertarik untuk menjelaskan hubungan antara variabel dependen dan independen, dimana peneliti akan menghitung seberapa besar pengaruh promosi daerah (*liveability*, *investability*, *visitability*) terhadap pendapatan daerah, yang membedakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode regresi linier berganda dan analisis SWOT serta penambahan dan penggantian variabel pada penelitian sebelumnya.

B. Hipotesis

Berdasarkan teori di atas maka dapat disimpulkan Hipotesis sebagai berikut :

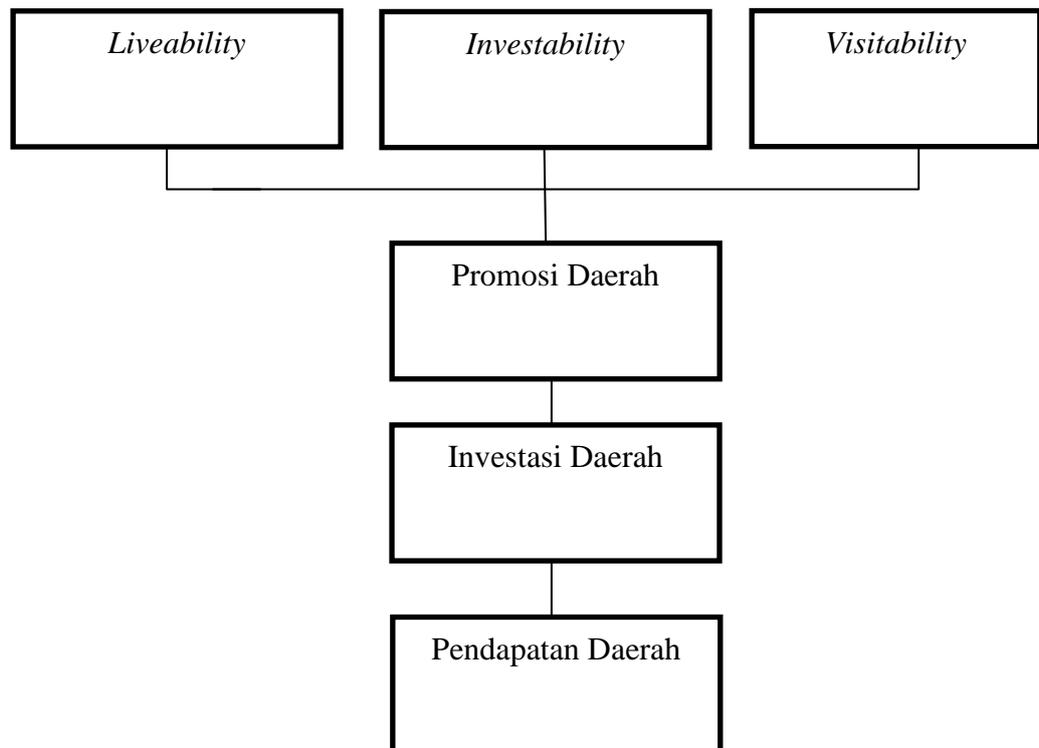
H₁ : *Liveability* berpengaruh positif terhadap Pendapatan Daerah.

H₂ : *Investability* berpengaruh positif terhadap Pendapatan Daerah

H₃ : *Visitability* berpengaruh positif terhadap Pendapatan Daerah

C. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori dan kajian terhadap penelitian terdahulu maka peneliti menyusun kerangka pemikiran yang menjadi sebuah dasar hubungan antar variabel dependen dan independen yang digambarkan pada gambar di bawah :



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran