

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENERIMAAN PAJAK REKLAME DI KABUPATEN
PURBALINGGA TAHUN 2010-2020**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

RESTI NOVIA NINGSIH

NIM. 1617201079

**JURUSAN EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Resti Novia Ningsih

NIM : 1617201079

Jenjang : S.1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi
Penerimaan Pajak Reklame Di Kabupaten
Purbalingga Tahun 2010-2020**

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 18 Januari 2022

Saya yang menyatakan,



Resti Novia Ningsih

NIM. 1617201079



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENERIMAAN
PAJAK REKLAME DI KABUPATEN PURBALINGGA TAHUN 2010-2020**

Yang disusun oleh Saudara **Resti Novia Ningsih NIM 1617201079** Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Kamis** tanggal **27 Januari 2022** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji


Rahmini Hadi, S.E., M.Si.
NIP. 19701224 200501 2 001

Sekretaris Sidang/Penguji


Ida. PW, S.E., Ak., M.Si., C.A.
NIDN. 2004118201

Pembimbing/Penguji


Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si.
NIP. 19781231 200801 2 027

Purwokerto, 10 Februari 2022

Melgetahui/Mengesahkan
Dekan




Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di-

Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Resti Novia Ningsih NIM 1617201079 yang berjudul:

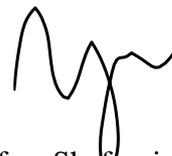
Analisis Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame Di Kabupaten Purbalingga Tahun 2010-2020

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E.).

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Purwokerto, 20 Desember 2021

Pembimbing,



Yoiz Shofwa Shafarani, SP., M.Si.

NIP. 19781231 200801 2 027

MOTTO

“It’s Okay to be Different”



Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame Di Kabupaten Purbalingga Tahun 2010-2020

RESTI NOVIA NINGSIH

NIM. 1617201079

E-mail: novianingsihresti@gmail.com

Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Pajak Daerah merupakan salah satu sumber penerimaan Daerah yang utama, karena peranan sektor pajak sangatlah besar, terutama untuk menunjang keberhasilan pembangunan di kabupaten/kota. Pajak Reklame merupakan salah satu sumber penerimaan pajak daerah yang penting bagi Kabupaten Purbalingga. Hal ini terbukti selama tahun 2010-2020 penerimaan Pajak Reklame mengalami peningkatan. Namun dalam perkembangannya selama tahun 2010-2020 persentase penerimaan Pajak Reklame berfluktuasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Purbalingga.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan Badan Keuangan Daerah (BAKEUDA) Kabupaten Purbalingga. Data yang digunakan merupakan data runtut waktu (*time series*) dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2020. Variabel independen yang digunakan yaitu PDRB (Produk Domestik Regional Bruto), jumlah penduduk, dan jumlah industri. Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda (*Multiple Linier Regression Method*) dengan metode kuadrat terkecil atau *Ordinary Least Square* (OLS)

Berdasarkan hasil uji t (Parsial) menunjukkan bahwa PDRB (X_1) dan Jumlah Penduduk (X_2) secara parsial berpengaruh terhadap penerimaan Pajak Reklame, sedangkan Jumlah Industri secara parsial tidak berpengaruh terhadap penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Purbalingga. Hasil uji F (simultan) menunjukkan bahwa secara keseluruhan variabel independen (PDRB, Jumlah Penduduk dan Jumlah Industri) secara Bersama-sama dapat menunjukkan pengaruhnya terhadap penerimaan Pajak Reklame. Nilai R-Square sebesar 0,842 menunjukkan bahwa 84,2% variabel pajak reklame dapat dijelaskan oleh variabel PDRB, jumlah penduduk, dan Jumlah Industri. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 15,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: *Pajak Reklame, PDRB, Jumlah Penduduk, Jumlah Industri.*

Analysis of Factors Affecting Advertising Tax Revenue in Purbalingga Regency 2010-2020

RESTI NOVIA NINGSIH

NIM. 1617201079

E-mail: novianingsihresti@gmail.com

Department of Islamic Economics, Faculty of Islamic Economics and
Business

State Islamic University (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

Local Taxes are one of the main sources of regional revenue, because the role of the tax sector is very large, especially to support the success of development in districts / cities. Billboard Tax is one of the sources of local tax revenue that is important for Purbalingga Regency. This is evident during the year 2010-2020 the receipt of Billboard Tax has increased. But in its development during 2010-2020 the percentage of Billboard Tax receipts fluctuated. The purpose of this study was to analyze the factors that affect the receipt of Billboard Tax in Purbalingga Regency.

This research is quantitative research. The data used is secondary data obtained from the Central Statistics Agency (BPS) and the Regional Finance Agency (BAKEUDA) of Purbalingga Regency. The data used is time series data from 2010 to 2020. . Independent variables used are GDP (Gross Regional Domestic Product), population, and industrial number. The regression model used in this study is multiple linear regression method with the smallest square method or Ordinary Least Square (OLS).

Based on the results of the test t (Partial) showed that PDRB (X1) and Population (X2) partially affect the receipt of Billboard Tax, while the Amount of Industry partially had no effect on the receipt of Billboard Tax in Purbalingga Regency. The results of the F (simultaneous) test show that overall independent variables (PDRB, Population and Industrial Number) can jointly demonstrate their effect on the receipt of Billboard Tax. An R-Square value of 0.842 indicates that a 84.2% variable tax billboard can be explained by the PDRB variable, population number, and Industry Amount. The remaining 15.8% was explained by other variables not studied.

Keywords: *Advertising Tax, GRDP, Total Population, Number of Industries.*

PANDUAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata arab yang akan di gunakan dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada surat keputusan bersama antara menteri agama dan Menteri pendidikan dan kebudayaan R.I. Nomor 158/ 1987 dan Nomor 0543b/U/1987.

Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša	Š	Es (dengan titi di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Šad	Š	Es (dengan titik di bawah)
ض	D'ad	D	De (dengan titik di bawah)
ط	Tha	T	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Dzad	Z	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

Konsonan rangkap karena syaddah di tulis Rangkap

حدثنا	Ditulis	Haddasana
عدة	Ditulis	'iddah

Ta' marbutah di akhir kata bila di matikan di tulih h

حكمة	Ditulis	Hikmah
جزية	Ditulis	Jizyah

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah diserap ke dalam bahasa indonesia, seperti zakat, shalat dan sebagainya, kecuali dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila di ikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua terpisah, maka di tulis dengan h.

كرامة الولايا	Ditulis	Karāmah al-auliya
---------------	---------	-------------------

- b. Bila ta'marbutah hidup dengan harakat, fathah atau kasrah atau dammah di tulis dengan

زكاة الفطر	Ditulis	Zakāt al-fiṭr
------------	---------	---------------

Vokal Pendek

-----َ-----	Fathah	Ditulis	A
-----ِ-----	Kasrah	Ditulis	I
-----ُ-----	Dammah	Ditulis	U

Vokal Panjang

1	Fathah + Alif	Ditulis	Ā
	جاهلية	Ditulis	jāhiliyah
2	Fathah + ya'mati	Ditulis	Ā
	تنسي	Ditulis	Tansā
3	Kasrah + ya'mati	Ditulis	ī
	كريم	Ditulis	Karīm
4	Dhammah + wāwu Mati	Ditulis	ū
	فر و ض	Ditulis	furūd

Vokal Rangkap

1	Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	Bainakum
2	Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	Qaul

Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata di pisahkan dengan apostrof

أنتم	Ditulis	a'antum
أعدت	Ditulis	u'iddat
لئن شكرتم	Ditulis	la'in syakartum

Kata sandang Alif + Lam

- a. Bila diikuti huruf Qomariyah

القرآن	Ditulis	al-Qur'an
القياس	Ditulis	al-Qiyās

- b. Bila diikuti huruf Syamsiyyah di tulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menghilangkan l (el)nya

انكاح	Ditulis	An-nikāh
الشمس	Ditulis	asy-syams

Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذوى الفروض	Ditulis	Ẓawī al-furūd
اهل السنة	Ditulis	ahl as-sunnah

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur atas limpahan rahmat dan karunia yang telah Allah SWT berikan, sehingga karya Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kehidupan, hidayah dan kesempatan untuk belajar.
2. Ibu dan Ayahku tercinta, Ibu Yuni dan Bapak Aris Sutrisno, yang selalu membimbing dalam kebaikan dan senantiasa mencurahkan seluruh perhatian, pengorbanan dan kasih sayang yang tidak dapat tergantikan oleh apapun, serta do'a yang terbaik yang takkan pernah terputus.
3. Kakak-kakaku Afu Nur Aifah dan Singgih Rizqi Handika, yang senantiasa memberikan dukungan dan do'a yang terbaik.
4. Teman-temanku tercinta Khanifah, Fia, Danang, Alief, Lulu, Irin, Fika, Adisetya, Uswatun Khasanah, Trisna terimakasih atas bantuan, dan motivasi yang telah diberikan.
5. Teman-teman ES 2016 terimakasih atas kebersamaan, motivasi dan pengalaman-pengalaman yang telah diberikan.
6. Rekan-rekan, sahabat dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terimakasih atas segala bantuan dan do'anya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting. And tryna give more than I receive. I wanna thank me for just being me at all times.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah *robbil 'alamin*, rasa syukur yang tak terhingga penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala nikmat, karunia, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame Di Kabupaten Purbalingga Tahun 2010-2020”.

Bersamaan dengan selesainya skripsi ini, ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis mengucapkan terimakasih yang mendalam kepada :

1. Dr. H. Moh. Roqib M.Ag., Rektor UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. Fauzi, M.Ag., Wakil Rektor I UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
3. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Wakil Rektor II UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
4. Dr. H. Sukhan Chakim, M.M., Wakil Rektor III UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
6. Dr. Atabik, M.Ag., Dosen Pembimbing akademik Ekonomi Syariah B 2016.
7. Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si, Ketua Jurusan Ekonomi Syariah UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
8. Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si, Selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan, inspirasi dan motivasi kepada peneliti.
9. Segenap Dosen dan Staf Administrasi Program Studi Ekonomi Syari'ah S1 yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan yang bermanfaat.
10. Segenap Staf dan Karyawan Perpustakaan UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulismohon kritik dan saran yang membangun sebagai evaluasi untuk penulisan karya tulis selanjutnya.

Demikian terimakasih penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini. Semoga bantuan dari semua pihak dapat menjadi amal yang diperhitungkan Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya. *Amiin ya rabbal'alamiin.*

Purwokerto, 18 Januari 2022

Penulis



Resti Novia Ningsih
NIM.1617201079



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
PANDUAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	viii
PERSEMBAHAN.....	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
A. Pengertian Pajak.....	13
B. Fungsi dan Syarat Pemungutan Pajak	14
C. Jenis-jenis Pajak.....	15
D. Unsur-unsur dan Ciri-ciri Pajak	17
E. Sistem Pemungutan Pajak	19
F. Sumber-Sumber Pendapatan Daerah.....	20
G. Pajak Daerah	23
H. Pajak Reklame.....	29
I. Hubungan antara PDRB, Jumlah Penduduk dan Jumlah Industri dengan Pajak Reklame.	32

J. Kajian Pustaka.....	34
2. Landasan Teologis	37
K. Kerangka Pemikiran.....	41
L. Hipotesis Penelitian.....	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	45
A. Jenis Penelitian.....	45
B. Tempat dan Waktu Penelitian	45
C. Sumber Data.....	45
D. Populasi dan Sampel	46
E. Variabel dan Indikator.....	47
F. Jenis dan Sumber Data	50
G. Teknik Pengumpulan Data.....	51
H. Teknik Analisis Data Penelitian.....	51
BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	57
A. Gambaran Umum Kabupaten Purbalingga	57
B. Analisis Data dan Pembahasan	62
C. Pembahasan Hasil Penelitian	71
BAB V PENUTUP	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran.....	78
Daftar Pustaka	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Kontribusi Pajak Reklame Terhadap PAD Kabupaten Purbalingga Tahun 2010-2020.....	5
Tabel 1.2	PDRB Atas Dasar Harga Konstan Kabupaten Purbalingga.....	7
Tabel 1.3	Jumlah Penduduk Kabupaten Purbalingga	8
Tabel 1.4	Jumlah Industri Kabupaten Purbalingga.....	10
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	34
Tabel 4.1	Luas Wilayah, Jumlah Penduduk dan Kepadatan Penduduk Menurut Kecamatan di Kabupaten Purbalingga Tahun 2020	60
Tabel 4.2	Hasil Uji Normalitas	62
Tabel 4.3	Hasil Uji Multikolinearitas.....	63
Tabel 4.4	Hasil Uji Heteroskedastitas.....	64
Tabel 4.5	Hasil Uji Autokorelasi	64
Tabel 4.6	Uji Autokorelasi (Uji Run)	65
Tabel 4.7	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	66
Tabel 4.8	Hasil Uji T (Parsial).....	68
Tabel 4.9	Hasil Uji F (Simultan).....	70
Tabel 4.10	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	42
--	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Variabel Independen Dan Dependen

Lampiran 2 Hasil Uji Normalitas

Lampiran 3 Hasil Uji Multikolinearitas

Lampiran 4 Hasil Uji Heteroskedastitas

Lampiran 5 Hasil Uji Autokorelasi

Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Lampiran 7 Hasil Uji T (Parsial)

Lampiran 8 Hasil Uji F (Simultan)

Lampiran 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebagai negara berkembang, Indonesia melakukan pembangunan di segala bidang demi untuk mewujudkan cita-cita bangsa yang adil dan makmur. Pembangunan merupakan suatu proses yang ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat. Istilah pembangunan lebih sering diartikan sebagai suatu proses peningkatan output yang dihasilkan dari perkembangan sektor-sektor ekonomi, budaya, sosial, cara pandang untuk mensejahterakan masyarakat secara berkelanjutan (Ananda, 2017). Pelaksanaan pembangunan ini memerlukan adanya anggaran pendapatan dan belanja negara tiap tahunnya agar terwujudnya pembangunan nasional. Dalam proses pembangunan nasional tentunya diikuti dengan adanya pembangunan daerah yang merupakan bagian penting dalam proses pembangunan ekonomi.

Pembangunan daerah sendiri merupakan titik awal pelaksanaan pembangunan, sehingga daerah diharapkan mengetahui potensi dan kebutuhan yang dimiliki daerahnya. Pembangunan merupakan upaya pemanfaatan berbagai potensi yang ada di masing-masing daerah, oleh karena itu proses pelaksanaan pembangunan lebih diarahkan ke daerah-daerah agar daerah mampu mengatur rumah tangganya sendiri. Daerah diharapkan mampu menggali sumber-sumber penerimaan daerah yang potensial agar dapat digunakan untuk pembiayaan pembangunan daerahnya masing-masing sehingga daerah mampu melaksanakan otonomi daerahnya serta mampu meningkatkan penerimaan anggaran pendapatan dan belanja daerah.

Melalui Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999, otonomi daerah mulai diberlakukan untuk pertama kalinya. Sampai saat ini undang-undang terkait otonomi daerah sudah mengalami beberapa kali perubahan. Era otonomi daerah yang kemudian secara resmi diberlakukan di Indonesia pada 1 Januari 2001 menghendaki pemerintah daerah untuk berkreasi dengan potensi daerah masing-masing yang dapat dijadikan sebagai sumber penerimaan daerahnya termasuk memaksimalkan PAD (Pendapatan Asli Daerah) dan dapat digunakan untuk membiayai pengeluaran pemerintah daerah dalam melaksanakan pembangunan daerah. Sumber pembiayaan pembangunan bagi pemerintah daerah berasal dari penetapan pendapatan daerah, baik yang berasal dari Pendapatan Asli Daerah (PAD) maupun pendapatan daerah pemerintah pusat, baik yang berupa bagi hasil maupun sumbangan. Untuk memaksimalkan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD), sumber-sumber penerimaan daerah yang potensial digali secara maksimal sesuai perundang-undangan yang berlaku, termasuk diantaranya adalah pajak daerah dan retribusi daerah yang merupakan salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang utama.

Menurut Soemitro (Mardiasmo, 2018) pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan Undang-Undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal balik (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan, dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum. Sedangkan pajak daerah adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang 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 (Mardiasmo, 2018). Pajak daerah sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) diharapkan mampu menjadi sumber dari pembangunan daerah serta pembiayaan penyelenggaraan pemerintahan agar dapat membantu pemerataan dan meningkatkan

kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian pemerintah daerah dapat mengatur dan mengurus rumah tangganya sendiri.

Kabupaten Purbalingga merupakan kabupaten termuda se-eks karesidenan Banyumas. Usianya baru saja menginjak 191 tahun jika dibandingkan dengan Kabupaten Banyumas dan Kabupaten Banjarnegara yang sebentar lagi merayakan HUT yang ke-450. Meskipun cukup muda, pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Purbalingga cukup stabil. Perekonomian di Purbalingga tahun 2019 tercatat tumbuh sebesar 5,65%, lebih tinggi dari pertumbuhan ekonomi Jawa Tengah, yakni 5,40%.

Selain itu, Kabupaten Purbalingga juga memiliki keunggulan dalam bidang industri. Produk industri terbesar yang berada di Purbalingga adalah kerajinan rambut berupa rambut palsu (Wig) dan Bulu Mata Palsu yang pasarannya sudah sampai ke luar negeri seperti Amerika dan Korea. Selain Wig dan Bulu Mata Palsu, Kabupaten Purbalingga juga memiliki produk industri unggulan lain, yaitu knalpot. Sama seperti industri Wig dan Bulu Mata Palsu, knalpot Purbalingga juga sudah diekspor hingga Australia, Arab, Swedia dan negara-negara Asia. Dari industri-industri tersebut Purbalingga banyak diminati oleh investor terbukti di tahun 2020, nilai investasi masuk di Kabupaten Purbalingga mencapai Rp 758.271.424.434. Angka tersebut berasal dari realisasi investasi baru dan pengembangan/perluasan usaha berdasarkan penerbitan izin, baik dari perusahaan Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN) maupun perusahaan Penanaman Modal Asing (PMA). Dapat dikatakan bahwa industri di Kabupaten Purbalingga berkembang dengan baik, dengan banyaknya industri yang ada di Purbalingga maka memungkinkan tingginya penggunaan reklame sehingga dapat meningkatkan pendapatan pajak daerah khususnya pajak reklame.

Kabupaten Purbalingga menargetkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) untuk terus ditingkatkan setiap tahunnya. Bupati Purbalingga Dyah Hayuning Pratiwi menyatakan bahwasannya dalam rangka meningkatkan PAD maka dilakukan perbaikan dalam hal sistem/metode pemungutan

pajak/retribusi untuk menghindari kebocoran, memperbaharui data subyek dan obyek pajak daerah sehingga sesuai dengan potensi yang ada, serta meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar pajak. Tidak dapat dipungkiri bahwasanya pajak memegang peranan penting dalam meningkatkan PAD, pemerintah daerah melakukan upaya agar pajak daerah dapat dioptimalkan sehingga dapat lebih berperan dalam usaha peningkatan Pendapatan Asli Daerah.

Sesuai Undang-Undang No 28 tahun 2009 tentang pajak daerah dan retribusi daerah, maka jenis-jenis pajak daerah di kabupaten Purbalingga terdiri dari Pajak Hotel, Pajak Restoran, Pajak Hiburan, Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan, Pajak Reklame, Pajak Penerangan Jalan, Pajak Parkir, Pajak Air Tanah, Pajak Sarang Burung Walet, Pajak Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan, dan Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan (PBB P2).

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 M. P., 2016, hal. 10).

Terdapat satu jenis pajak daerah yang menarik dari semua pajak yang dikelola oleh Pemerintah Kabupaten Purbalingga, yaitu pajak reklame. Pajak reklame bukan merupakan pajak unggulan di Kabupaten Purbalingga, namu cukup menarik untuk diteliti karena jika dilihat di lapangan banyak didapati reklame bertebaran di tempat-tempat umum, tapi kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah masih kecil.

Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame (Siahaan, 2016). Penyelenggara reklame ialah orang/badan yang menyelenggarakan atau menggunakan reklame, baik untuk dan atas namanya sendiri atau untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya (Uly & Fajriana, 2019). Reklame adalah benda, alat,

perbuatan atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial, 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. Jenisnya diantaranya billboard, LED, kain, stiker, selebaran, udara, berjalan, apung, suara, film/slide, peragaan (Siahaan M. P., 2016, hal. 381). Dasar pengenaan pajak reklame adalah *nilai sewa reklame* (NSR), yaitu nilai yang ditetapkan sebagai dasar perhitungan penetapan besarnya pajak reklame.

Tabel 1.1 Kontribusi Pajak Reklame Terhadap PAD Kabupaten Purbalingga Tahun 2010-2020

Tahun Anggaran	Pajak Reklame	Prosentase Perubahan (%)	PAD	Prosentase Perubahan (%)	Sumbangan Pajak Reklame Terhadap PAD (%)
2010	406.742.653	-	79.803.181.000	-	0,51
2011	423.387.125	4,09	94.937.116.000	18,96	0,45
2012	578.281.742	36,58	112.755.698.257	18,77	0,51
2013	641.892.900	11,00	122.858.738.938	8,96	0,52
2014	744.746.053	16,02	202.593.689.614	64,9	0,37
2015	774.531.967	4,00	215.622.047.787	6,43	0,36
2016	878.700.709	13,45	251.816.668.602	16,79	0,35
2017	876.564.028	-0,24	355.859.003.583	41,32	0,25
2018	823.076.392	-6,10	282.679.019.517	-20,56	0,29
2019	922.968.876	12,14	305.996.806.188	8,25	0,30
2020	716.728.899	-22,35	313.618.688.781	2,49	0,23

Sumber: *BAKEUDA Kabupaten Purbalingga (data diolah)*

Dalam tabel 1.1 diatas dapat diketahui bahwa penerimaan pajak Reklame Kabupaten Purbalingga dalam waktu 11 tahun, yaitu dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2020 mengalami fluktuasi. Dari tahun 2010 sampai tahun 2016 pajak reklame terus mengalami kenaikan dengan prosentase yang berbeda-beda. Kenaikan tertinggi terjadi pada tahun 2012 yang mengalami kenaikan sebesar 36,58 persen, kemudian mengalami

penurunan di tahun 2017 sebesar 0,24 persen dan ditahun 2018 sebesar 6,10 persen, mengalami kenaikan ditahun 2019 sebesar 12,14 persen dan kembali menurun di tahun 2020 sebesar 22,35 persen.

Pada tahun 2010 sampai dengan tahun 2019 pertumbuhan PAD terus mengalami kenaikan dengan tingkat kenaikan yang berbeda-beda, dimana kenaikan tertinggi terjadi di tahun 2014 yaitu sebesar 64,90 persen dan penurunan terjadi pada tahun 2018 yaitu sebesar 20,56 persen. Sedangkan untuk pertumbuhan sumbangan pajak reklame terhadap PAD dalam kurun waktu tahun 2010 sampai 2020 mengalami kenaikan, berkisar antara 0,23 sampai 0,50 persen. Dari permasalahan tersebut maka timbul beberapa pertanyaan yakni, faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame di Kabupaten Purbalingga.

PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) merupakan salah satu indikator untuk mengetahui kondisi ekonomi di suatu wilayah dalam suatu periode tertentu dan dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan ekonomi suatu daerah serta sebagai bahan evaluasi dari hasil pembangunan ekonomi (Purbalingga, 2010). Apabila PDRB mengalami peningkatan maka akan berpengaruh positif terhadap penerimaan daerah. Menurut Musgrave dalam (Haniz, 2013, p. 10) Besar kecilnya penerimaan pajak sangat ditentukan oleh PDRB, jumlah penduduk dan kebijakan pemerintah baik pusat maupun daerah dan juga banyaknya jumlah industri yang ada. Jadi PDRB dan jumlah penduduk berpengaruh pada pajak daerah pada umumnya dan pajak reklame pada khususnya.

Jumlah PDRB atas dasar harga konstan di Kabupaten Purbalingga pada tahun 2010 sampai dengan tahun 2020 selalu mengalami peningkatan. Peningkatan pertumbuhan tertinggi terjadi pada tahun 2012, yaitu sebesar 5,79 %. Pertumbuhan PDRB atas dasar harga konstan terendah terjadi pada tahun 2014 dan tahun 2016 yaitu sebesar 4,85%, dan mengalami penuruna di tahun 2020 sebesar 1,23%. Penurunan ini terjadi karena di tahun 2020 terjadi pandemi COVID-19 yang menyebar ke seluruh penjuru dunia. Dampak COVID-19 ini juga mempengaruhi sektor

industri, mulai dari penurunan permintaan barang dan jasa, kesulitan mengekspor karena beberapa negara tujuan melakukan *lockdown* dan juga penurunan tenaga kerja karena dirumahkan atau PHK. Seperti yang terlihat pada Tabel 1.2.

Tabel 1. 2 PDRB Atas Dasar Harga Konstan Kabupaten Purbalingga Tahun 2010-2020

Tahun	PDRB	Pertumbuhan
2010	10.858.631,52	-
2011	11.474.221,22	5,67
2012	12.138.445,34	5,79
2013	12.778.311,23	5,27
2014	13.397.712,78	4,85
2015	14.130.612,26	5,47
2016	14.816.429,63	4,85
2017	15.612.285,90	5,37
2018	16.458.708,49	5,42
2019	17.387.941,84	5,65
2020	17.174.549,10	-1,23

Sumber : BPS Jawa Tengah

Dini Nurmayasari (2010) dalam penelitiannya membuktikan bahwa jumlah penduduk berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame. Penelitiannya menunjukkan bahwa semakin tinggi jumlah penduduk di suatu daerah maka akan meningkatkan penerimaan pajak reklame. Semakin banyak jumlah penduduk di suatu daerah, semakin banyak pula promosi yang dilakukan oleh produsen. Pada gilirannya, peningkatan konsumsi agregat memungkinkan usaha-usaha produktif berkembang, begitu pula perekonomian secara keseluruhan (Dumairy, 1996). Reklame merupakan salah satu media yang digunakan untuk melakukan promosi oleh produsen agar produk yang ditawarkan dapat dikenal oleh masyarakat, dengan demikian semakin banyak reklame yang digunakan maka semakin banyak pula pajak reklame yang diterima oleh pemerintah daerah.

Jumlah penduduk Kabupaten Purbalingga dalam kurun waktu 11 tahun, yaitu tahun 2010 sampai dengan 2020 mengalami fluktuasi. Pada tahun 2011 sampai dengan tahun 2014 pertumbuhan jumlah penduduk kabupaten purbalingga mengalami peningkatan masing-masing sebesar 1,34% di tahun 2011, 2,14% ditahun 2012 dan 0,32% ditahun 2013,dan 1,06 di tahun 2014. Pada tahun 2015 tercatat jumlah penduduk kabupaten Purbalingga sebesar 898.376 atau mengalami pertumbuhan sebesar 4,54%. pada tahun 2016 sampai dengan tahun 2019 jumlah penduduk kabupaten Purbalingga terus meningkat, pertumbuhan tertinggi terjadi pada tahun 2019 yaitu sebesar 8,44%, pertumbuhan jumlah penduduk Kabupaten Purbalingga mengalami penurunan di tahun 2020 yaitu sebesar 0,47%, naik turunnya jumlah penduduk disebabkan oleh beberapa faktor yaitu angka kematian, angka kelahiran, penduduk yang pindah/keluar dan penduduk yang datang/masuk, di tahun 2020 jumlah kematian mencapai 5.202 jiwa lebih tinggi dari tahun 2019 yang hanya sebesar 402 jiwa. Jumlah penduduk yang dataang/masuk sebesar 1.123 jiwa lebih kecil dari tahun sebelumnya yang mencapai 7.944 jiwa. Maka dapat dilihat dengan jelas bahwa jumlah penduduk di Kabupaten Purbalingga mengalami fluktuasi seperti yang terlihat dalam Tabel 1.3.

Tabel 1. 3 Jumlah Penduduk Kabupaten Purbalingga Tahun 2010-2020

Tahun	Jumlah Penduduk	Pertumbuhan
2010	851.963	-
2011	863.391	1,34
2012	881.831	2,14
2013	884.683	0,32
2014	894.062	1,06
2015	898.376	4,54
2016	907.507	1,02
2017	916.427	0,98
2018	925.193	0,96
2019	1.003.246	8,44
2020	998.561	-0,47

Sumber : BPS Kabupaten Purbalingga

Menurut Sutrisno (2002) jumlah industri berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame. Jumlah industri adalah jumlah usaha industri baik industri kecil, menengah maupun besar yang ada di kabupaten Purbalingga. Jumlah industri yang menggunakan media reklame akan mempengaruhi penerimaan pajak reklame. Suatu industri membutuhkan reklame sebagai media promosi agar produk yang dimiliki dapat dikenal oleh masyarakat, dengan bertambahnya reklame maka akan meningkatkan penerimaan pajak reklame itu sendiri.

Jumlah Industri di Kabupaten Purbalingga dalam kurun waktu 11 tahun berfluktuasi, dimana ditahun 2010 terdapat 72 unit industri, ditahun 2011 terdapat 81 unit, tahun 2012 90 unit, 2013 menurun menjadi 82 unit, tahun 2014 terdapat 90 unit kemudian ditahun 2015 kembali mengalami penurunan menjadi 80 unit. Pertumbuhan industri di Kabupaten Purbalingga mengalami peningkatan ditahun 2016 sebesar 20%, kemudian meningkat kembali ditahun 2017 sebesar 69,79%, meningkat kembali ditahun 2018 sebesar 6,13%, ditahun 2019 mengalami penurunan sebesar 11,56% dan menurun kembali ditahun 2020 sebesar 6,54%, Badan Pusat Statistik Kabupaten Purbalingga menyebutkan, akibat adanya Pandemi COVID-19 sebanyak 11,11% perusahaan tutupsecara permanen dan 1,31% perusahaan tutup sementara dengan kurun waktu yang belum bisa ditentukan menunggu pandemi segera berakhir. Maka terlihat jelas bahwa jumlah industri di Kabupaten Purbalingga mengalami fluktuasi setiap tahunnya seperti yang terlihat pada pada Tabel 1.4.

**Tabel 1. 4 Jumlah Industri Kabupaten Purbalingga
Tahun 2010-2020**

Tahun	Jumlah Industri	Pertumbuhan
2010	72	-
2011	81	12,50
2012	90	11,11
2013	82	-8,89
2014	90	9,76
2015	80	-11,11
2016	96	20,00
2017	163	69,79
2018	173	6,13
2019	153	-11,56
2020	143	-6,54

Sumber : BPS Kabupaten Purbalingga

Pendapatan perkapita adalah pendapatan rata-rata penduduk suatu negara pada suatu periode tertentu, yang biasanya satu tahun. Taridha Uly dan Icha Fajriana dalam penelitiannya menyatakan bahwa Pendapatan Perkapita berpengaruh secara signifikan terhadap penerimaan pajak reklame. Hal ini dikarenakan apabila pendapatan perkapita meningkat maka perubahan dalam pola konsumsi pun akan meningkat sehingga penerimaan pajak juga meningkat (Uly & Fajriana, 2017).

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti mencari dan membandingkan beberapa faktor-faktor yang sebagian besar diambil dalam penelitian yang sudah ada. Faktor-faktor yang banyak digunakan dalam penelitian sebelumnya diantaranya adalah PDRB (Produk Domestik Regional Bruto), jumlah penduduk, jumlah industri, Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP), pendapatan perkapita dan lain-lain. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil 3 faktor yang kemungkinan besar mempengaruhi penerimaan pajak reklame di Kabupaten Purbalingga, diantaranya PDRB (Produk Domestik Regional Bruto), jumlah penduduk dan jumlah industri. Untuk itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame Di Kabupaten Purbalingga Tahun 2010-2020”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh antara PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) dengan penerimaan pajak reklame di Kabupaten Purbalingga?
2. Apakah ada pengaruh antara jumlah penduduk dengan penerimaan pajak reklame di Kabupaten Purbalingga?
3. Apakah ada pengaruh antara Jumlah Industri dengan penerimaan pajak reklame di Kabupaten Purbalingga?
4. Apakah ada pengaruh antara PDRB (Produk Domestik Regional Bruto), Jumlah Penduduk, dan Jumlah Industri dengan penerimaan Pajak reklame di Kabupaten Purbalingga?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

- a. Menganalisis berapa besar pengaruh PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Purbalingga.
- b. Menganalisis berapa besar pengaruh jumlah penduduk terhadap penerimaan pajak reklame di kota Purbalingga.
- c. Menganalisis berapa besar pengaruh Jumlah Industri terhadap penerimaan pajak reklame di kota Purbalingga.
- d. Menganalisis secara bersama-sama seberapa besar pengaruh PDRB, jumlah penduduk, dan Jumlah Industri terhadap penerimaan pajak reklame di kota Purbalingga.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Praktis

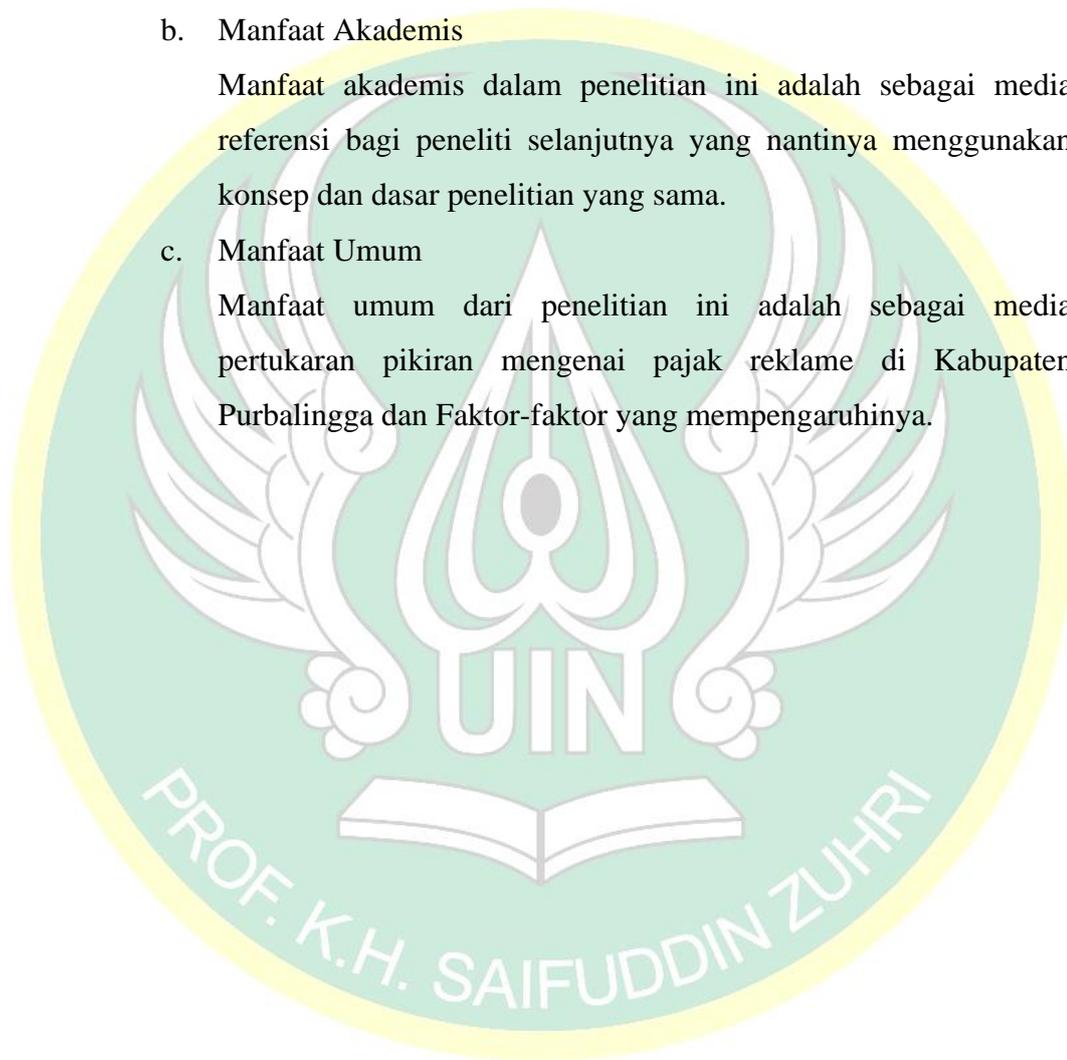
Manfaat praktis dalam penelitian ini adalah sebagai media referensi bagi pemerintah yang merupakan praktisi pemungutan pajak reklame di Kabupaten Purbalingga dalam meningkatkan penerimaan pajak reklame.

b. Manfaat Akademis

Manfaat akademis dalam penelitian ini adalah sebagai media referensi bagi peneliti selanjutnya yang nantinya menggunakan konsep dan dasar penelitian yang sama.

c. Manfaat Umum

Manfaat umum dari penelitian ini adalah sebagai media pertukaran pikiran mengenai pajak reklame di Kabupaten Purbalingga dan Faktor-faktor yang mempengaruhinya.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Pajak

Tentang pengertian pajak, ada beberapa pendapat dari para ahli. Menurut Prof. Dr. Rochmat Soemitro, S.H., pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapatkan jasa timbal (kontrapresiasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum (Mardiasmo, 2018).

Pajak menurut Prof. Dr. P.J.A. Andriani adalah iuran masyarakat kepada negara (yang dapat dipaksakan) yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan umum (undang-undang) dengan tidak mendapat prestasi kembali yang langsung dapat ditunjuk dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum berhubung tugas negara untuk menyelenggarakan pemerintahan (Utomo, Setiawanta, & Yulianto, 2011).

Menurut Sommerfeld Ray M dkk, pajak adalah suatu pengalihan sumber dari sektor swasta ke sektor pemerintah, bukan akibat pelanggaran hukum, namun wajib dilaksanakan, berdasarkan ketentuan yang ditetapkan terlebih dahulu, tanpa memperoleh imbalan secara langsung dan proporsional, agar pemerintah mampu melaksanakan tugas-tugasnya dalam menjalankan pemerintahan (Utomo, Setiawanta, & Yulianto, 2011).

Pajak menurut Undang-undang Nomor 16 Tahun 2009 tentang perubahan ke empat atas Undang-undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan pada Pasal 1 Ayat 1 berbunyi pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung

dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat (Mardiasmo, 2018).

Dari beberapa definisi tentang pajak tersebut diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pajak adalah pengalihan dana/kekayaan dari rakyat kepada kas negara berdasarkan peraturan perundang-undangan tanpa memperoleh imbalan secara langsung yang digunakan untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum yang merupakan sumber utama untuk membiayai investasi publik.

B. Fungsi dan Syarat Pemungutan Pajak

1. Fungsi Pajak

Pajak memiliki dua fungsi (Mardiasmo, 2018, hal. 4), yaitu:

a. Fungsi Anggaran (*Budgetair*)

Pajak berfungsi sebagai salah satu sumber dana bagi pemerintah untuk membiayai pengeluaran-pengeluarannya.

b. Fungsi Mengatur (*Regulerend*)

Pajak berfungsi sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijaksanaan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi.

2. Syarat Pemungutan Pajak

Agar pemungutan pajak tidak menimbulkan hambatan atau perlawanan, maka pemungutan pajak harus memenuhi syarat sebagai berikut (Mardiasmo, 2018, hal. 4-5):

a. Pemungutan pajak harus adil (Syarat Keadilan)

Sesuai dengan tujuan hukum, yakni mencapai keadilan, undang-undang maupun pelaksanaan pemungutan pajak harus adil. Adil dalam perundang-undangan diantaranya mengenakan pajak secara umum dan merata, serta disesuaikan dengan kemampuan masing-masing. Sedang adil dalam pelaksanaannya yakni dengan memberikan hak bagi wajib pajak untuk mengajukan keberatan, penundaan dalam pembayaran dan mengajukan banding kepada Pengadilan Pajak.

- b. Pemungutan pajak harus berdasarkan undang-undang (Syarat Yuridis)

Di Indonesia, pajak diatur dalam UUD 1945 pasal 23 ayat 2. Hal ini memberikan jaminan hukum untuk menyatakan keadilan, baik bagi negaranya maupun warganya.

- c. Tidak mengganggu perekonomian (Syarat Ekonomis)

Pemungutan tidak boleh mengganggu kelancaran kegiatan produksi maupun perdagangan, sehingga tidak menimbulkan kelesuan perekonomian masyarakat.

- d. Pemungutan pajak harus efisien (Syarat Finansial)

Sesuai fungsi *budgetair*, biaya pemungutan pajak harus lebih rendah dari hasil pemungutannya.

- e. Sistem pemungutan pajak harus sederhana

Sistem pemungutan yang sederhana akan memudahkan dan mendorong masyarakat dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Syarat ini telah dipenuhi oleh undang-undang perpajakan yang baru.

C. Jenis-jenis Pajak

Jenis-jenis pajak dapat dikelompokkan menjadi tiga, yaitu berdasarkan golongan, berdasarkan sifat, dan berdasarkan lembaga pemungutnya (Ratnawati & Hernawati, 2015, hal. 4):

1. Menurut Golongannya
 - a. *Pajak Langsung*, adalah pajak yang harus ditanggung sendiri oleh wajib pajak dan tidak dapat dialihkan atau dibebankan ke orang lain maupun pihak lain. Pajak tersebut harus menjadi tanggungan wajib pajak yang bersangkutan. Contohnya, PPh (Pajak Penghasilan) dibayar oleh pihak-pihak yang memperoleh penghasilan tersebut.
 - b. *Pajak Tidak Langsung*, adalah pajak yang dapat dialihkan atau dibebankan kepada orang lain atau pihak lain. Pajak tidak langsung bisa terjadi jika terdapat suatu kegiatan, peristiwa,

atau perbuatan yang menyebabkan pajak terhutang, misalnya ketika terjadi penyerahan barang dan jasa. Contohnya, PPN (Pajak Pertambahan Nilai) adalah pajak yang terjadi karena adanya pertambahan nilai terhadap barang dan jasa. Jenis pajak ini dibayarkan oleh produsen maupun pihak yang menjual barang, akan tetapi pajak tersebut dibebankan kepada konsumen, baik secara eksplisit (dimasukkan dalam harga jual).

2. Menurut Sifatnya

- a. *Pajak Subjektif*, adalah pajak yang dalam pengenaannya memperhatikan keadaan pribadi wajib pajak. Pajak subjektif adalah pajak yang memperhatikan keadaan subjeknya. Contohnya, PPh (Pajak Penghasilan). Dalam hal PPh, terdapat subjek pajak (wajib pajak) yang berupa perorangan. Pembebanan PPh kepada orang tersebut dilakukan dengan melihat keadaan pribadi wajib pajak (status perkawinan, jumlah anak, dan tanggungan-tanggungan lain). Keadaan pribadi wajib pajak tersebut digunakan untuk menemukan seberapa besar penghasilan yang tidak kena pajak.
- b. *Pajak Objektif*, adalah pajak yang dalam pengenaannya memperhatikan objek yang berupa benda, keadaan, perbuatan, dan atau peristiwa yang menyebabkan munculnya kewajiban untuk membayar pajak, tanpa memperhatikan keadaan pribadi wajib pajak. Contohnya, PPN (Pajak Pertambahan Nilai), PPnBM (Pajak Penjualan atas Barang Mewah), dan PBB (Pajak Bumi dan Bangunan).

3. Menurut Lembaga Pemungutnya

- a. *Pajak Pusat*, adalah pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat. Hasil pemungutan pajak tersebut digunakan untuk membiayai keperluan umum rumah tangga negara. Contohnya: PPh, PPN, dan PPnBM.

b. *Pajak Daerah*, adalah pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah, baik itu pemerintah daerah tingkat I (pajak provinsi) maupun pemerintah daerah tingkat II (pajak kabupaten / kota). Hasil pemungutan pajak tersebut digunakan untuk membiayai keperluan umum daerah masing-masing. Contohnya, pajak provinsi meliputi Pajak Kendaraan Bermotor, Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor, Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor. Pajak kabupaten / kota meliputi Pajak Hotel, Pajak Restoran, Pajak Reklame, Pajak Hiburan, Pajak Pengambilan Bahan Galian Golongan C, Pajak Penerangan Jalan, Pajak Parkir, Pajak Bumi dan Bangunan Pedesaan dan Perkotaan, Bea Perolehan Hak Atas Tanah dan Bangunan.

Dari uraian di atas, pajak dikelompokkan menjadi tiga kelompok, yaitu pajak menurut golongannya, menurut sifatnya, dan menurut lembaga pemungutannya. Sedangkan jenis pajak yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah jenis pajak daerah yang termasuk dalam jenis pajak menurut lembaga pemungutannya.

D. Unsur-unsur dan Ciri-ciri Pajak

Unsur adalah sesuatu yang harus ada supaya sesuatu itu ada. Maka dapat disebutkan unsur-unsur pajak adalah (Soemitro & Sugiharti, 2014, hal. 162):

1. Adanya penguasaan pemungutan pajak
2. Adanya subjek pajak
3. Adanya objek pajak
4. Adanya masyarakat atau kepentingan umum
5. Adanya surat ketetapan pajak (SKP)
6. Adanya Undang-Undang pajak yang mendasari

Ciri adalah apa yang tampak dari luar kepada kita melalui panca indera. Ciri-ciri yang melekat pada pajak yaitu sebagai berikut (Siahaan M. P., 2016, hal. 7-8):

1. Pajak dipungut oleh negara, baik oleh pemerintah pusat maupun pemerintah daerah, berdasarkan kekuatan undang-undang serta aturan pelaksanaannya.
2. Pembayaran pajak harus masuk kepada kas negara, yaitu kas pemerintah pusat atau kas pemerintah daerah (sesuai dengan jenis pajak yang dipungut).
3. Dalam pembayaran pajak tidak dapat ditunjukkan adanya kontraprestasi individu oleh pemerintah (tidak ada imbalan langsung yang diperoleh si pembayar pajak). Dengan kata lain, tidak ada hubungan langsung antara jumlah pembayaran pajak dengan kontra prestasi secara individu.
4. Penyelenggaraan pemerintahan secara umum merupakan manifestasi kontra prestasi dari negara kepada para pembayar pajak.
5. Pajak dipungut karena adanya suatu keadaan, kejadian, dan perbuatan yang menurut peraturan perundang-undangan pajak dikenakan pajak.
6. Pajak memiliki sifat dapat dipaksakan. Artinya wajib pajak yang tidak memenuhi kewajiban membayar pajak, dapat dikenakan sanksi, baik sanksi pidana maupun denda sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

E. Sistem Pemungutan Pajak

Menurut (Mardiasmo, 2018, hal. 9-10) sistem pemungutan pajak dibedakan menjadi:

1. *Official Assessment System*

Adalah suatu sistem pemungutan yang memberi wewenang kepada pemerintah (fiskus) untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh wajib pajak.

Ciri-cirinya:

- a. Wewenang untuk menentukan besarnya pajak terutang ada pada fiskus.
- b. Wajib pajak bersifat pasif.
- c. Utang pajak timbul setelah dikeluarkan surat ketetapan pajak oleh fiskus.

2. *Self Assessment System*

Adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada wajib pajak untuk menentukan sendiri besarnya pajak yang terutang.

Ciri-cirinya:

- a. Wewenang untuk menentukan besarnya pajak terutang ada pada wajib pajak sendiri.
- b. Wajib pajak aktif, mulai dari menghitung, menyetor dan melaporkan sendiri pajak yang terutang.
- c. Fiskus tidak ikut campur dan hanya mengawasi.

3. *Withholding System*

Adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pihak ketiga (bukan fiskus dan bukan wajib pajak yang bersangkutan) untuk memotong atau memungut pajak yang terutang oleh wajib pajak.

Ciri-cirinya:

Wewenang memotong atau memungut pajak yang terutang ada pada pihak ketiga, yaitu pihak selain fiskus dan wajib pajak.

F. Sumber-Sumber Pendapatan Daerah

1. Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pusat dan Daerah Pasal 1 angka 18 bahwa “Pendapatan asli daerah, selanjutnya disebut PAD adalah pendapatan yang diperoleh daerah yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan”.

Menurut Warsito (Warsito, 2001, hal. 128), pendapatan asli daerah (PAD) adalah pendapatan yang bersumber dan dipungut sendiri oleh pemerintah daerah. Sumber PAD terdiri dari: pajak daerah, retribusi daerah, laba dari badan usaha milik daerah (BUMD), dan pendapatan asli daerah lainnya yang sah. Pendapatan asli daerah menurut Herlina Rahman dalam (Yani, 2009, hal. 51) merupakan pendapatan daerah yang bersumber dari hasil pajak daerah, hasil retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan pendapatan lain asli daerah yang sah, yang bertujuan untuk memberikan keleluasaan kepada daerah dalam menggali pendanaan dalam pelaksanaan otonomi daerah sebagai perwujudan asas desentralisasi

Sedangkan menurut Abdul Halim dalam (Wulandari & Iryanie, 2018, hal. 23) mendefinisikan pendapatan asli daerah (PAD) yaitu semua 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.

Dari uraian di atas, ditarik kesimpulan bahwa pendapatan asli daerah (PAD) merupakan penerimaan yang diperoleh daerah berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-

undangan yang bersumber dari dalam wilayahnya sendiri yaitu dari sumber-sumber keuangan daerah seperti pajak daerah, retribusi daerah, laba dari badan usaha milik daerah (BUMD) dan pendapatan asli daerah lainnya yang sah.

Adapun sumber-sumber pendapatan asli daerah (PAD) sesuai dengan Pasal 6 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 Ayat 1 dan 2 adalah sebagai berikut:

a. Pajak Daerah

Pajak daerah adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang 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 (Mardiasmo, 2018, hal. 14). Menurut Marihot P Siahaan (Siahaan M. P., 2016, hal. 9), pajak daerah adalah iuran wajib yang dilakukan oleh daerah kepada orang pribadi atau badan tanpa imbalan langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah.

b. Retribusi Daerah

Retribusi daerah pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan dan atau diberikan oleh pemerintah daerah untuk kepentingan orang pribadi atau badan. Jasa adalah kegiatan pemerintah daerah berupa usaha dan pelayanan yang menyebabkan barang, fasilitas, atau kemanfaatan lainnya, dapat dinikmati oleh orang pribadi atau badan. Bila seseorang ingin menikmati jasa yang disediakan oleh pemerintah daerah, ia harus membayar retribusi yang ditetapkan sesuai ketentuan yang berlaku.

c. Hasil Pengelolaan Kekayaan Daerah Yang Dipisahkan

Penerimaan daerah ini berasal dari hasil perusahaan milik daerah dan pengelolaan kekayaan milik daerah yang dipisahkan. Perusahaan daerah adalah semua perusahaan yang didirikan dengan modal daerah baik seluruhnya ataupun sebagian. Dengan tujuan dapat menciptakan lapangan pekerjaan atau mendorong perekonomian daerah. Berdasarkan undang-undang No 33 Tahun 2004 jenis pendapatan ini dirinci menurut objek pendapatan yang mencakup:

- 1) Bagian laba atas penyertaan modal pada perusahaan milik daerah/BUMD.
- 2) Bagian laba atas penyertaan modal pada perusahaan milik negara/BUMN.
- 3) Bagian laba atas penyertaan modal pada perusahaan milik swasta atau kelompok usaha masyarakat.

d. Lain-Lain PAD Yang Sah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf d, meliputi:

- 1) Hasil penjualan kekayaan daerah yang tidak dipisahkan
- 2) Jasa giro
- 3) Pendapatan bunga
- 4) Keuntungan selisih nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing
- 5) Komisi, potongan, ataupun bentuk lain sebagai akibat dari penjualan dan/atau pengadaan barang dan/atau jasa oleh daerah.

e. Dana Perimbangan

Menurut Undang-Undang No 33 Tahun 2004 dana perimbangan adalah dana yang bersumber dari pendapatan APBN yang dialokasikan kepada Daerah untuk mendanai kebutuhan Daerah dalam rangka pelaksanaan desentralisasi.

f. Lain-Lain Pendapatan Yang Sah

Lain-lain pendapatan yang sah merupakan seluruh pendapatan daerah yang tidak dapat dikelompokkan dalam jenis PAD dan Dana Perimbangan, yang terdiri dari:

1) Pendapatan Hibah

Pendapatan hibah adalah penerimaan daerah yang berasal dari pemerintah negara asing, badan/lembaga asing, badan/lembaga internasional, pemerintah, badan/lembaga dalam negeri atau perseorangan, baik dalam bentuk devisa, rupiah maupun barang dan/atau jasa, termasuk tenaga ahli dan pelatihan yang tidak perlu dibayar kembali.

2) Pendapatan Dana Darurat

Dana darurat adalah dana yang berasal dari APBN yang dialokasikan kepada daerah yang mengalami bencana nasional, peristiwa luar biasa, dan/atau krisis solvabilitas.

G. Pajak Daerah

1. Pengertian Pajak Daerah

Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah Dan Retribusi Daerah Pasal 1 angka 10, dijelaskan bahwa pajak daerah adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagisebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

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 M. P., 2016, hal. 10).

2. Ciri-Ciri Pajak Daerah

Ciri-ciri pajak daerah diantaranya dikemukakan oleh Joseph Riwo Kaho dalam (Anggoro, 2017) adalah sebagai berikut:

- a. Pajak daerah adalah berasal dari pajak negara yang diserahkan kepada daerah sebagai pajak daerah.
- b. Penyerahan dilakukan berdasarkan undang-undang.
- c. Pajak daerah dipungut oleh daerah berdasarkan kekuatan undang-undang atau peraturan hukum lainnya.
- d. Hasil pemungutan pajak daerah digunakan untuk membiayai pengeluaran daerah sebagai badan publik.

3. Jenis-Jenis Pajak Daerah

Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah Dan Retribusi Daerah Pasal 1 ayat 1 & 2, membagi pajak daerah menjadi:

- a. Pajak Provinsi terdiri dari:

1) Pajak Kendaraan Bermotor

Pajak kendaraan bermotor adalah pajak atas kepemilikan dan atau penguasaan kendaraan bermotor. Kendaraan bermotor adalah semua kendaraan beroda beserta gandengannya yang digunakan di semua jenis jalan darat, dan digerakkan oleh peralatan teknik berupa motor dan peralatan lainnya yang berfungsi untuk mengubah suatu sumber daya energi tertentu menjadi tenaga gerak kendaraan bermotor yang bersangkutan, termasuk alat-alat berat dan alat-alat besar yang dalam operasinya menggunakan roda dan motor dan tidak melekat secara permanen serta kendaraan bermotor yang dioperasikan di air (Siahaan M. P., 2016, hal. 175).

2) **Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor**

Bea balik nama kendaraan bermotor adalah pajak atas penyerahan hak milik kendaraan bermotor sebagai akibat perjanjian dua pihak atau perbuatan sepihak atau keadaan yang terjadi karena jual beli, yukar menukar, hibah, warisan, atau pemasukan ke dalam badan usaha (Siahaan M. P., 2016, hal. 209).

3) **Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor**

PBBKB adalah pajak atas penggunaan bahan bakar kendaraan bermotor. Bahan bakar kendaraan bermotor adalah semua jenis bahan bakar cair atau gas yang digunakan untuk kendaraan bermotor (Siahaan M. P., 2016, hal. 239).

4) **Pajak Air Permukaan**

Pajak air permukaan adalah pajak atas pengambilan dan atau pemanfaatan air permukaan. Air permukaan adalah semua air yang terdapat pada permukaan tanah, tidak termasuk air laut, baik yang berada di laut maupun di darat (Siahaan M. P., 2016, hal. 263).

5) **Pajak Rokok**

Pajak rokok adalah pungutan atas cukai rokok yang dipungut oleh pemerintah pusat. Cukai rokok di Indonesia dipungut berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 1995 tentang cukai sebagaimana diubah dengan Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2007. Cukai yang dimaksud adalah pungutan negara yang dikenakan terhadap barang-barang tertentu yang mempunyai sifat atau karakteristik yang ditetapkan dalam undang-undang cukai (Siahaan M. P., 2016, hal. 289).

b. Pajak Kabupaten/kota terdiri dari:

1) Pajak Hotel

Pajak hotel adalah pajak atas pelayanan yang disediakan oleh hotel. Sedangkan yang dimaksud dengan hotel adalah fasilitas penyedia jasa penginapan atau peristirahatan termasuk jasa terkait lainnya dengan dipungut bayaran, yang mencakup juga motel, losmen, gubuk pariwisata, pesanggrahan, rumah penginapan dan sejenisnya, serta rumah kos dengan jumlah kamar lebih dari sepuluh (Siahaan M. P., 2016, hal. 299).

2) Pajak Restoran

Pajak restoran adalah pajak atas pelayanan yang disediakan oleh restoran. Sedangkan yang dimaksud dengan restoran adalah fasilitas penyedia makanan dan atau minuman dengan dipungut bayaran, yang mencakup juga rumah makan, kafetaria, kantin, warung, bar, dan sejenisnya termasuk jasa boga/katering (Siahaan M. P., 2016, hal. 327).

3) Pajak Hiburan

Pajak hiburan adalah pajak atas penyelenggaraan hiburan. Sedangkan yang dimaksud dengan hiburan adalah semua jenis tontonan, pertunjukan, permainan, dan atau keramaian yang dinikmati dengan dipungut bayaran (Siahaan M. P., 2016, hal. 353).

4) Pajak Reklame

Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Sedangkan reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial, 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. Jenisnya diantaranya billboard, LED, kain, stiker, selebaran, udara, berjalan, apung, suara, film/slide, peragaan (Siahaan M. P., 2016, hal. 381).

5) Pajak Penerangan Jalan

Pajak penerangan jalan adalah pajak atas penggunaan tenaga listrik, baik yang dihasilkan sendiri maupun diperoleh dari sumber lain. Penerangan jalan adalah penggunaan tenaga listrik untuk menerangi jalan umum yang rekeningnya dibayar oleh pemerintah daerah (Siahaan M. P., 2016, hal. 407).

6) Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan

Pajak mineral bukan logam dan batuan adalah pajak atas kegiatan pengambilan mineral bukan logam dan batuan, baik dari sumber alam di dalam dan atau permukaan permukaan bumi untuk dimanfaatkan (Siahaan M. P., 2016, hal. 433).

7) Pajak Parkir

Pajak parkir adalah pajak atas penyelenggaraan tempat parkir di luar badan jalan, baik yang disediakan berkaitan dengan pokok usaha maupun yang disediakan sebagai suatu usaha, termasuk penyediaan tempat penitipan kendaraan bermotor (Siahaan M. P., 2016, hal. 469).

8) Pajak Air Tanah

Pajak air tanah adalah pajak atas pengambilan dan atau pemanfaatan air tanah. Yang dimaksud dengan air tanah adalah air yang terdapat dalam lapisan tanah atau batuan dibawah permukaan tanah (Siahaan M. P., 2016, hal. 493).

9) Pajak Sarang Burung Walet

Pajak sarang burung walet adalah pajak atas kegiatan pengambilan dan atau pengusahaan sarang burung walet (Siahaan M. P., 2016, hal. 519).

10) Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan

Pajak bumi dan bangunan perdesaan dan perkotaan adalah pajak atas bumi dan atau bangunan yang dimiliki, dikuasai, dan atau dimanfaatkan oleh orang pribadi atau badan, kecuali kawasan yang digunakan untuk kegiatan usaha perkebunan, perhutanan, dan pertambangan (Siahaan M. P., 2016, hal. 553).

11) Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan

BPHTB adalah pajak atas perolehan hak atas tanah dan atau bangunan. Adapun yang dimaksud dengan hak atas tanah dan atau bangunan adalah hak atas tanah, termasuk hak pengelolaan, beserta bangunan di atasnya (Siahaan M. P., 2016, hal. 579).

Selain pemungutan pajak, pemerintah daerah juga memberlakukan pemungutan retribusi. Retribusi menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 Retribusi daerah pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan dan atau diberikan oleh pemerintah daerah untuk kepentingan orang pribadi atau badan.

Selain pajak, retribusi juga ditetapkan dengan peraturan daerah. Retribusi dipungut dengan menggunakan surat keterangan retribusi daerah atau dokumen lain yang dipersamakan. Berdasarkan hal tersebut diatas maka diharapkan masyarakat memiliki kesadaran bahwa tujuan dari adanya pemungutan pajak dan retribusi adalah untuk pembangunan daerah agar lebih meningkatkan kemandirian

dalam pembiayaan pembangunan daerah, sebab kemungkinan pada dasarnya akan lebih menjamin ketahanan daerah khususnya ketahanan dibidang ekonomi.

H. Pajak Reklame

1. Pengertian Pajak Reklame

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 1 angka 26 dan 27, pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Sedangkan reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial, 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.

Penyelenggara reklame ialah orang/badan yang menyelenggarakan atau menggunakan reklame, baik untuk dan atas namanya sendiri atau untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya (Uly & Fajriana, 2019). Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial, 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. Jenisnya diantaranya billboard, LED, kain, stiker, selebaran, udara, berjalan, apung, suara, film/slide, peragaan (Siahaan M. P., 2016, hal. 381).

2. Dasar Hukum Pemungutan Pajak Reklame

Marihot P Siahaan (Siahaan M. P., 2016, hal. 383) menyebutkan, Pemungutan pajak reklame di Indonesia saat ini didasarkan pada dasar hukum yang jelas dan kuat sehingga harus dipatuhi oleh masyarakat dan pihak terkait. Dasar hukum pemungutan pajak reklame pada suatu kabupaten/kota adalah sebagai berikut:

- a. Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
- b. Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 yang merupakan perubahan atas Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
- c. Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 tentang Pajak Daerah.
- d. Peraturan daerah kabupaten/kota yang mengatur tentang Pajak Reklame.
- e. Keputusan bupati/walikota yang mengatur tentang Pajak Reklame sebagai aturan pelaksanaan peraturan daerah tentang Pajak Reklame pada kabupaten/kota dimaksud.

3. Jenis-jenis Pajak Reklame dan Ruang Lingkup Pajak Reklame

a. Objek Pajak Reklame

Berdasarkan Perda Kabupaten Purbalingga Nomor 5 Tahun 2007 Pasal 2 tentang pajak reklame. Penyelenggaraan reklame yang ditetapkan menjadi objek pajak reklame adalah sebagaimana tersebut dibawah:

1) Reklame Billboard/ Baliho/ Megatron

Billboard/baliho 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. Sedangkan megatron yaitu reklame yang menggunakan layar monitor besar berupa program reklame atau iklan bersinar dengan gambardan atau tulisan berwarna yang dapat berubah-ubah, terprogram, dan difungsikan dengan tenaga listrik.

2) Reklame Kain/ Spanduk

Yaitu reklame yang di selenggarakan dengan menggunakan bahan kain, termasuk kertas, plastik, karet, atau bahan lain.

3) Reklame Melekat/ Stiker

Yaitu reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebarkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda dengan ketentuan luasnya tidak lebih dari 200 cm² per lembar.

4) Reklame Selebaran

Yaitu reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebarkan, diberikan, atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempelkan, diletakkan, dipasang, atau digantungkan pada suatu benda lain.

5) Reklame Berjalan termasuk pada kendaraan bermotor

Yaitu reklame yang ditempatkan atau ditempelkan pada kendaraan yang diselenggarakan dengan menggunakan kendaraan atau dengan cara dibawa oleh orang.

6) Reklame Udara

Yaitu reklame yang diselenggarakan di udara dengan menggunakan gas, laser, pesawat, atau alat lain yang sejenis.

7) Reklame Suara

Yaitu reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari atau oleh perantara alat.

8) Reklame Film/ Slide

Yaitu reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan klise berupa kaca atau film, ataupun bahan-bahan yang sejenis, sebagai alat untuk diproyeksikan dan atau dipancarkan pada layar atau benda lain yang ada di ruangan.

9) Reklame Peragaan

Yaitu reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara.

b. Subjek Pajak Reklame

Pada pajak reklame, subjek pajak adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame.

c. Wajib pajak Reklame

Wajib pajak adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame.

I. Hubungan antara PDRB, Jumlah Penduduk dan Jumlah Industri dengan Pajak Reklame.

1. PDRB

PDRB 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 (Wahyuningtyas, Rusgiyono, & Wilandari, 2013). Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) merupakan jumlah dan jasa akhir yang dihasilkan oleh suatu perekonomian dalam satu tahun dan dinyatakan dalam harga pasar. PDB atau PDRB merupakan ukuran yang bersifat global, karena belum dapat mencerminkan kesejahteraan penduduk yang sesungguhnya.

PDRB merupakan salah satu indikator untuk mengetahui kondisi ekonomi di suatu wilayah dalam suatu periode tertentu dan dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan ekonomi suatu daerah serta sebagai bahan evaluasi dari hasil pembangunan ekonomi. Menurut Musgrave (1989) dalam (Haniz, 2013) Besar kecilnya penerimaan 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 tersebut, termasuk di dalamnya pajak reklame.

2. Jumlah Penduduk

Sebagai makhluk ekonomi, masyarakat membutuhkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Semakin meningkatnya jumlah penduduk maka permintaan akan barang atau jasa akan meningkat, kemudian industri akan tumbuh untuk memproduksi kebutuhan masyarakat.

Menurut Marihot (Siahaan M. P., 2005, hal. 41), penduduk merupakan salah satu faktor yang signifikan berpengaruh terhadap jumlah penerimaan pajak reklame. Pertumbuhan penduduk dianggap sebagai salah satu faktor yang positif dalam memicu pertumbuhan ekonomi, khususnya di Kabupaten Purbalingga yang mulai menunjukkan pertumbuhannya, banyaknya jumlah penduduk akan memacu kegiatan produksi, konsumsi dari produksi inilah yang akan menimbulkan permintaan agregat. Pada gilirannya, peningkatan konsumsi agregat memungkinkan usaha-usaha produktif berkembang, begitu pula perekonomian secara keseluruhan (Dumairy, 1996). Dengan adanya jumlah penduduk yang padat maka diharapkan kegiatan ekonomi akan berjalan baik.

3. Jumlah Industri

Jumlah industri adalah jumlah industri kecil, menengah maupun industri besar. Jumlah industri merupakan salah satu faktor positif pemicu pertumbuhan ekonomi. Menurut Sutrisno (P.H, 2002, hal. 47) jumlah industri berpengaruh terhadap penerimaan Pajak Reklame. Penilaian tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Devas, dkk (1989), bahwa sebagian besar pemerintah daerah tingkat II (sekarang kabupaten/kota) menarik pajak atas benda papan reklame di daerah. Banyaknya industri

dapat mengurangi angka pengangguran dan juga dengan banyaknya industri maka jumlah objek pajak akan meningkat karena untuk memasarkan produknya agar dapat dikenal oleh masyarakat sebuah industri memerlukan sebuah reklame yang biasanya dijadikan sebagai identitas perusahaan. Pajak reklame cocok dijadikan sebagai sumber penerimaan daerah, karena tempat objek pajak dapat mudah diketahui.

J. Kajian Pustaka

Tinjauan pustaka adalah kegiatan mendalami, mencari, menelaah dan mengidentifikasi pengetahuan, atau hal-hal yang telah ada. Penulisan skripsi ini ditunjang dengan kajian pustaka terdahulu. Berikut beberapa penelitian yang menjadi acuan penelitian ini:

1. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Taridha Uly dan Icha Fajriana (2019), <i>Analisi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame Di Kota Palembang Tahun 2013-2017.</i>	Pendapatan per kapita berpengaruh positif terhadap penerimaan pajak reklame, sedangkan PDRB tidak berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame.	- Menggunakan variabel independen PDRB - Menggunakan variabel dependen pajak reklame	Penulis menggunakan variabel independen: Jumlah Penduduk & Jumlah Industri
2	Ria Ariani Prasetyo, Endang Masitoh, & Riana Dewi (2017), <i>Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan</i>	PDRB berpengaruh positif signifikan terhadap penerimaan pajak reklame, sedangkan jumlah	Menggunakan variabel independen jumlah penduduk, jumlah industri, dan PDRB	Lokasi penelitian di Kabupaten Karanganyar

	<i>Pajak Reklame Di Kabupaten Karanganyar</i>	penduduk dan jumlah industri tidak berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame, secara bersama-sama jumlah penduduk, jumlah industri dan PDRB berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame		
3	Reka Wijayanti, Noor Shodiq Askandar dan Moh. Amin (2018), <i>Analisis Efektivitas dan Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Malang (Studi Kasus di Badan Pelayanan Pajak Daerah (BP2D) Kota Malang)</i> (Wijayanti et al., 2017).	Pajak reklame di kota malang pada tahun 2012 hingga 2016 dikategorikan sangat efektif. Kontribusi pajak reklame terhadap PAD setiap tahun sangat kurang.	Menggunakan variabel Pajak Reklame	Metode penelitian kualitatif, sedangkan peneliti menggunakan kuantitatif
4	Yongky Ramadan (2017), <i>Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame</i>	Jumlah penduduk dan jumlah industri berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame,	Menggunakan variabel independen jumlah penduduk, jumlah industri dan PDRB	- Lokasi penelitian di Malang - Membahas transparansi

	<i>Dan Transparansi Pengelolaan Keuangan Daerah</i>	sedangkan PDRB tidak berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame.		
5	Darma Setia Hadi Pratomo (2017), <i>Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame di Kota Yogyakarta Tahun (2000-20015)</i> .	Jumlah Penduduk, Jumlah Industri, Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame. Sedangkan jumlah wisatawan tidak berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame.	- Menggunakan variabel independen jumlah penduduk, jumlah industri, dan PDRB	Menggunakan variabel independen jumlah wisatawan
6	Muhammad Raihan Ghiffary Arge (2018), <i>analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame di Kota Yogyakarta Tahun 2001-2015</i>	Jumlah Penduduk, Jumlah Industri, Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di kota Yogyakarta sedangkan jumlah	- Menggunakan variabel independen jumlah penduduk, jumlah industri, dan PDRB	-Menggunakan variabel independen jumlah wisatawan

		wisatawan tidak berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame di kota Yogyakarta		
7	Gusti Harmaji dan Amelia Sandra (2020), <i>Pengaruh Jumlah Perusahaan, Jumlah Penduduk Dan PDRB Terhadap Penerimaan Pajak Reklame Di Provinsi DKI Jakarta Tahun 2004-2015</i>	Terdapat cukup bukti bahwa jumlah perusahaan, jumlah penduduk dan PDRB berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame	- Menggunakan variabel independen jumlah penduduk dan PDRB - Menggunakan variabel dependen pajak reklame	- Lokasi penelitian di Provinsi DKI Jakarta

2. Landasan Teologis

Dalam Islam pajak dikenal dengan nama *adh-dharibah* (beban) atau *al-maks*, yaitu pungutan yang ditarik dari rakyat oleh para penarik pajak, pajak juga dikenal sebagai tambahan (*tathawwu'*) (Aravik, 2017). Pemberlakuan pajak dalam Islam harus adil dan selaras dengan semangat nilai-nilai Islam serta digunakan untuk kepentingan (*maslahah*) yang lebih besar. Karena itu, sistem pajak yang adil harus memenuhi tiga kriteria, yaitu:

1. Pajak harus dipungut untuk membiayai hal-hal yang benar-benar dianggap perlu dan untuk kepentingan mewujudkan *maqoshid*.
2. Beban pajak tidak boleh terlalu memberatkan dibandingkan dengan kemampuan orang yang memikulnya.
3. Hasil pajak harus dibelanjakan secara hati-hati sesuai dengan tujuan awal dari pengumpulan pajak tersebut.

Dalam al-Quran disebutkan terkait pajak yaitu dalam Q.S. At-Taubah: 29;

قَاتِلُوا الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَا بِالْيَوْمِ الْآخِرِ وَلَا يُحَرِّمُونَ مَا حَرَّمَ اللَّهُ
وَرَسُولُهُ وَلَا يَدِينُونَ دِينَ الْحَقِّ مِنَ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ حَتَّى يُعْطُوا الْجِزْيَةَ
عَنْ يَدٍ وَهُمْ صَاغِرُونَ

Artinya: *Perangilah orang-orang yang tidak beriman kepada Allah dan tidak (pula) kepada hari Kemudian, dan mereka tidak mengharamkan apa yang diharamkan oleh Allah dan RasulNya dan tidak beragama dengan agama yang benar (agama Allah), (Yaitu orang-orang) yang diberikan Al-Kitab kepada mereka, sampai mereka membayar jizyah[638] dengan patuh sedang mereka dalam Keadaan tunduk.*

[638] *Jizyah ialah pajak per kepala yang dipungut oleh pemerintah Islam dari orang-orang yang bukan Islam, sebagai imbalan bagi keamanan diri mereka.*

Kata “Jizyah” pada ayat tersebut diterjemahkan dengan “Pajak” (lihat kitab Al-Quran dan terjemahannya oleh Departemen Agama RI terbitan PT Syaamil Bandung). Walaupun demikian, tidak semua kitab al-Quran menerjemahkan kata “Jizyah” dengan kata “Pajak” melainkan tetap Jizyah saja, misalnya Kitab al-Quran dan terjemahannya oleh Departemen Agama RI cetakan Kerajaan Saudi Arabia atau Cetakan CV Diponegoro Semarang (Gusfahmi). Ada beberapa pendapat terkait pajak, diantaranya:

Pendapat pertama, menyatakan bahwa pajak tidak boleh sama sekali dibebankan kepada kaum muslimin, karena kaum muslimin sudah dibebani zakat. Diantara dalil-dalil syar’i yang melandasi pendapat ini adalah sebagai berikut:

1. Q.S. Al-Baqarah : 188

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ وَتُدْخُلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ
أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, Padahal kamu mengetahui.

2. Q.S. An-Nisa : 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu[287]; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

[287] Larangan membunuh diri sendiri mencakup juga larangan membunuh orang lain, sebab membunuh orang lain berarti membunuh diri sendiri, karena umat merupakan suatu kesatuan.

Dari kedua ayat di atas Allah melarang hamba-Nya saling memakan harta sesamanya dengan jalan yang tidak dibenarkan. Dan pajak dianggap salah satu jalan yang batil dalam memperoleh harta.

Pendapat kedua, menyatakan bahwa pajak boleh diambil dari kaum muslimin, jika memang negara sangat membutuhkan dana dan untuk menerapkan kebijaksanaan inipun harus terpenuhi dahulu beberapa syarat. Dalil yang digunakan adalah:

1. Perintah Allah SWT dalam Q.S. Al-Baqarah : 177, untuk mengeluarkan harta selain zakat yang berbunyi:

...وَرَأَىٰ الْمَالَ عَلَىٰ حُبِّهِ...

Artinya: ...dan memberikan harta yang dicintainya..

Pada ayat ini Allah mengajarkan tentang kebaikan hakiki. Ayat ini memerintahkan kaum Muslim untuk memberikan harta selain zakat. Pendapat ini didukung antara lain oleh Abu Zahrah, Imam al-Ghazali, Sa'id Hawwa, dan Sayyid Sabiq (Fighus Sunnah, Kitab Zakat, hal. 281) (Gusfahmi).

2. Perintah Allah untuk mengeluarkan harta tatkala panen, dalam al-Quran Q.S. Al-An'am : 141

...وَرَأَوْا حَقَّهُ يَوْمَ حَصَادِهِ...

Artinya: ...tunaikanlah haknya di hari memetik hasilnya (dengan disedekahkan kepada fakir miskin),...

Berdasarkan UUD 1945, Bab XIV Perekonomian Nasional dan Kesejahteraan Sosial, Pasal 34, menyatakan bahwa, “(1) Fakir miskin dan anak-anak terlantar dipelihara oleh Negara; (2) Negara mengembangkan sistem jaminan sosial bagi seluruh rakyat dan memberdayakan masyarakat yang lemah dan tidak mampu sesuai dengan martabat kemanusiaan; (3) Negara bertanggung jawab atas penyediaan fasilitas pelayanan kesehatan dan fasilitas pelayanan umum yang layak; (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai pelaksanaan pasal ini diatur dalam undang-undang.” Dari pasal tersebut dapat dilihat bahwa nasib fakir miskin dijamin oleh negara.

Menurut Gusfahmi (2016) Pajak adalah kewajiban lain atas harta, yang datang disaat kondisi darurat atau kekosongan Baitu Mal yang dinyatakan dengan keputusan Ulil Amri. Ia adalah kewajiban atas kaum Muslim untuk membiayai pengeluaran kaum Muslim yang harus dibiayai secara kolektif

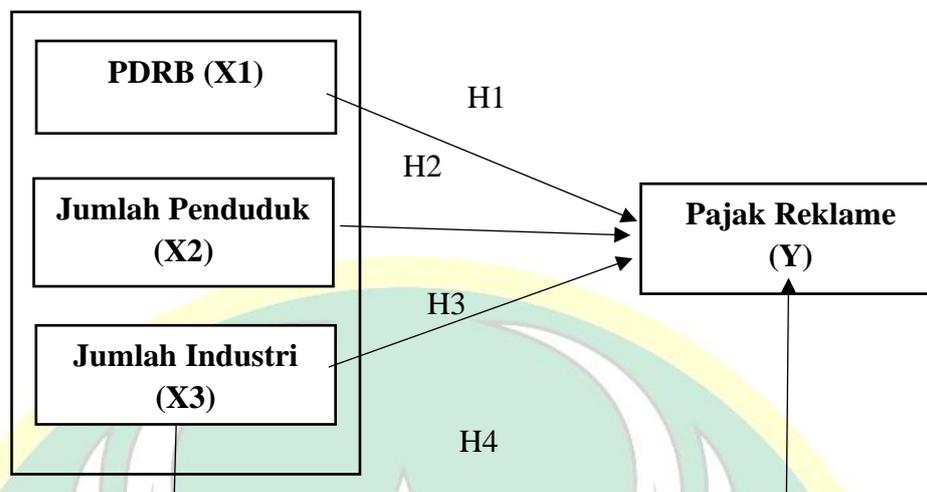
seperti keamanan, pendidikan, dan kesehatan, dimana tanpa pengeluaran itu akan terjadi bencana yang lebih besar. Masa berlakunya temporer, sewaktu-waktu dapat dihapuskan. Ia dipungut bukan atas kepemilikan harta, melainkan karena adanya kewajiban (beban) lain atas kaum Muslimin, yang harus diadakan di saat ada atau tidak adanya harta di Baitul Mal (Gusfahmi).

K. Kerangka Pemikiran

Pajak dapat digambarkan sebagai bentuk tanggung jawab yang dilakukan oleh warga negara dan juga merupakan bentuk imbalan dari warga negara yang diberikan atas manfaat yang diperoleh dari produk yang dihasilkan negara. Pajak reklame merupakan pajak daerah yang pengelolaan dan penerimaannya diserahkan kepada pemerintah Kabupaten atau Kota sehingga pemerintah daerah yang bersangkutan dapat memanfaatkan hasil penerimaan pajak tersebut untuk membiayai pembangunan daerahnya masing-masing. Oleh karena itu pemerintah daerah senantiasa menggali faktor-faktor yang dapat meningkatkan penerimaan pajak reklame di daerahnya.

Dalam penelitian ini faktor-faktor yang akan diteliti yaitu PDRB, jumlah penduduk dan jumlah industri yang diduga mempunyai pengaruh terhadap penerimaan pajak reklame. Sehingga dalam penelitian ini diperlukan suatu uji statistik untuk menguji dan menganalisis apakah benar-benar variabel tersebut mempunyai peningkatan atau penurunan terhadap pajak reklame.

Berdasarkan landasan teori diatas, maka secara skema kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran Penelitian

L. Hipotesis Penelitian

Sebagaimana kajian pustaka yang telah dijelaskan dan sesuai dengan penelitian terdahulu, maka rumusan hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian dari Taridha Uly dan Icha Fajriana (2019) adalah PDRB berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame. Kemudian hasil penelitian dari Gusti Harmaji dan Amelia Sandra (2020) adalah PDRB berpengaruh positif signifikan terhadap penerimaan pajak reklame. Dari beberapa penelitian tersebut dapat diketahui bahwa PDRB dapat mempengaruhi penerimaan pajak reklame.

H_0 : PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) (X_1) tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame (Y) di kota Purbalingga.

H_a : PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) (X_1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame (Y) di kota Purbalingga.

2. Hasil penelitian dari Muhammad Raihan Ghiffary Arge (2018) adalah Jumlah Penduduk berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame. Kemudian hasil penelitian dari Yongky Ramadan (2017) adalah jumlah penduduk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pajak reklame. Dari beberapa penelitian tersebut dapat diketahui bahwa jumlah penduduk dapat mempengaruhi penerimaan pajak reklame.

H_0 : Jumlah penduduk (X_2) tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame (Y) di kota Purbalingga.

H_a : Jumlah penduduk (X_2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame (Y) di kota Purbalingga.

3. Hasil penelitian dari Darma Setia Hadi Pratomo (2017) adalah jumlah industri berpengaruh positif dan signifikan terhadap pajak reklame. Kemudian hasil penelitian dari Gusti Harmaji dan Amelia Sandra (2020) adalah jumlah industri berpengaruh positif dan signifikan terhadap pajak reklame. Dari beberapa penelitian tersebut dapat diketahui bahwa jumlah industri dapat mempengaruhi penerimaan pajak reklame.

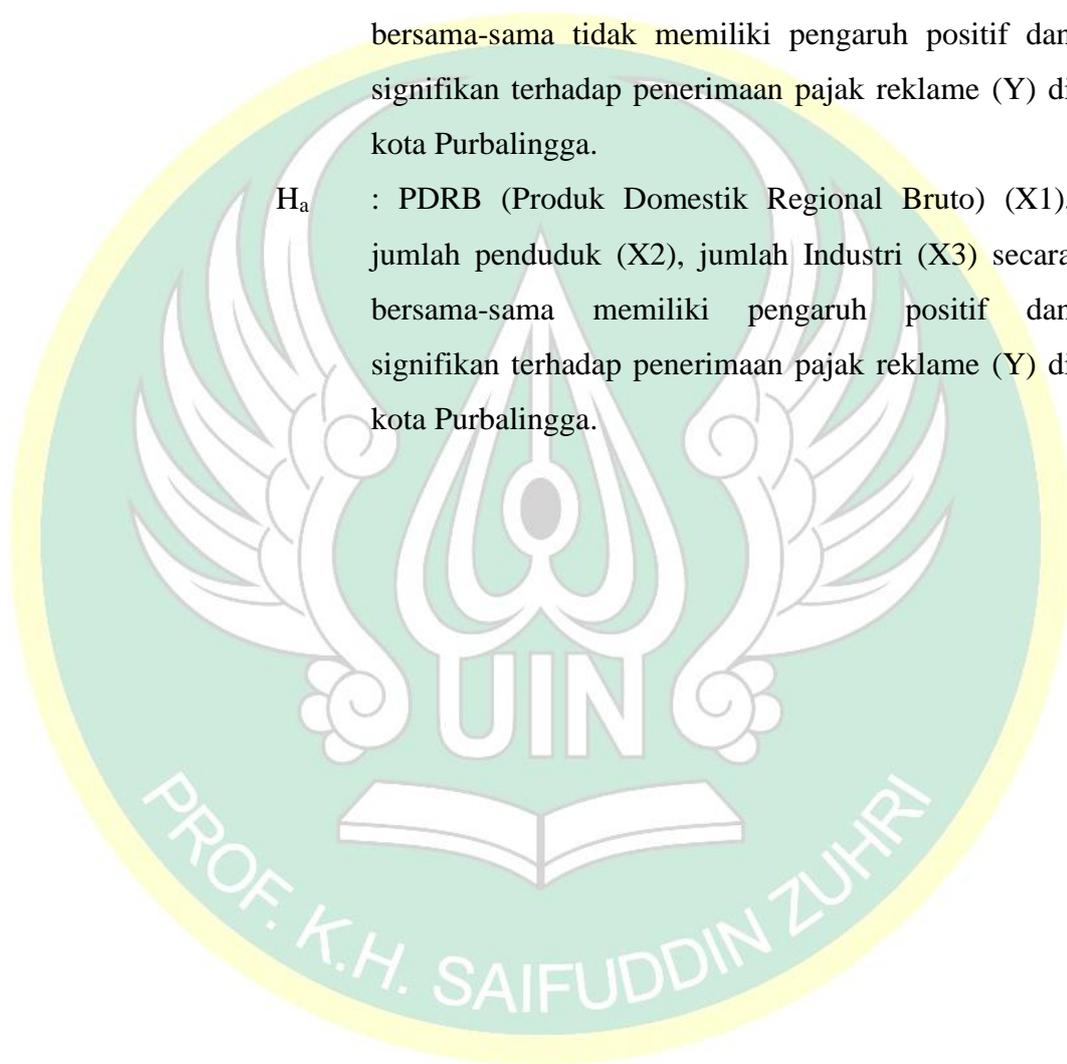
H_0 : Jumlah Industri (X_3) tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame (Y) di kota Purbalingga.

H_a : Jumlah Industri (X_3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame (Y) di kota Purbalingga.

4. Hasil penelitian dari Ria Ariani Prasetyo, Endang Masitoh dan Riana Dewi (2017) adalah PDRB, jumlah penduduk, dan jumlah industri, secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame.

H_0 : PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) (X1), jumlah penduduk (X2), jumlah Industri (X3) secara bersama-sama tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame (Y) di kota Purbalingga.

H_a : PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) (X1), jumlah penduduk (X2), jumlah Industri (X3) secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame (Y) di kota Purbalingga.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yaitu metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015).

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian dilakukan di kabupaten Purbalingga, data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari dokumen resmi yang dikeluarkan instansi terkait. Tahun pengamatan dimulai dari tahun 2010-2020.

C. Sumber Data

1. Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2015). Sumber data primer dalam penelitian ini adalah sumber data yang diperoleh langsung dari instansi terkait.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2015). Data sekunder yang digunakan adalah :

- a. Penerimaan pajak reklame dan penerimaan pajak daerah Kabupaten Purbalingga tahun 2010-2020
- b. Jumlah penduduk Kabupaten Purbalingga tahun 2010-2020
- c. Jumlah Industri Kabupaten Purbalingga tahun 2010-2020
- d. PDRB atas dasar harga konstan tahun 2010 Kabupaten Purbalingga tahun 2010-2020.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu (Sugiyono, 2015). Populasi dalam penelitian ini adalah data penerimaan pajak reklame di kabupaten purbalingga.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015). Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2015). Kriteria pemilihan sampel yang diteliti adalah:

- 1) Data penerimaan pajak reklame selama periode pengamatan 2010 sampai 2020.
- 2) Data penelitian tersedia lengkap dan telah dipublikasikan oleh lembaga atau instansi terkait.

Jumlah sampel dalam penelitian ini yang didasarkan pada kriteria di atas adalah 11 sampel (tahun 2010 sampai dengan tahun 2020).

E. Variabel dan Indikator

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah 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. Jenis-jenis variabel adalah sebagai berikut:

a. Variabel dependen (Y)

Variabel dependen (terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah penerimaan pajak reklame yang merupakan salah satu pajak yang dikelola oleh kabupaten Purbalingga dan merupakan bagian dari sumber pendapatan asli daerah di kabupaten Purbalingga dari tahun 2010-2020 dijadikan sebagai variabel terikat, variabel pajak reklame ini diukur dengan satuan rupiah.

b. Variabel Independen (X)

Variabel independen (variabel bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2015). Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari:

1) PDRB (X_1)

PDRB atas harga konstan menunjukkan nilai tambah tertentu sebagai dasar. PDRB atas dasar harga konstan digunakan untuk mengetahui pertumbuhan ekonomi dari tahun ke tahun (Khasanah, Karim, & Nur, 2017). Data yang digunakan adalah PDRB atas dasar harga konstan 2010. PDRB diukur dalam satuan rupiah.

2) Jumlah Penduduk (X_2)

Adalah jumlah penduduk tahunan di Kabupaten Purbalingga. Data jumlah penduduk diukur dalam satuan orang.

3) Jumlah Industri (X_3)

Adalah jumlah usaha industri baik industri kecil, menengah maupun besar yang ada di kabupaten Purbalingga. Data jumlah Industri diukur dalam satuan unit.

2. Indikator Penelitian

a. Pajak Reklame

Menurut Mardiasmo (Mardiasmo, 2002, hal. 149) pajak harus diupayakan sebagai *the last effort* artinya bahwa pemerintah daerah harus benar-benar mengoptimalkan pajak daerah yang sudah ada. Untuk menilai hal tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan tolak ukur atau indikator. Pajak reklame merupakan bagian dari pajak daerah, oleh karena itu indikator yang digunakan pun sama, yaitu potensi, realisasi dan kontribusi:

- 1) Potensi pajak reklame
- 2) Realisasi penerimaan pajak reklame
- 3) Kontribusi pajak reklame

b. PDRB

Menurut Dumairy (Dumairy, 1997, hal. 37) PDRB dapat berisi beberapa indikator turunan yang mencerminkan lebih rinci perkembangan perekonomian daerah antara lain struktur perekonomian, pendapatan per kapita, dan laju pertumbuhan ekonomi.

1) Struktur Perekonomian

Struktur perekonomian adalah susunan elemen-elemen yang ada dalam suatu negara yang berfungsi untuk mengatur rumah tangga yang mana di dalamnya terdiri dari: sistem perekonomian, rumah tangga, perusahaan, pemerintah, pasar input dan pasar output (Kosuma, Palar, & Lopian, 2016, hal. 508).

2) Pendapatan Perkapita

Pendapatan perkapita adalah besarnya pendapatan rata-rata penduduk di suatu negara (Dengah, Vecky, & Audie, 2014, hal. 75).

3) Laju Pertumbuhan Ekonomi

Suatu ukuran kuantitatif yang menggambarkan perkembangan suatu perekonomian dalam suatu tahun tertentu apabila dibandingkan dengan tahun sebelumnya (Sukirno, 2006, hal. 9).

c. Jumlah Penduduk

Achmad Faqih menyebutkan ada 3 (tiga) indikator untuk menghitung jumlah penduduk (Faqih, 2010, hal. 4):

1) Fertilitas (Kelahiran)

Fertilitas atau kelahiran hidup (*live birth*) adalah terlepasnya bayi dari rahim perempuan dengan adanya tanda-tanda kehidupan seperti bernafas, denyut jantung dan berteriak atau menangis.

2) Mortalitas (Kematian)

Kematian adalah hilangnya seluruh tanda-tanda kehidupan secara permanen yang terjadi sewaktu-waktu setelah terjadinya kelahiran hidup.

3) Migrasi

Migrasi adalah perpindahan penduduk dari satu daerah ke daerah lainnya yang bersifat menetap atau sementara.

d. Jumlah Industri

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, Ada 6 indikator yang digunakan untuk menilai jumlah industri diantaranya:

1) Jumlah Perusahaan

Perusahaan adalah suatu unit (kesatuan) usaha yang melakukan kegiatan ekonomi, bertujuan menghasilkan barang atau jasa, terletak pada suatu bangunan atau lokasi tertentu,

dan mempunyai catatan administrasi tersendiri mengenai produksi dan struktur biaya serta ada seorang atau lebih yang bertanggung jawab atas usaha tersebut.

2) Jumlah Tenaga Kerja

Jumlah tenaga kerja adalah banyaknya pekerja/karyawan rata-rata perhari kerja.

3) Nilai Tambah

Nilai tambah adalah besarnya output dikurangi besarnya nilai input (biaya antara).

4) Produktivitas Tenaga Kerja

Produktivitas tenaga kerja adalah kemampuan tenaga kerja dalam menghasilkan barang produksi.

F. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Data yang dibutuhkan dalam penulisan skripsi ini adalah data sekunder. Menurut Sugiyono, data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2015). Data sekunder yang digunakan adalah:

- a. Penerimaan pajak reklame dan penerimaan pajak daerah Kabupaten Purbalingga tahun 2010-2020.
- b. Jumlah penduduk Kabupaten Purbalingga tahun 2010-2020.
- c. Jumlah Industri Kabupaten Purbalingga tahun 2010-2020.
- d. PDRB atas dasar harga konstan tahun 2010 Kabupaten Purbalingga tahun 2010-2020.

2. Sumber Data

Data-data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari beberapa sumber, yaitu dari publikasi instansi-instansi pemerintah seperti:

- a. Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Tengah
- b. Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Purbalingga

- c. Badan Keuangan Daerah (Bakeuda) Kabupaten Purbalingga

G. Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh menggunakan teknik dokumentasi dan studi pustaka. Teknik dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data penelitian mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat, koran, majalah, prasasti, notulen rapat, leger nilai, agenda dan lain-lain (Dimiyati, 2013). Data penelitian yang digunakan adalah laporan-laporan terkait dengan realisasi penerimaan Pajak Reklame yang menyangkut jumlah penduduk, jumlah industri dan PDRB, serta bahan-bahan kepustakaan berupa bacaan yang berhubungan dengan penelitian.

H. Teknik Analisis Data Penelitian

1. Uji Asumsi Klasik

Penggunaan metode regresi dalam penelitian ini menyebabkan perlu dilakukan pengamatan terhadap kemungkinan penyimpangan asumsi klasik. Uji asumsi klasik pada penelitian ini, ada 4 (empat) sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Menurut Imam Ghozali (Ghozali, 2018, hal. 161) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan *kolmogorov-smirnov* (K-S). Pada penelitian ini menggunakan *kolmogorov-smirnov* dengan ketentuan, jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolineritas

Multikolineritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara 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. Penyebab ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam regresi adalah dilihat dari nilai toleran dan lawannya serta *variance inflation factor* (VIF) (Ghozali, 2018, hal. 107). Semakin kecil nilai Tolerance dan semakin besar VIF maka semakin mendekati terjadinya masalah multikolinieritas. Dalam kebanyakan penelitian menyebutkan bahwa jika tolerance $>0,1$ dan VIF <10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (Ghozali, 2018, hal. 137), uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Heteroskedastisitas muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang pernah diamati tidak memiliki varians yang kurang konstan dari satu observasi lainnya. Artinya, setiap observasi mempunyai realibilitas yang berbeda akibat perubahan dalam kondisi yang melatarbelakangi tidak terangkum dalam spesifikasi model. Gejala dari heteroskedastisitas lebih sering dijumpai dalam data silang tempat dari pada runtut waktu, maupun muncul dalam analisis yang menggunakan kata-kata (Umar, 2010, hal. 92).

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode uji Spearman's Rho. Menurut Priyatno dalam (Christine, Wijaya, Chandra, Pratiwi, Lubis, & Nasution, 2019)

uji *spearman' rho* yaitu mengorelasikan variabel independen dengan residualnya. Pengujian menggunakan tingkat sigifikan 0,05 dengan uji dua sisi. Jika korelasi antara variabel independen dengan residual didapat signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi problem heroskedastitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi (Ghozali, 2018, hal. 111). Uji autokorelasi pada penelitian ini diukur dengan menggunakan uji Durbin-Watson (DW), dengan kriteria hasil (Nawari, 2010):

- 1) Jika $D_w < D_L$ atau $D_w > 4-D_L$, maka ada autokorelasi (Autokorelasi).
- 2) Jika $D_L < D_w < D_U$ atau $4-D_U < D_w < 4-D_L$, maka status autokorelasi tidak dapat dijelaskan (inconclusive).
- 3) Jika $D_U < D_w < 4-D_U$, maka tidak terjadi autokorelasi (Non autokorelasi).

Uji *Run* digunakan untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi. Jika anatar residual tidak terdapat hubungan korelasi maka dikatakan bahwa residual adalah acak atau random (Ghozali, 2018, p. 121). Hipotesis dari Uji *Run* adalah sebagai berikut:

H_0 : Nilai Sig $> 0,05$, residual *random* (acak).

H_a : Nilai Sig $< 0,05$, residual tidak *random*.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Metode regresi linier berganda menurut Supranto dalam (Hafidz, Sulistiowati, & Maulana, 2015) dapat memperkirakan atau meramalkan nilai suatu variabel dependen (pajak reklame) dan memperhitungkan variabel lain (independen) yang mempengaruhinya. Dengan demikian akan membuktikan hubungan antara satu variabel tidak bebas dengan beberapa variabel lain yang bebas. Bila digambarkan secara matematis hubungan variabel tersebut adalah:

$$Y = f(X_1, X_2, X_3)$$

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana :

Y : Penerimaan Pajak Reklame Kabupaten Purbalingga (rupiah)

α : Konstanta

$\beta_1 \dots \beta_3$: Koefisien Regresi 1,2,3

X₁ : PDRB Kabupaten Purbalingga (juta rupiah)

X₂ : Jumlah Penduduk Kabupaten Purbalingga (orang)

X₃ : Jumlah industri Kabupaten Purbalingga (buah)

e : Error Term (Sugiyono, 2016, hal. 234).

3. Uji Statistik

Analisis dilakukan melalui pendekatan analisis kuantitatif yaitu dengan model regresi dengan metode kuadrat terkecil biasa (OLS). Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat maka dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan pada penelitian ini.

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel (Kuncoro, 2007). Pengujian secara parsial untuk setiap koefisien regresi diuji untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara

variabel bebas dengan variabel terikat pada tingkat signifikansi yang dipilih.

Langkah-langkah pengujiannya adalah:

Hipotesis yang diuji adalah:

1) $H_0 : \beta_i = 0$

Tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

2) $H_0 : \beta \neq 0$

Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

a) Menentukan tingkat kepercayaan (taraf nyata) yang dipilih, dalam penelitian ini digunakan taraf nyata 5% .

b) Menghitung nilai t menggunakan formula sebagai berikut (Raharjo, 2019):

$$T_{\text{tabel}} = t(a/2 ; n - k - 1)$$

Keterangan:

t : t_{hitung} yang selanjutnya dikondisikan dengan t_{tabel}

α : taraf nyata 5% (0,05)

k : jumlah variabel independen

n : jumlah sampel

c) Kriteria Pengujian

H_0 ditolak jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau $\text{Sig.} < 0,05$

H_0 diterima jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ atau $\text{Sig.} > 0,05$ (Suliyanto, Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi, 2018, hal. 297).

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variabel terikat (Kuncoro, 2007).

Uji statistik F dalam penelitian ini menggunakan taraf nyata 5% (0,05) dan derajat bebas (k-1) : (n-k), $F_{tabel} = (\alpha : (k : n-k-1))$. Berikut kriteria pengambilan keputusan pada statistik F yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini:

- c. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel} (\alpha : (k : n-k-1))$ atau $sig. \geq 0,05$, maka tidak ada pengaruh secara simultan.
- d. Jika $F_{hitung} > F_{tabel} (\alpha : (k : n-k-1))$ atau $sig. < 0,05$, maka ada pengaruh secara simultan. (Suliyanto, Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi, 2018, p. 200)
- e. Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien Determinan (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2018, hal. 97).

BAB IV

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Kabupaten Purbalingga

1. Keadaan Geografis

Kabupaten Purbalingga termasuk wilayah Provinsi Jawa Tengah bagian barat daya, dimana memiliki batas administratif Kabupaten Pemalang di sebelah utara, Kabupaten Banyumas dan Banjarnegara di sebelah selatan, Kabupaten Banjarnegara di sebelah timur, dan Kabupaten Banyumas di sebelah barat. Jarak Kabupaten Purbalingga ke Ibukota Provinsi Jawa Tengah yaitu kota Semarang adalah 191 Km, Purwokerto 20 Km, Cilacap 60 Km, dan Wonosobo 75 Km. Luas wilayah Kabupaten Purbalingga adalah 77.764 Km² atau sekitar 2,39 % dari luas wilayah Provinsi Jawa Tengah.

Secara administratif wilayah Kabupaten Purbalingga meliputi 18 kecamatan, dengan kecamatan Rembang sebagai wilayah terluas (9.160 Ha atau 11,79 %) dan kecamatan Purbalingga sebagai wilayah tersempit (1.473 Ha atau 1,92 %).

Wilayah Kabupaten Purbalingga mempunyai topografi yang beraneka ragam, meliputi: dataran rendah, perbukitan dan karang gunung. Adapun pembagian bentang alamnya adalah sebagai berikut:

- a. Bagian Utara, merupakan daerah dataran tinggi yang berbukit-bukit dengan kemiringan lebih dari 40%, meliputi kecamatan Karangreja, Bobotsari, Karanganyar, Rembang, sebagian wilayah Kecamatan Kutasari, Bojongsari dan Mrebet.
- b. Bagian Selatan, merupakan daerah yang relatif rendah dengan nilai faktor kemiringan berada antara 0% sampai dengan 25% meliputi, wilayah Kecamatan Kalimanah, Padamara, Purbalingga, Kemangkong, Bukateja, Kejobong, Pengadegan, sebagian wilayah Kecamatan Kutasari dan Mrebet.

Kawasan lindung di wilayah Kabupaten Purbalingga terdiri dari kawasan hutan lindung, kawasan sekitar mata air, kawasan daerah sempadan sungai dan kawasan rencana longsor dan kekeringan. Kawasan lindung meliputi:

- a. Kawasan Hutan Lindung, kawasan yang diprioritaskan penanganannya terletak di Kecamatan Karangreja. Adapun sesuai SK Menhut No. 359/Menhut-II/2004, luas hutan lindung di Kabupaten Purbalingga adalah 9.236 ha, meliputi Kecamatan Bobotsari 104 ha, Kecamatan Bojongsari 777 ha, Kecamatan Karangjambu 1391 ha, Kecamatan Karangmoncol 3642 ha, Kecamatan Kutasari 637 ha, Kecamatan Mrebet 56 ha, Kecamatan Rembang 2.214 ha dan Kecamatan Karangreja 409 ha.
- b. Kawasan Sekitar Mata Air, semua sumber mata air yang digunakan sebagai air baku PDAM maupun yang berfungsi sebagai pengairan diprioritaskan penanganannya. Kawasan sekitar mata air, meliputi: Mata Air Situ Tirtomarto Desa Karangcegak, Mata Air Walik Desa Kutasari, Tuk Gunung Desa Limbangan, Mata Air Bandawayu Desa Karangduren, Mata Air Mudal Desa Dagan, Mata Air Tuk Arus Desa Serayu Larangan, Mata Air Kali Talun, Mata Air Supiturang dan Mata Air Kali Pulus Desa Karangambas.
- c. Kawasan Daerah Sempadan Sungai, kawasan sempadan sungai yang mendapatkan prioritas penanganannya adalah Aliran DAS Serayu-Luk Ulo dan Klawing.
- d. Kawasan Rawan Bencana Longsor dan Kekeringan, kawasan rawan bencana tanah longsor yang terdapat di Kabupaten Purbalingga, terdiri atas zona kerentanan tingkat menengah yang memiliki kelerengan 30-50%, sedangkan zona tingkat kerentanan tinggi memiliki kelerengan sekitar 50-70% sampai > 70%. Penanganan kawasan rawan longsor ini diprioritaskan di

Kecamatan Rembang. Sedangkan kawasan kekeringan di Kecamatan Kejobong dan Kecamatan Kutasari.

Kawasan Budidaya, merupakan kawasan yang diperuntukan bagi berbagai jenis hasil produksi yang meliputi kawasan hutan produksi dan kawasan pertanian. Kawasan budidaya meliputi:

- a. Kawasan hutan produksi, prioritas penanganan yang dipusatkan di Kecamatan Karangmoncol, Kecamatan Karangreja dan Kecamatan Rembang.
- b. Kawasan pertanian, prioritas penanganan dipusatkan di Kecamatan Bukateja, Kemangkon, Purbalingga, dan Kalimanah untuk lahan basah. Sedangkan Kecamatan Rembang dan Kecamatan Karangmoncol untuk tanaman tahunan, Kecamatan Mrebet untuk perdagangan dan Kecamatan Kejobong untuk tanam pangan lahan kering.

2. PDRB

Pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Purbalingga menurut harga konstan dapat ditunjukkan oleh adanya kenaikan Produk Domestik Regional Bruto. PDRB atas dasar harga konstan Kabupaten Purbalingga tahun 2010-2020 atas dasar harga konstan 2010, pertumbuhan tertinggi terjadi pada tahun 2012 yaitu sebesar 5,79% dan pertumbuhan terendah terjadi pada tahun 2014 dan 2016 yaitu sebesar 4,85%. Dapat dilihat bahwa penerimaan PDRB di Kabupaten Purbalingga tiap tahunnya mengalami fluktuasi, dengan pertumbuhan tertinggi terjadi pada tahun 2012 yaitu sebesar 5,79% dan mengalami penurunan di tahun 2020 sebesar 1,23%.

3. Jumlah Penduduk

Berdasarkan pada registrasi penduduk Kabupaten Purbalingga, jumlah penduduk di Kabupaten Purbalingga selama kurun waktu 11 tahun yaitu dari tahun 2010-2020 selalu mengalami peningkatan, meskipun sempat mengalami sedikit penurunan di tahun 2014 dan 2020.

Sejalan dengan kenaikan penduduk, maka kepadatan penduduk juga mengalami kenaikan. Persebaran penduduk masih belum merata. Dapat dilihat pada tabel 4.1, kepadatan penduduk di daerah perkotaan secara umum lebih tinggi dibandingkan di daerah pedesaan. Kecamatan dengan kepadatan penduduk tertinggi yaitu Kecamatan Purbalingga dengan kepadatan penduduk 57.580 jiwa/km², sedangkan kecamatan dengan kepadatan penduduk terendah yaitu Kecamatan Karangjambu dengan kepadatan penduduk sebesar 28.078 jiwa/km².

Tabel 4. 1 Luas Wilayah, Jumlah Penduduk dan Kepadatan Penduduk Menurut Kecamatan di Kabupaten Purbalingga Tahun 2020

No	Kecamatan	Luas Wilayah (km ²)	Jumlah Penduduk (jiwa)	Kepadatan Penduduk (jiwa/km ²)
1	Kemangkon	45,13	63.622	1.410
2	Bukateja	42,4	78.114	1.842
3	Kejobong	39,99	50.738	1.269
4	Pengadegan	41,75	41.046	983
5	Kaligondang	50,54	65.548	1.297
6	Purbalingga	14,72	57.580	3.912
7	Kalimanah	22,51	57.667	2.562
8	Padamara	17,27	46.533	2.694
9	Kutasari	52,9	65.235	1.233
10	Bojongsari	29,25	63.095	2.157
11	Mrebet	47,89	77.869	1.626
12	Bobotsari	32,28	53.319	1.652
13	Karangreja	74,49	46.640	626
14	Karangjambu	46,09	28.078	609
15	Karanganyar	30,55	40.091	1.312
16	Kertanegara	38,02	36.926	971
17	Karangmoncol	60,27	58.543	971
18	Rembang	91,59	67.917	742
	Jumlah	777,64	998.561	27.868

Sumber : BPS Kabupaten Purbalingga

4. Jumlah Industri

Potensi di sektor industri dan perdagangan memiliki peran yang signifikan bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat di Kabupaten Purbalingga. Hal ini dapat dilihat dari terus bertambahnya jumlah industri di Kabupaten Purbalingga dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2020 seperti yang terlihat dalam tabel 1.4.

Jumlah industri di Kabupaten Purbalingga dalam kurun waktu 11 tahun yaitu dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2020 mengalami peningkatan, kemudian mengalami penurunan sebesar 11,11% pada tahun 2015, 11,56% pada tahun 2019, dan 6,54% pada tahun 2020. Peningkatan terbesar terjadi pada tahun 2017 yaitu sebesar 69,79%. Perkembangan industri mengalami fluktuasi dikarenakan perekonomian di Kabupaten Purbalingga yang tidak stabil dan mengakibatkan naik turunnya industri.

5. Perkembangan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame

Pajak daerah yang dipungut oleh Kabupaten Purbalingga sesuai Undang-Undang No 28 tahun 2009 tentang pajak daerah dan retribusi daerah terdiri dari Pajak Hotel, Pajak Restoran, Pajak Hiburan, Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan, Pajak Reklame, Pajak Penerangan Jalan, Pajak Parkir, Pajak Air Tanah, Pajak Sarang Burung Walet, Pajak Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan, dan Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan (PBB P2). Dari tahun 2010-2020 realisasi penerimaan pajak reklame mengalami fluktuasi, dapat dilihat pada tabel 1.1. Dari Tabel 1.1 penerimaan pajak reklame dikatakan mengalami fluktuasi karena penerimaan pajak reklame tertinggi terjadi pada tahun 2012 yaitu sebesar 36,58%, kemudian mengalami penurunan pada tahun 2017 sebesar 0,24%, tahun 2018 sebesar 6,10% dan tahun 2020 sebesar 22,35%.

B. Analisis Data dan Pembahasan

Dalam sub bab ini akan diuraikan mengenai hasil dari analisis peranan PDRB, jumlah penduduk, dan jumlah Industri terhadap penerimaan pajak reklame. Untuk menganalisis variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, maka dilakukan regresi dengan metode *Ordinary Least Square* (OLS). Analisis regresi linier berganda dengan metode OLS akan menghasilkan koefisien regresi dari masing-masing variabel yang merupakan estimasi dari masing-masing faktor yang berpengaruh dan sejauh mana pengaruh dari faktor-faktor tersebut secara bersama-sama dalam mempengaruhi penerimaan pajak reklame.

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test*, jika nilai residual yang terdistribusi secara normal memiliki probabilitas signifikan lebih dari 0,05 maka data berdistribusi normal:

**Tabel 4. 2 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		11
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.09424963
Most Extreme Differences	Absolute	.154
	Positive	.118
	Negative	-.154
Kolmogorov-Smirnov Z		.511
Asymp. Sig. (2-tailed)		.956

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan *output* di atas dapat dilihat bahwa hasil uji normalitas menunjukkan level signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu $0,956 > 0,05$. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

**Tabel 4. 3 Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a**

Model	Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF	
1	PDRB	.125	7.982
	Jumlah Penduduk	.209	4.786
	Jumlah Industri	.245	4.077

a. Dependent Variable: Pajak Reklame

Berdasarkan *output* di atas, diketahui nilai VIF variabel PDRB (X_1) = 7,982, VIF variabel Jumlah Penduduk (X_2) = 4,786, dan variabel Jumlah Industri (X_3) = 4,077 dan nilai *tolerance* yang baik yaitu $>0,1$. Nilai TOL variabel PDRB (X_1) = 0,1265, variabel Jumlah Penduduk (X_2) = 0,209, dan variabel Jumlah Industri (X_3) = 0,245. Karena nilai VIF untuk semua variabel tersebut <10 dan nilai $TOL > 0,1$, maka disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas atau model regresi terbebas dari gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastitas

Tabel 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastitas
Correlations

			PDRB	Jumlah Penduduk	Jumlah Industri	Unstandardized Residual
Spearman's rho	PDRB	Correlation Coefficient	1.000	.945**	.820**	.045
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.002	.894
		N	11	11	11	11
	Jumlah Penduduk	Correlation Coefficient	.945**	1.000	.784**	.073
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.004	.832
		N	11	11	11	11
	Jumlah Industri	Correlation Coefficient	.820**	.784**	1.000	.178
		Sig. (2-tailed)	.002	.004	.	.601
		N	11	11	11	11
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.045	.073	.178	1.000	
	Sig. (2-tailed)	.894	.832	.601	.	
	N	11	11	11	11	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari output di atas, diketahui bahwa; Nilai Sig (2-tailed) PDRB (X_1) = 0,894 > 0,05, Nilai Sig (2-tailed) Jumlah Penduduk (X_2) = 0,832, Nilai Sig (2-tailed) Jumlah Industri (X_3) = 0,601. Karena nilai Sig (2-tailed) dari ketiga variabel lebih dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastitas atau model regresi terbebas dari gejala heteroskedastitas.

d. Uji Autokorelasi

Tabel 4. 5 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.943 ^a	.890	.842	.11265	2.419

a. Predictors: (Constant), JumlahPenduduk, Jumlah Industri, PDRB

b. Dependent Variable: Pajak Reklame

Berdasarkan hasil pengujian di atas, diperoleh nilai DW sebesar 2,419 yang berarti terletak diantara $D_U < D_W < 4-D_U$ ($1.928 < 2,419 < 2.072$). Jika dilihat dari dasar pengambilan keputusan termasuk $4-D_U < D_W < 4-D_L$, maka tidak ada keputusan pasti dari hasil uji *Durbin-Watson* atas model regresi tersebut.

Untuk memastikan lebih lanjut ada atau tidaknya autokorelasi dalam model regresi, lebih lanjut digunakan Uji *Run*. Uji *Run* digunakan untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi. Jika antar residual tidak terdapat hubungan korelasi maka dikatakan bahwa residual adalah acak atau random (Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9, 2018, p. 121).

Hipotesis dari Uji *Run* adalah sebagai berikut:

H_0 : Nilai Sig $> 0,05$, residual *random* (acak).

H_a : Nilai Sig $< 0,05$, residual tidak *random*.

Hasil dari Uji *Run* dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 6 Uji Autokorelasi (Uji Run)

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-.01722
Cases < Test Value	5
Cases \geq Test Value	6
Total Cases	11
Number of Runs	7
Z	.029
Asymp. Sig. (2-tailed)	.977

a. Median

Dari tabel 4.6 di atas dapat disimpulkan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* $0.977 > 0.05$ sehingga H_0 tidak dapat ditolak. Hal ini berarti data yang dipergunakan tersebar (*random*). Dapat diketahui bahwa tidak terdapat masalah autokorelasi antar variabel independen, sehingga model regresi layak digunakan.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui hubungan antara satu variabel tidak bebas (variabel dependen) dengan beberapa variasi lain yang bebas (variabel independen). Dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara PDRB (X_1), jumlah penduduk (X_2), dan Jumlah Industri (X_3) terhadap Pajak Reklame (Y). Perhitungan statistik dalam analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program computer SPSS. Hasil uji regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	20.030	13.778		1.454	.189
	PDRB	3.179	.618	1.823	5.141	.001
	Jumlah Penduduk	-3.684	1.407	-.719	-2.619	.034
	Jumlah Industri	-.315	.219	-.364	-1.438	.194

a. Dependent Variable: Pajak Reklame

Dari tabel *Coefficients* diperoleh model regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 20,030 + 3,179X_1 + -3,684X_2 + -0,315X_3 + e$$

Dimana:

$$Y = \text{Pajak Reklame}$$

$$X_1 = \text{PDRB}$$

$$X_2 = \text{Jumlah Penduduk}$$

$$X_3 = \text{Jumlah Industri}$$

$$\alpha = \text{konstanta}$$

$$e = \text{error}$$

$$\beta_1 = \text{koefisien regresi 1}$$

β_2 = koefisien regresi 2

β_3 = koefisien regresi 3

Hasil persamaan regresi berganda tersebut memberikan pengertian bahwa:

1) Konstanta = 20,030

Jika variabel PDRB, jumlah penduduk, dan jumlah industri dianggap sama dengan nol, maka variabel pajak reklame sebesar 20,030.

2) Koefisien $\beta_1 = 3,179$

Menjelaskan bahwa variabel PDRB memiliki pengaruh terhadap variabel pajak reklame sebesar 3,179 dengan makna berpengaruh positif. Yang mana jika variabel PDRB ditingkatkan 1 satuan saja maka pajak reklame akan meningkat sebesar 3,179 satuan. Dan jika variabel PDRB diturunkan 1 satuan saja maka pajak reklame menurun sebesar 3,179 satuan dengan asumsi variabel lain bernilai tetap.

3) Koefisien $\beta_2 = -3,684$

Menjelaskan bahwa variabel jumlah penduduk memiliki pengaruh terhadap variabel pajak reklame sebesar -3,684 dengan makna berpengaruh secara negatif. Artinya, jika jumlah penduduk ditingkatkan satu satuan dan variabel lainnya tetap, maka variabel pajak reklame akan turun sebesar 3,684. Variabel pajak reklame otomatis akan meningkat sebesar 3,684 jika variabel jumlah penduduk tetap dan variabel lainnya dinaikkan 1 satuan.

4) Koefisien $\beta_3 = -0,315$

Menjelaskan bahwa variabel jumlah industri memiliki pengaruh terhadap variabel pajak reklame sebesar -0,315 dengan makna berpengaruh secara negatif. Artinya jika jumlah industri ditingkatkan satu satuan dan variabel lainnya tetap, maka variabel pajak reklame akan turun sebesar 0,315.

Variabel pajak reklame otomatis akan meningkat sebesar 0,315 jika variabel jumlah penduduk tetap dan variabel lainnya dinaikkan 1 satuan.

3. Uji T (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara variabel bebas dengan variabel terikat pada tingkat signifikansi yang dipilih. Hasil perhitungan nilai uji t dengan menggunakan aplikasi SPSS, diperoleh nilai koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 4. 8 Hasil Uji T (Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.030	13.778		1.454	.189
	PDRB	3.179	.618	1.823	5.141	.001
	Jumlah Penduduk	-3.684	1.407	-.719	-2.619	.034
	Jumlah Industri	-.315	.219	-.364	-1.438	.194

a. Dependent Variable: Pajak Reklame

Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik T dengan formula:

$$T \text{ tabel} = t (\alpha/2 ; n - k - 1)$$

$$= (0,05/2; 11-3-1)$$

$$= (0,025 ; 7)$$

$$= 2,365$$

Dan untuk kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $sig. > 0,05$ maka dinyatakan tidak ada pengaruh variabel X terhadap Y secara parsial (individual).
- $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $sig. < 0,05$ maka dinyatakan ada pengaruh variabel X terhadap Y secara parsial (individual).

Dari hasil pengolahan data untuk uji T pada tabel di atas diperoleh hasil sebagai berikut:

a. Variabel PDRB (X_1)

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dipaparkan di atas diperoleh nilai t hitung 5,141 dan sig. 0,001. Nilai tabel diperoleh dari tabel distribusi yaitu 2,365. Maka pada kaidah pengambilan keputusan pada uji T yang tepat dan disesuaikan dengan data yang dihasilkan yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau sig. $< 0,05$ dengan nilai $5,141 > 2,365$ atau $0,001 < 0,05$. Maka artinya, secara parsial variabel PDRB (X_1) berpengaruh terhadap variabel pajak reklame (Y). sehingga, hipotesis H1 diterima.

b. Variabel Jumlah Penduduk (X_2)

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dipaparkan di atas diperoleh nilai t hitung -2,619 dan sig. 0,034. Nilai tabel diperoleh dari tabel distribusi nilai yaitu 2,365. Maka pada kaidah pengambilan keputusan pada uji T yang tepat dan disesuaikan dengan data yang dihasilkan yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau sig. $< 0,05$ dengan nilai $-2,619 > 2,365$ atau $0,034 < 0,05$. Maka artinya secara parsial variabel jumlah penduduk (X_2) berpengaruh secara negatif terhadap variabel pajak reklame (Y), sehingga hipotesis diterima atau H1 diterima dengan catatan bermakna negatif.

c. Variabel Jumlah Industri (X_3)

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dipaparkan di atas diperoleh nilai t hitung -1,438 dan sig. 0,194. Nilai tabel diperoleh dari tabel distribusi yaitu 2,365. Maka pada kaidah pengambilan keputusan pada uji T yang tepat dan disesuaikan dengan data yang dihasilkan yaitu $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau sig. $> 0,05$ dengan nilai $-1,438 < 2,365$ atau $0,149 > 0,05$. Maka artinya, secara parsial variabel jumlah industri (X_3) tidak berpengaruh terhadap variabel pajak reklame (Y). Maka dapat ditarik

kesimpulan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga hipotesis H_3 ditolak.

4. Uji F (Simultan)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (PDRB/ X_1 , jumlah penduduk/ X_2 , jumlah industri/ X_3) secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen (pajak reklame/ Y). kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis pada penelitian ini adalah:

- a) Apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan menerima H_1 . Artinya ada pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.
- b) Sebaliknya apabila, $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya tidak ada pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Hasil dari F_{tabel} menggunakan taraf nyata 5% adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} F_{tabel} &= \alpha ; (k ; n-k-1) \\ &= 0,05 ; (3 ; 11-3-1) \\ &= 0,05 ; (3 ; 7) \\ &= 4,35 \end{aligned}$$

Hasil analisis uji F berdasarkan data untuk lebih jelasnya sebagai berikut ini:

Tabel 4. 9 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.717	3	.239	18.829	.001 ^a
	Residual	.089	7	.013		
	Total	.806	10			

a. Predictors: (Constant), jumlah industri, jumlah penduduk, PDRB

b. Dependent Variable: Pajak Reklame_Y

Berdasarkan *output* tabel 4.9 di atas, maka dapat dijelaskan bahwa nilai F hitung $18,829 > F$ tabel 4,35. Maka, hipotesis diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh PDRB (X_1), jumlah penduduk

(X_2), jumlah industri (X_3) secara bersama-sama atau simultan terhadap pajak reklame (Y) di Kabupaten Purbalingga.

5. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui kemampuan variabel tidak bebas dalam mempengaruhi variabel bebas dapat diperoleh menggunakan koefisien determinasi. Koefisien determinan menunjukkan seberapa baik variabel terikat dapat menjelaskan variabel bebas. Semakin tinggi koefisien determinan, semakin baik. Dari hasil pengolahan data, diperoleh nilai koefisien determinan sebagai berikut:

Tabel 4 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.943 ^a	.890	.842	.11265

a. Predictors: (Constant), jumlah industri, jumlah penduduk, pajak reklame

b. Dependent Variable: pajak reklame

Berdasarkan output di atas, nilai koefisien determinan diketahui sebesar 0,842 menunjukkan bahwa 84,2% variabel pajak reklame dapat dijelaskan oleh variabel PDRB, jumlah penduduk, dan Jumlah Industri. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 15,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat terlihat dengan jelas bahwa secara parsial (individu) variabel bebas X_1 (PDRB), X_2 (Jumlah Penduduk) berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame, sedangkan variabel bebas X_3 (Jumlah Industri) tidak berpengaruh terhadap penerimaan Pajak Reklame. Sedangkan secara simultan (bersama-sama) seluruh variabel bebas berpengaruh terhadap Pajak Reklame (Y). Penjelasan masing-masing pengaruh dari variabel dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh PDRB terhadap Pajak Reklame

Hasil penelitian membuktikan, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa variabel independen PDRB memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen pajak reklame di Kabupaten Purbalingga. Hal ini menjelaskan bahwa semakin besar penerimaan pajak reklame maka semakin besar penerimaan pajak reklame yang didapatkan. Perkembangan penerimaan PDRB di Kabupaten Purbalingga sendiri mengalami peningkatan setiap tahunnya seperti yang terlihat pada tabel 1.2.

PDRB merupakan salah satu indikator untuk mengetahui kondisi ekonomi di suatu wilayah dalam suatu periode tertentu dan dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan ekonomi suatu daerah serta sebagai bahan evaluasi dari hasil pembangunan ekonomi (Purbalingga, 2010). Menurut Dini Nurmayasari (2010) seiring dengan penerimaan PDRB yang tinggi, akan diikuti dengan tingginya mobilitas masyarakat. Dengan mobilitas yang tinggi, maka dapat memberikan potensi bagi masyarakat untuk melihat reklame sebagai media atau sarana penyampai informasi dan promosi atas barang dan jasa yang ditawarkan oleh produsen. Hal ini akan menjadi peluang bagi produsen untuk meningkatkan pemasaran produk yang dimiliki dengan menggunakan media reklame. Menurut Musgrave (1989) dalam (Haniz, 2013) besar kecilnya penerimaan pajak sangat ditentukan oleh PDRB, jumlah penduduk dan kebijakan pemerintah baik pusat maupun daerah dan juga banyaknya jumlah industri yang ada.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dini Nurmayasari (2010) dalam skripsinya yang berjudul “ Analisis Penerimaan Pajak Reklame Kota Semarang” yang menyimpulkan bahwa Jumlah Penduduk, Jumlah Industri, dan PDRB Perkapita berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan Pajak Reklame di Kota Semarang.

2. Jumlah Penduduk

Hasil penelitian membuktikan, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa variabel independen jumlah penduduk memiliki pengaruh yang negatif signifikan terhadap variabel dependen pajak reklame di Kabupaten Purbalingga. Secara parsial, jumlah penduduk berpengaruh negatif signifikan terhadap penerimaan pajak reklame. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan jumlah penduduk berpengaruh signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Purbalingga dengan catatan bermakna negatif.

Berdasarkan UUD 1945 Pasal 26 Ayat (2) penduduk ialah warga negara Indonesia dan orang asing yang bertempat tinggal di Indonesia. Menurut Fatah, Suhadak dan Hidayat dalam (Fitriana & Sudrajat, 2017) penduduk adalah sejumlah orang yang tinggal secara menetap pada suatu daerah dalam jangka waktu yang lama. Semakin banyak jumlah penduduk di suatu daerah, semakin banyak pula promosi yang dilakukan oleh produsen. Pada gilirannya, peningkatan konsumsi agregat memungkinkan usaha-usaha produktif berkembang, begitu pula perekonomian secara keseluruhan (Dumairy, 1996). Pertambahan jumlah penduduk akan meningkatkan permintaan atas barang dan jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup. Semakin meningkat jumlah penduduk, maka kebutuhan akan barang-barang pemenuh kebutuhan akan mengalami peningkatan.

Jumlah penduduk berpengaruh negatif signifikan, dapat diartikan bahwa pertumbuhan penduduk di Kabupaten Purbalingga karena pertumbuhan penduduk dalam suatu daerah akan menjadi beban bagi pemerintah daerah, karena memicu angka pengangguran dan pengeluaran subsidi (Arofah, 2018). Pertumbuhan penduduk yang tidak disertai dengan adanya lapangan pekerjaan hanya akan meningkatkan jumlah pengangguran di suatu daerah. Jumlah penduduk yang bukan merupakan angkatan kerja akan menyebabkan beban tersendiri bagi perekonomian, karena pemerintah daerah harus

memberikan berbagai macam subsidi untuk menekan angka kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan rakyat. Pertumbuhan penduduk yang tinggi tidak serta merta meningkatkan pajak reklame, karena tidak semua penduduk Kabupaten Purbalingga merupakan seorang wajib pajak.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lulu Chodlirotul Arofah (2018) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa pendapatan perkapita berpengaruh positif signifikan, jumlah penduduk berpengaruh negatif dan signifikan dan jumlah industri berpengaruh positif dan signifikan terhadap pajak daerah di Kabupaten dan Kota Provinsi Jawa Tengah.

3. Jumlah Industri

Dari hasil penelitian yang telah dipaparkan menunjukkan hipotesis ketiga menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen jumlah industri dengan variabel dependen pajak reklame. Dikarenakan jumlah industri di Kabupaten Purbalingga lebih dominan dengan industri kecil rumah tangga, sehingga penerimaan pajak reklame di Kabupaten Purbalingga lebih banyak dihasilkan dari industri-industri besar dan sedang yang memperluas usahanya di wilayah Kabupaten Purbalingga.

Seiring dengan perkembangan teknologi, media promosi mulai beralih dari media reklame ke media *digital*, banyak promosi saat ini beralih melalui media sosial (whatsapp, line, youtube, instagram, sms, dan lain-lain) (Abdullah & Triwardoyo, 2017) dimana produsen tidak perlu menggunakan media reklame untuk memperkenalkan produk yang dimiliki kepada masyarakat. Promosi menggunakan media *digital* lebih menghemat biaya dan tenaga serta lebih efektif dibandingkan menggunakan papan reklame. Bupati Purbalingga, Dyah Hayuning Pratiwi juga melakukan kerjasama dengan *e-commerce* 'Bukalapak', beliau meluncurkan program 'Tuka-Tuku' pada tahun

2019 untuk mengembangkan dan mempromosikan produk unggulan UMKM melalui pasar daring (*online marketplace*) Bukalapak

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lintang Gupita Prasedyawati (2013), yang menyebutkan bahwa jumlah industri tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap pertumbuhan pajak reklame di Kota Semarang. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wilbert Sutanto (2019) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa jumlah industri dan jumlah penduduk tidak berpengaruh signifikan positif terhadap penerimaan pajak reklame.

4. Pengaruh PDRB, Jumlah Penduduk, dan Jumlah Industri terhadap Pajak Reklame

Berdasarkan pengujian statistik variabel secara simultan variabel bebas X_1 (PDRB), X_2 (Jumlah Penduduk), X_3 (Jumlah Industri) berpengaruh terhadap variabel terikat Y (Pajak Reklame), dilakukan dengan pengujian uji F. hasil perhitungannya menunjukkan nilai Sig. (0,001) lebih kecil dari nilai taraf signifikansi yang digunakan ($\alpha = 0,05$). Hal ini berarti hipotesis keempat menyatakan bahwa secara simultan variabel PDRB, Jumlah Penduduk, dan Jumlah Industri berpengaruh terhadap Pajak Reklame. Dan berdasarkan nilai *Adjusted Square* dari model regresi yang terbentuk dalam penelitian ini adalah sebesar 0,842 menunjukkan bahwa 84,2% variabel pajak reklame dapat dijelaskan oleh variabel PDRB, jumlah penduduk, dan Jumlah Industri. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 15,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Hasil ini sesuai dengan teori yang dikemukakan Musgrave (1989) dalam (Haniz, 2013) bahwa secara teoritis penerimaan pajak reklame dipengaruhi oleh PDRB (Produk Domestik Regional Bruto, Jumlah Penduduk, dan Jumlah Industri). Untuk itu pemerintah diharapkan mampu mengelola dan mengatur faktor-faktor tersebut

agar penerimaan pajak reklame di Kabupaten Purbalingga dapat ditingkatkan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh PDRB, jumlah penduduk, dan jumlah industri terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Purbalingga tahun 2010-2020. Dari rumusan masalah yang diajukan, analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (H1) telah membuktikan bahwa PDRB berpengaruh terhadap Pajak Reklame. Dengan demikian H_0 diterima dengan H_a ditolak. Dapat disimpulkan bahwa PDRB berpengaruh terhadap Pajak Reklame di Kabupaten Purbalingga **Hipotesis 1 diterima.**
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (H2) telah membuktikan bahwa jumlah penduduk berpengaruh terhadap Pajak Reklame. Dengan demikian H_0 diterima dengan H_a ditolak. Dapat disimpulkan bahwa PDRB berpengaruh terhadap Pajak Reklame di Kabupaten Purbalingga **Hipotesis 2 diterima**, dengan catatan bahwa pengaruh yang diberikan berupa negatif.
3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (H3) telah membuktikan bahwa jumlah industri tidak berpengaruh terhadap Pajak Reklame. Dengan demikian H_0 diterima dengan H_a ditolak. Dapat disimpulkan bahwa PDRB tidak berpengaruh terhadap Pajak Reklame di Kabupaten Purbalingga **Hipotesis 3 ditolak.**
4. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (H4) telah membuktikan bahwa PDRB, Jumlah Penduduk, dan Jumlah Industri secara simultan berpengaruh terhadap Pajak Reklame, dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga disimpulkan bahwa, PDRB, Jumlah Penduduk, dan Jumlah Industri berpengaruh terhadap Pajak Reklame di Kabupaten Purbalingga.

B. Saran

Dari hasil yang telah dipaparkan, maka saran yang dapat penulis ajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pemerintah Kabupaten Purbalingga
 - a. Pemerintah Kabupaten Purbalingga bersama-sama dengan Bakeuda (Badan Keuangan Daerah) hendaknya menyikapi permasalahan meningkatnya jumlah objek reklame di Kabupaten Purbalingga, namun kontribusi pajak reklame terhadap penerimaan pajak daerah masih tergolong rendah dibandingkan dengan pajak lainnya, maka perlu adanya penyesuaian tarif terhadap pajak reklame di Kabupaten Purbalingga dengan tarif di kabupaten lainnya untuk jenis reklame tertentu, selain itu juga menindak tegas oknum-oknum yang melakukan pemasangan reklame tidak berizin yang dapat merugikan pemerintah daerah.
 - b. Pemerintah daerah Kabupaten Purbalingga dapat melakukan upaya peningkatan pada faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame khususnya PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame di Kabupaten Purbalingga. Karena semakin tinggi PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) maka semakin tinggi pula tingkat ekonomi daerah, sehingga kesejahteraan masyarakat akan meningkat dan dapat mendorong masyarakat untuk lebih sadar dan tertib dalam melakukan pajak.
2. Untuk Peneliti Selanjutnya, dapat mengembangkan penelitian ini dengan cara:
 - a. Peneliti selanjutnya dapat menambah variabel independen lain yang akan digunakan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame, atau menggantinya dengan variabel lain.

- b. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode penelitian yang berbeda dengan penelitian ini untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame.



Daftar Pustaka

- Abdullah, F., & Triwardoyo, B. (2017). Menelusuri Fenomena Billboard Hampa. *Dimensi, Vol.13-No.2*, 217.
- Anggoro, D. D. (2017). *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. Malang: UB Press.
- Aravik, H. (2017). *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam Kontemporer*. Depok: KENCANA.
- Arofah, L. C. (2018). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Daerah Di Kabupaten Dan Kota Provinsi Jawa Tengah. 11.
- Aziz, F. A., & Utami, H. T. (2020). *UMKM DI ERA BARU KEWIRAUSAHAAN*. Banyumas: CV.Rizquna.
- Christine, D., Wijaya, J., Chandra, K., Pratiwi, M., Lubis, M. S., & Nasution, I. A. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Total Arus Kas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Financial Distress pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017. *JESYA, Vol.2 No.2*, 345.
- Dengah, S., Vecky, R., & Audie, N. (2014, Oktober). Analisis Pengaruh Pendapatan Perkapita dan Jumlah Penduduk Terhadap Permintaan Perumahan Kota Manado Tahun 2003-2012. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, Volume 14 no.3*, 75.
- Dumairy. (1997). *Perekonomian Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Fitriana, D. D., & Sudrajat, A. (2017, April). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame Dengan PDRB Sebagai Variabel Moderating Di Kabupaten Magetan. *Jurnal Akuntansi, Vol. 1 No. 1*, 32.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gusfahmi. (n.d.). <https://www.pajak.go.id/artikel/pajak-haramkah>. Retrieved Agustus Kamis, 2020, from www.pajak.go.id.
- Hafidz, M. A., Sulistiowati, & Maulana, Y. M. (2015). Rancangan Bangun Aplikasi Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan Perpustakaan Kota Surabaya. *JSIK, Vol. 4, No.1*, 2.
- Haniz, N. F. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Daerah Kota Tegal. *DIPONEGORO JOURNAL OF ECONOMICS, Volume 3, Nomor 1*, 10.
- Herawati, J., & Prayekti. (2011). Pengaruh Dimensi Internet Banking Service Quality Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah (Penelitian Empiris Terhadap Nasabah Internet Banking di Kota Yogyakarta). *AKMENIKA UPY, Vol. 8*, 14.

- Khasanah, U., Karim, A., & Nur, I. M. (2017). Pemodelan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Provinsi Jawa Tengah Dengan Pendekatan Spesial Auto Regressive Model Panel Data. *Prosiding*, 331.
- Kosuma, S., Palar, S. W., & Lopian, A. L. (2016). analisis Struktur Perekonomian dan Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Ternate. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16 No. 02, 508.
- Mardiasmo. (2018). *Perpajakan*. Yogyakarta: ANDI.
- Musgrave. (1993). *Keuangan Negara Dalam Teori dan Praktek, edisi V*. Jakarta: Erlangga.
- P.H, S. (2002). *Dasar-Dasar Kebijakan Ekonomi dan Kebijakan Fiskal*. Yogyakarta: BPFE.
- Putri, P. I. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak. *JEJAK Journal of Economic and Policy*, 196.
- Raharjo, S. (2019). *SPSS Indonesia: Olah Data Statistik Dengan SPSS*.
- Ratnawati, J., & Hernawati, R. I. (2015). *Dasar-Dasar Perpajakan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ricardo, R., Agussalim, & Begawati, N. (2019). Pengaru Kompensasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT. Famili Raya Padang. 5.
- Siahaan, M. P. (2005). *Pajak dan Retribusi Daerah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Siahaan, M. P. (2016). *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Soemitro, R., & Sugiharti, D. K. (2014). *Asas Dan Dasar Perpajakn Edisi Revisi 1*. Bandung: Refika Aditama.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: ALFABETA.
- Sukirno, S. (2006). *Ekonomi Pembangunan : Proses, Masalah, dan Dasar Kebijakan*. Jakarta: Kencana.
- Suliyanto. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Uly, T., & Fajriana, I. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame Di Kota Palembang Tahun 2013-2017. *STIE MDP*, 3.
- Utomo, D., Setiawanta, Y., & Yulianto, A. (2011). *Perpajakan Aplikasi & Terapannya (I ed.)*. Yogyakarta: ANDI.

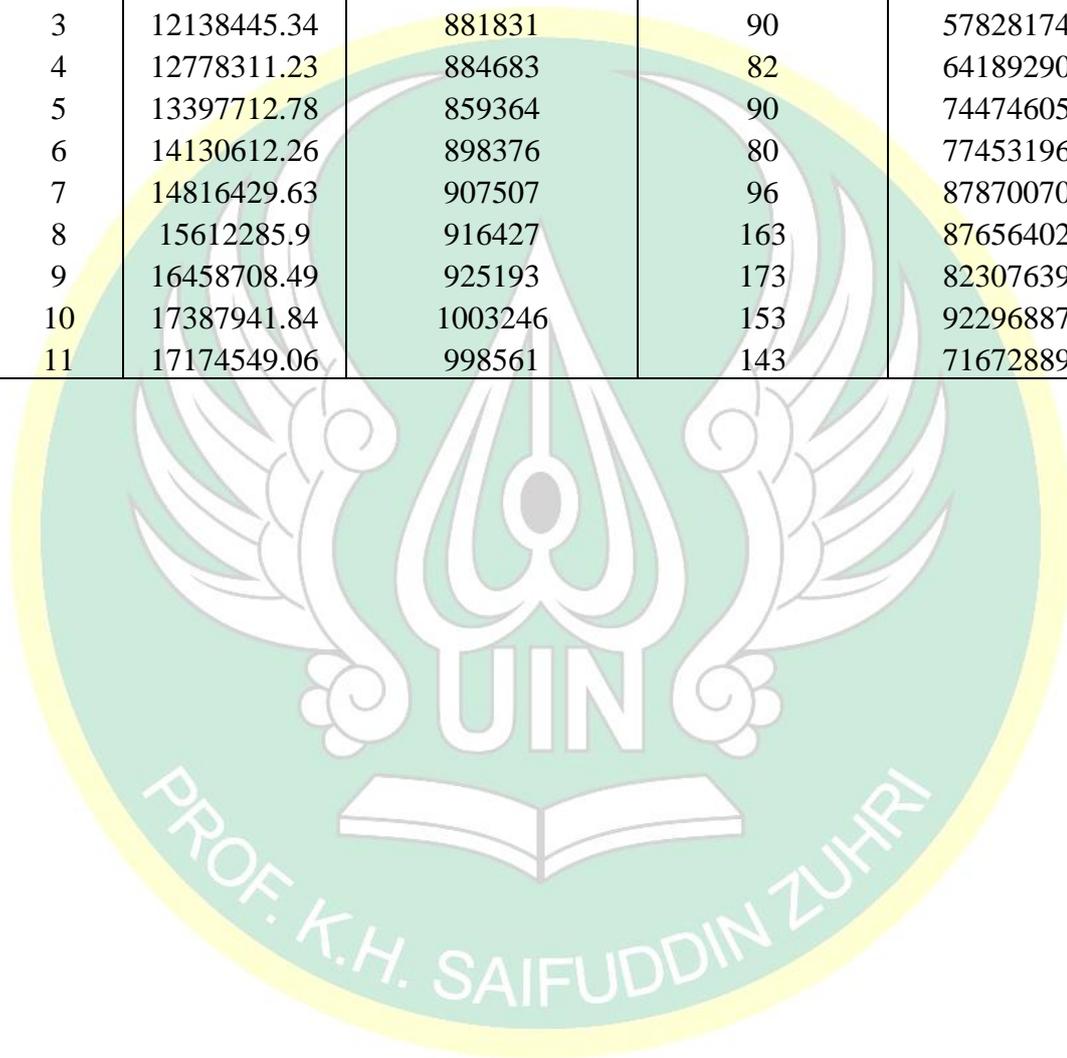
- Wahyuningtyas, R., Rusgiyono, A., & Wilandari, Y. (2013). Analisis Sektor Unggulan Menggunakan Data PDRB. *JURNAL GAUSSIAN* Vol. 2, No. 3, 220.
- Warsito. (2001). *Pendapatan Asli Daerah*. Jakarta: PT. Rajawali Grafindo Persada.
- Waspodo, A. A., & Minadaniati, L. (2012). Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Iklim Organisasi Terhadap Organizational Citizenship Behavior (OCB) Karyawan Pada PT. Trubus Swadaya Depok. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol. 3, No. 1, 12.
- Wulandari, P. A., & Iryanie, E. (2018). *Pajak Daerah Dalam Pendapatan Asli Daerah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Yani, A. (2009). *Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Variabel Independen Dan Dependen

No	PDRB	JUMLAH PENDUDUK	JUMLAH INDUSTRI	PAJAK REKLAME
1	10858631.52	851963	72	406742653
2	11474221.22	863391	81	423387125
3	12138445.34	881831	90	578281742
4	12778311.23	884683	82	641892900
5	13397712.78	859364	90	744746053
6	14130612.26	898376	80	774531967
7	14816429.63	907507	96	878700709
8	15612285.9	916427	163	876564028
9	16458708.49	925193	173	823076392
10	17387941.84	1003246	153	922968876
11	17174549.06	998561	143	716728899



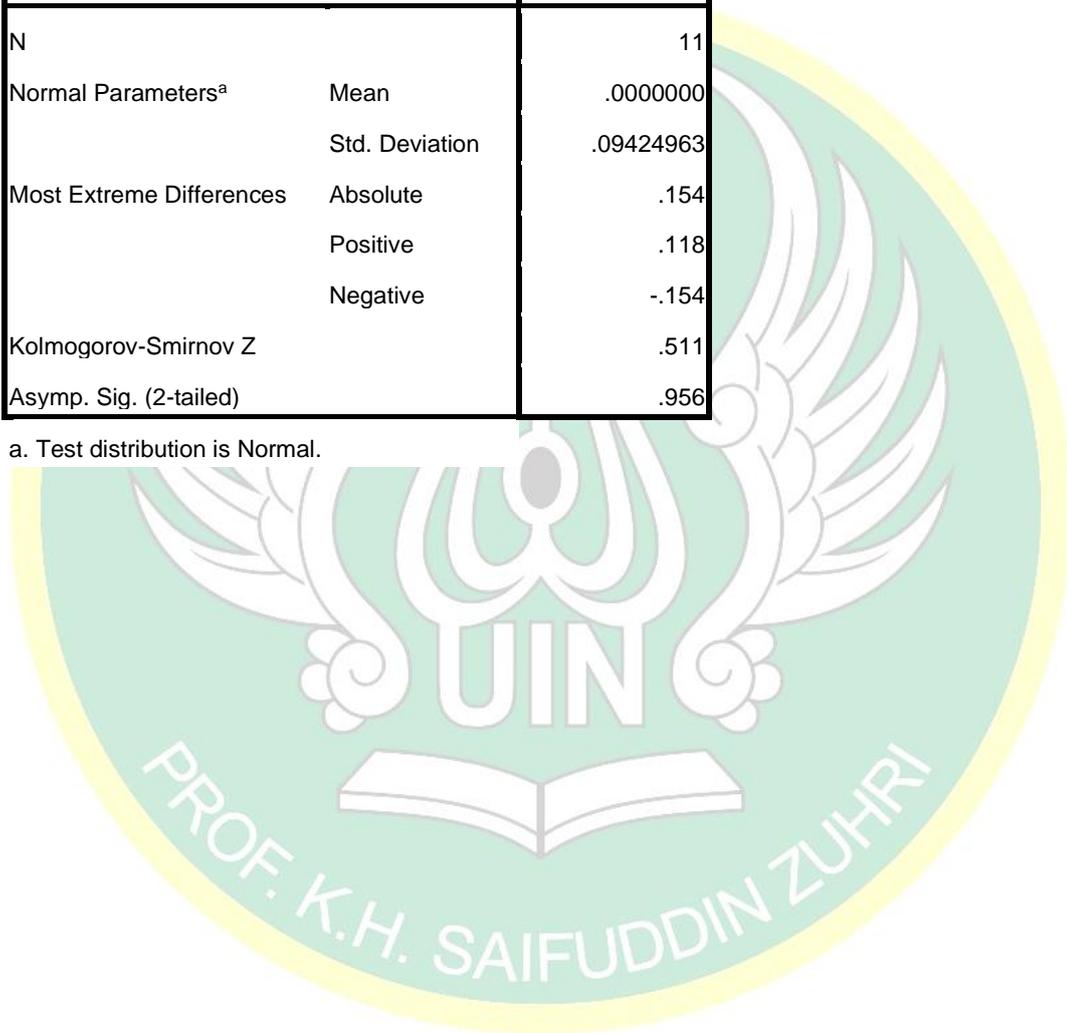
Lampiran 2 *OUTPUT ANALYSIS*

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		11
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.09424963
Most Extreme Differences	Absolute	.154
	Positive	.118
	Negative	-.154
Kolmogorov-Smirnov Z		.511
Asymp. Sig. (2-tailed)		.956

a. Test distribution is Normal.

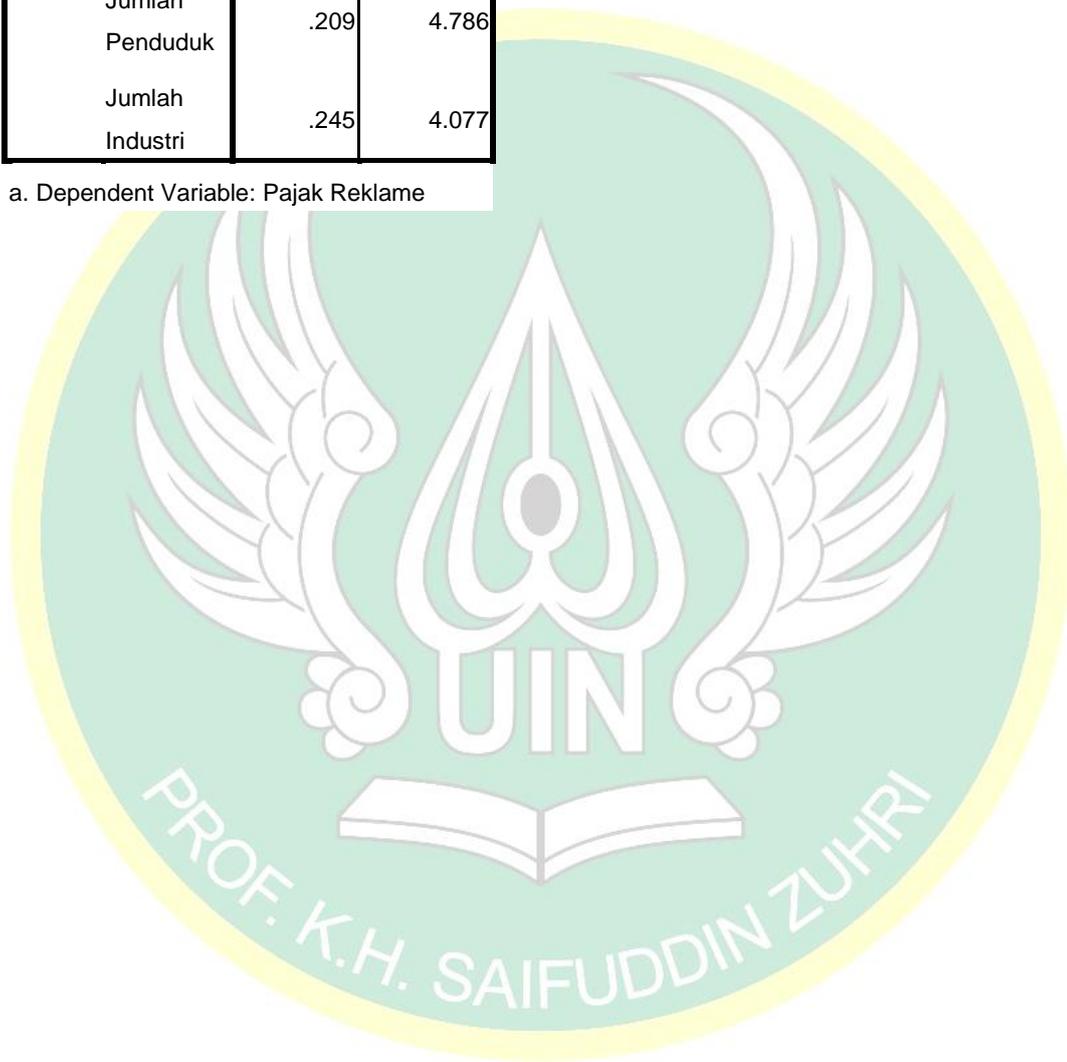


Lampiran 3 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 PDRB	.125	7.982
Jumlah Penduduk	.209	4.786
Jumlah Industri	.245	4.077

a. Dependent Variable: Pajak Reklame



Lampiran 4 Hasil Uji Heteroskedastitas

Correlations

			PDRB	Jumlah Penduduk	Jumlah Industri	Unstandardized Residual
Spearman's rho	PDRB	Correlation Coefficient	1.000	.945**	.820**	.045
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.002	.894
		N	11	11	11	11
	Jumlah Penduduk	Correlation Coefficient	.945**	1.000	.784**	.073
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.004	.832
		N	11	11	11	11
	Jumlah Industri	Correlation Coefficient	.820**	.784**	1.000	.178
		Sig. (2-tailed)	.002	.004	.	.601
		N	11	11	11	11
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.045	.073	.178	1.000
		Sig. (2-tailed)	.894	.832	.601	.
		N	11	11	11	11

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Lampiran 5 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.943 ^a	.890	.842	.11265	2.419

a. Predictors: (Constant), JumlahPenduduk, Jumlah Industri, PDRB

b. Dependent Variable: Pajak Reklame

Uji Autokorelasi (Uji Run)

Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-.01722
Cases < Test Value	5
Cases >= Test Value	6
Total Cases	11
Number of Runs	7
Z	.029
Asymp. Sig. (2-tailed)	.977

a. Median

PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI

Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.030	13.778		1.454	.189
	PDRB	3.179	.618	1.823	5.141	.001
	Jumlah Penduduk	-3.684	1.407	-.719	-2.619	.034
	Jumlah Industri	-.315	.219	-.364	-1.438	.194

a. Dependent Variable: Pajak

Reklame



Lampiran 7 Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.030	13.778		1.454	.189
	PDRB	3.179	.618	1.823	5.141	.001
	Jumlah Penduduk	-3.684	1.407	-.719	-2.619	.034
	Jumlah Industri	-.315	.219	-.364	-1.438	.194

a. Dependent Variable: Pajak

Reklame



Lampiran 8 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.717	3	.239	18.829	.001 ^a
	Residual	.089	7	.013		
	Total	.806	10			

a. Predictors: (Constant), jumlah industri_X3, jumlah penduduk_X2, PDRB_X1



Lampiran 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.943 ^a	.890	.842	.11265

a. Predictors: (Constant), jumlah industri_X3, jumlah penduduk_X2, pajak reklame_X1

b. Dependent Variable: pajak reklame_Y



Lampiran 10

Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : RESTI NOVIA NINGSIH
2. NIM : 1617201079
3. Tempat/Tgl. Lahir : Purbalingga, 03 November 1996
4. Alamat Rumah : Selakambang, RT 01/02, Kec Kaligondang,
Kab. Purbalingga
5. Nama Orang Tua :
Nama Ayah : ARIS SUTRISNO
Nama Ibu : YUNI

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. SD/MI, tahun lulus : SD N 3 Selakambang 2008
 - b. SMP/MTs, tahun lulus: SMP N 1 Kaligondang 2011
 - c. SMA/MA, tahun lulus : MAN Purbalingga 2014
 - d. S.1 tahun masuk : 2016

Purwokerto, 17 Januari 2022



Resti Novia Ningsih
NIM. 1617201079