



## ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENERIMAAN PAJAK

Phany Ineke Putri<sup>✉</sup>

Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan, Universitas Jenderal Soedirman, Indonesia

Permalink/DOI: <http://dx.doi.org/10.15294/jejak.v7i1.3596>

Received : 2013 ; Accepted: 2013; Published: September 2013

### Abstract

*The purpose of this study was to analyze the influence of population, income per capita, inflation and the number of Trade Permit toward billboard tax revenue in Purbalingga. The results of this study is expected to provide benefit and input to the Local Government of Purbalingga, especially Departement of management of financial income and regional asset. Analysis tool used is multiple linear regression (Multiple Linear Regression Method) by the method of least squares Ordinary Least Square (OLS). Jointly test results showed that overall independent variables (population, income per capita, inflation, and the number of trade permit) together to show their effects on the billboard tax revenue. Adjusted R-Squared value of 0,951, which means 95,1 percent of the four independent variables. While the remaining 4,9 percent is explained by other causes outside the model. The results showed that the per capita income variable and the number of trade permit have a significant positive effect, the inflation variable has a significant negative effect, whereas a number of population variable have a positive effect which is not significant at  $\alpha = 5$  percent of tax revenue in Purbalingga billboard.*

**Keywords:** billboards tax, number of population, income per capita, inflation, business license

### Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh jumlah penduduk, pendapatan per kapita, inflasi dan jumlah surat ijin usaha perdagangan (SIUP) terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Purbalingga. Manfaat penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan Pemerintah Kabupaten Purbalingga khususnya Dinas Pengelolaan, Pendapatan, Keuangan dan Aset Daerah. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda dengan metode Ordinary Least Square (OLS). Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh secara bersama-sama variabel jumlah penduduk, pendapatan per kapita, inflasi dan jumlah surat ijin usaha perdagangan terhadap penerimaan pajak reklame. Koefisien determinasi 95,1% dapat dijelaskan oleh variabel independen terhadap variabel dependen, dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang diteliti. Pendapatan per kapita dan jumlah surat ijin usaha berpengaruh signifikan positif, sedangkan inflasi berpengaruh signifikan negatif dan jumlah penduduk tidak berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame.

**Kata Kunci:** pajak, reklame, jumlah penduduk, pendapatan per kapita, inflasi, SIUP)

**How to Cite:** Putri, Phany Ineke. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak. *JEJAK Journal of Economics and Policy*, 6 (2): 103-213 doi: 10.15294/jejak.v7i1.3596

© 2013 Semarang State University. All rights reserved

## PENDAHULUAN

Secara umum pajak adalah pungutan dari masyarakat oleh negara (pemerintah) berdasarkan Undang-Undang yang bersifat dapat dipaksakan dan terutang oleh yang wajib membayarnya dengan tidak mendapat prestasi kembali (kontraprestasi/balas jasa) secara langsung, yang hasilnya digunakan untuk membiayai pengeluaran. Beberapa macam pajak daerah yang dipungut oleh pemerintah Kabupaten Purbalingga diantaranya yaitu pajak reklame, pajak restoran dan pajak hotel, pajak hiburan, pajak penerangan jalan, pajak pengambilan bahan galian golongan C.

Pajak reklame bukan merupakan pajak unggulan bagi penerimaan pajak daerah di Kabupaten Purbalingga, terlihat rata-rata kontribusinya per tahun hanya 342 juta rupiah atau 3,25 persen. Pajak Reklame adalah pungutan yang dikenakan terhadap penyelenggaraan reklame (Marihhot P.Siahaan, 2005). Pajak Reklame adalah salah satu pajak daerah dan salah satu sumber pendapatan asli daerah yang menunjukkan posisi strategis dalam hal pendanaan pembiayaan daerah. Pendapatan Asli Daerah (PAD) menurut pasal 79 UU No. 22 tahun 1999 tentang pemerintah daerah adalah Pendapatan Asli Daerah (Hasil pajak daerah, Retribusi daerah, Bagian laba BUMD, dan Lain-lain Pendapatan Asli Daerah yang sah), Dana perimbangan keuangan pusat – daerah, Pinjaman Daerah, dan Lain-lain Pendapatan Asli Daerah yang sah.

Penjelasan di atas memperlihatkan bahwa PAD merupakan bagian dari pendapatan daerah yang salah satunya bersumber dari pajak. Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Penyelenggaraan reklame adalah orang atau badan yang menyelenggarakan reklame, baik untuk dan atas namanya sendiri atau untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya.

Pajak reklame adalah pajak daerah yang penerimaannya diserahkan dan digunakan untuk kepentingan pemerintah daerah. Pajak reklame tersebut dikenakan terhadap objek pajak yaitu berupa reklame

dan nilai sewa reklame dan didasarkan pada besarnya biaya pemasangan reklame, besarnya biaya pemeliharaan reklame, lama pemasangan reklame, nilai strategis pemasangan reklame dan jenis reklame (Groothuis, 2007). Pajak Reklame dikenakan dengan alasan bahwa reklame dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan, memuji suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau yang dilihat, dibaca dan/atau didengar dari suatu tempat umum, kecuali yang dilakukan oleh Pemerintah.

Realisasi pajak reklame setiap tahunnya masih cukup kecil dibanding jenis pajak lain. Hal ini membuktikan bahwa pajak reklame bukan merupakan pajak unggulan di Kabupaten Purbalingga, tetapi cukup menarik untuk diteliti, melihat kenyataan di lapangan reklame banyak ditemukan di tempat-tempat umum, namun kontribusinya masih relatif kecil terhadap Pendapatan Asli Daerah, yaitu rata-ratanya hanya sebesar 0,58%, kenyataan ini dapat dilihat pada Tabel 1.

Penduduk dianggap sebagai pemacu pembangunan. Banyaknya jumlah penduduk akan memacu kegiatan produksi, konsumsi dari penduduk inilah yang akan menimbulkan permintaan agregat (Seetharam, 2012). Pada gilirannya, peningkatan konsumsi agregat memungkinkan usaha-usaha produktif berkembang, begitu pula perekonomian secara keseluruhan. Dengan adanya penduduk yang padat, maka kegiatan ekonomi akan berlangsung secara baik, jika kebijakan terhadap penduduk sejalan dengan kebijakan di dalam suatu daerah/wilayah.

Penduduk melakukan permintaan atas sesuatu barang dalam rangka memenuhi atau memuaskan kebutuhan hidup. Semakin meningkat jumlah penduduk. Maka kebutuhan akan barang-barang pemuas kebutuhan akan mengalami peningkatan. Pertambahan jumlah penduduk yang tidak seiring dengan perkembangan kesempatan kerja, akan mengakibatkan meningkatkan pengangguran (Soekirno, 2004). Menurut Sofian (1997) penduduk merupakan salah satu faktor yang signifikan berpengaruh terhadap jumlah Penerimaan Pajak Reklame. Pertumbuhan penduduk dianggap sebagai

**Tabel 1.** Kontribusi Pajak Reklame Terhadap PAD Kabupaten Purbalingga Tahun 1995 -2010

Tahun	Pajak Reklame	Prosentase Perubahan (%)	PAD	Prosentase Perubahan (%)	Sumbangan Pajak Reklame terhadap PAD (%)
1995	96.873.400	-	-	-	-
1996	105.893.470	9,31	-	-	-
1997	118.905.680	12,29	-	-	-
1998	98.129.770	-17,47	-	-	-
1999	128.785.690	31,24	-	-	-
2000	149.340.500	15,96	16.872.340.508	-	-
2001	169.765.430	13,68	21.548.901.387	27,72	0,69
2002	174.326.780	2,69	26.891.675.980	24,79	0,65
2003	197.341.896	13,20	30.743.981.200	14,33	0,64
2004	231.650.872	17,39	36.547.882.350	18,88	0,63
2005	220.366.418	-4,87	40.755.770.201	11,51	0,54
2006	281.869.127	27,91	47.694.605.827	17,02	0,59
2007	387.681.850	37,54	52.744.391.340	10,58	0,73
2008	393.407.847	1,47	63.795.293.807	20,95	0,62
2009	365.628.920	7,06	83.177.000.901	30,38	0,43
2010	406.742.653	11,24	86.798.445.230	4,35	0,49

Sumber : DPPKAD Kabupaten Purbalingga (Data diolah)

salah satu faktor yang positif dalam memacu pertumbuhan ekonomi.

Pendapatan perkapita adalah besarnya pendapatan rata-rata penduduk di suatu daerah tertentu. Besarnya nilai sewa reklame (NSR) sebagai dasar pengenaan pajak reklame ditetapkan sesuai perkembangan daerahnya (Waluyo dan Wirawan Ilyas, 2003). Kondisi ini diperhitungkan mengikuti pertumbuhan ekonomi yang dialami daerah bersangkutan yang mendorong kemampuan ekonomi masyarakat dan ditunjukkan dengan peningkatan pendapatan per kapita. Pendapatan per kapita menunjukkan kemampuan seseorang untuk membiayai pengeluaran-pengeluarannya, termasuk membayar pajak.

Kemampuan seseorang untuk membayar pajak dapat dilihat dari tiga aspek, yaitu tingkat pendapatan, jumlah kekayaan, dan besarnya pengeluaran konsumsi (Matsumi : 2008). Semakin tinggi tingkat pendapatan, kekayaan, dan konsumsi seseorang, berarti semakin tinggi kemampuan

orang tersebut untuk membayar pajak dan berpengaruh positif dalam meningkatkan penerimaan pajak, khususnya pajak reklame.

Laju inflasi yang tinggi juga akan meningkatkan harga barang secara umum, yang dalam hal ini juga akan meningkatkan harga-harga dari faktor produksi yang digunakan para pelaku usaha. Para pelaku usaha akan berusaha untuk memenuhi keperluan untuk proses produksinya terlebih dahulu, daripada menggunakan jasa reklame, maka dari itu inflasi berpengaruh negatif terhadap penerimaan pajak reklame.

Jumlah pembuatan Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP) yang diperoleh suatu daerah mencerminkan banyaknya kegiatan usaha baik di bidang perdagangan maupun jasa yang didirikan di daerah tersebut. Semakin banyaknya kegiatan usaha yang didirikan, maka terdapat kemungkinan peningkatan bagi para pendiri usaha untuk menggunakan jasa reklame dalam mempromosikan barang atau jasa yang mereka pro-

**Tabel 2.** Hasil Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien	t hitung	Signifikasi
Konstanta	-1,054779	-0,522417	0,0412
Jumlah Penduduk	0,059563	0,439332	0,4247
Pendapatan Perkapita	0,654308	2,829093	0,6117
Inflasi	-0,266045	-2,311099	0,0027
Jumlah SIUP	1,744270	3,842572	0,6689

Sumber : Output Eviews 4.0 data diolah

duksi, yang pada selanjutnya akan meningkatkan penerimaan pajak reklame.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka pertanyaan penelitian adalah apakah variabel jumlah penduduk, pendapatan perkapita, laju inflasi, dan jumlah Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP) secara bersama sama-sama maupun secara parsial mempunyai pengaruh signifikan, serta manakah dari keempat variabel tersebut yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Purbalingga periode tahun 1995 - 2010.

**METODE PENELITIAN**

Lokasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah Kabupaten Purbalingga, dengan pertimbangan Kabupaten Purbalingga merupakan daerah memiliki pertumbuhan usaha perekonomian yang sangat pesat sehingga berpengaruh terhadap peningkatan pengguna jasa reklame. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder tahun 1995-2010. Alat analisis yang digunakan adalah regresi berganda, dengan model sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e \dots \dots (1)$$

$$\ln Y = \alpha + \beta_1 \ln X_1 + \beta_2 \ln X_2 + \beta_3 \ln X_3 + \beta_4 \ln X_4 + e \dots \dots (2)$$

Dimana Y merupakan Penerimaan pajak reklame (dalam ribuan rupiah),  $\alpha$  adalah konstanta,  $\beta_1$  adalah koefisien regresi jumlah penduduk,  $\beta_2$  adalah koefisien regresi pendapatan perkapita,  $\beta_3$  koefisien regresi jumlah SIUP,  $\beta_4$  adalah koefisien regresi inflasi. Untuk variabel independen meliputi  $X_1$  adalah variabel jumlah penduduk (dalam orang),  $X_2$  variabel pendapatan perkapita (dalam rupiah),  $X_3$  adalah variabel inflasi ( dalam persen ),  $X_4$  = variabel jumlah SIUP

(dalam unit), e menjelaskan variabel pengganggu atau error.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dengan menggunakan metode kuadrat kecil biasa (OLS) dari analisis linier berganda, analisis data faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame di Kabupaten Purbalingga diperoleh nilai koefisien regresi parsial pada Tabel 2.

Dari Tabel 2, dapat diperoleh persamaan sebagai berikut :  $\ln Y = -1,057 + 0,059 \ln X_1 + 0,654 \ln X_2 - 0,266 \ln X_3 + 1,744 \ln X_4 + e \dots \dots (3)$

$$\begin{aligned} & (0,439) (2,829) (-2,311) (3,842) \\ F\text{-hitung} & = 74,44 \quad F\text{-tabel} = 3,36 \quad t\text{-tabel} \\ & = 2,18 \\ \text{Adj R-Squared} & = 0,951 \quad n = 16 \quad \alpha \\ & = 0,05 \end{aligned}$$

Keterangan dari persamaan di atas adalah Y merupakan penerimaan pajak reklame Kabupaten Purbalingga, variabel independen meliputi  $X_1$  yaitu Jumlah Penduduk Kabupaten Purbalingga,  $X_2$  adalah Pendapatan Perkapita Kabupaten Purbalingga,  $X_3$  merupakan tingkat inflasi di Kabupaten Purbalingga, dan  $X_4$  merupakan Jumlah SIUP.

**Jumlah Penduduk**

Dari hasil penelitian, variabel jumlah penduduk diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 0,439, sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 2,18. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah penduduk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Purbalingga, karena nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$   $0,439 < 2,18$  . Sedangkan nilai koefisien regresinya sebesar 0,0595, berarti bahwa setiap ada kenaikan jumlah penduduk sebesar 1 persen dan va-

riabel yang lain tetap (*ceteris paribus*) maka penerimaan pajak reklame Kabupaten Purbalingga akan mengalami kenaikan sebesar 0,05 persen.

Secara parsial, jumlah penduduk berpengaruh positif namun tidak signifikan. Hal tersebut, tidak sesuai dengan teori, hipotesis dan temuan dari Nurmayasari (2010) dan Istianto (2011) yang menunjukkan adanya pengaruh yang positif signifikan dari jumlah penduduk terhadap penerimaan pajak reklame.

Penduduk sebagai konsumen barang dan jasa tentu saja membutuhkan informasi mengenai produk atau komoditi barang dan jasa, oleh karena itu produsen sebagai penyedia barang dan jasa akan memberikan informasi se jelas mungkin mengenai barang dan jasa yang mereka tawarkan kepada penduduk sebagai konsumen, salah satu media promosi yang cukup efektif saat ini adalah reklame. Namun peningkatan jumlah penduduk di Kabupaten Purbalingga tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penerimaan pajak reklame, dikarenakan pertumbuhan usaha-usaha perekonomian lebih tinggi daripada pertumbuhan penduduk Kabupaten Purbalingga selama kurun waktu penelitian, sehingga penggunaan jasa reklame sangat dipengaruhi oleh pertumbuhan usaha-usaha perekonomian di Kabupaten Purbalingga.

### Pendapatan Perkapita

Dari hasil penelitian, variabel pendapatan perkapita diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,829 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 2,18. Hal ini menunjukkan bahwa pendapatan perkapita berpengaruh positif signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Purbalingga, karena nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$   $2,829 > 2,18$ . Sedangkan nilai koefisien regresinya sebesar 0,654, berarti bahwa setiap ada kenaikan pendapatan perkapita Kabupaten Purbalingga sebesar 1 persen dan variabel yang lain tetap (*ceteris paribus*) maka penerimaan pajak reklame Kabupaten Purbalingga akan mengalami kenaikan sebesar 0,654 persen.

Salah satu faktor penting untuk mengetahui kondisi ekonomi di suatu wilayah

tertentu dalam suatu periode tertentu dapat ditunjukkan oleh data pendapatan perkapita daerah tersebut. Apabila nilai pendapatan perkapita mengalami peningkatan maka akan membawa pengaruh positif pada kenaikan penerimaan daerah. Semakin tinggi pendapatan seseorang maka akan semakin tinggi pula kemampuan seseorang untuk membayar berbagai pungutan yang ditetapkan pemerintah, sehingga semakin tinggi pula kemampuan masyarakat daerah tersebut untuk membayar pajak daerah yang digunakan untuk membiayai pengeluaran rutin dan pengeluaran pembangunan pemerintah (Mardiasmo, 1995).

Pendapatan perkapita adalah salah satu indikator untuk mengukur kesejahteraan rakyat di suatu wilayah tertentu. Semakin tinggi pendapatan perkapita suatu wilayah, maka semakin tinggi pula kemampuan penduduk dalam hal pembayaran, termasuk juga dalam pembayaran atas pelaksanaan pajak reklame.

Secara parsial, pendapatan perkapita berpengaruh positif signifikan. Hal tersebut, sesuai dengan teori dan hipotesis yang menyebutkan bahwa pendapatan perkapita berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Purbalingga. Hal ini seiring dengan temuan Dini Nurmayasari (2010) dan Donna Dwi Istianto (2011) yang menunjukkan adanya pengaruh yang positif signifikan pendapatan perkapita terhadap penerimaan pajak reklame.

### Inflasi

Dari hasil penelitian, variabel laju inflasi diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar -2,311 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar -2,18. Hal ini menunjukkan bahwa laju inflasi berpengaruh negatif signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Purbalingga, karena nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$   $2,311 < 2,18$ . Sedangkan nilai koefisien regresinya sebesar -0,266, berarti bahwa setiap ada kenaikan inflasi sebesar 1 persen dan variabel yang lain tetap (*ceteris paribus*) maka penerimaan pajak reklame Kabupaten Purbalingga akan menurun sebesar 0,26 persen. Sebaliknya, jika laju inflasi turun sebesar 1

persen maka akan menaikkan penerimaan pajak reklame sebesar 0,26 persen.

Secara parsial, inflasi berpengaruh negatif signifikan terhadap penerimaan pajak reklame. Hal ini menunjukkan bahwa jika laju inflasi semakin tinggi, maka harga secara umum juga akan naik, yang dalam hal ini juga akan meningkatkan harga-harga dari faktor produksi yang digunakan para pelaku usaha. Para pelaku usaha akan berusaha untuk memenuhi keperluan untuk proses produksinya terlebih dahulu, daripada menggunakan jasa reklame untuk mempromosikan hasil produksinya, maka dari itu inflasi berpengaruh negatif terhadap penerimaan pajak reklame.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa inflasi berpengaruh negatif signifikan terhadap penerimaan pajak reklame. Hal ini seiring dengan temuan Hadi Sasana (2005) yang menunjukkan adanya pengaruh yang negatif signifikan laju inflasi terhadap penerimaan pajak reklame.

### Jumlah Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP)

Dari hasil penelitian, variabel jumlah SIUP diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,842 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 2,18. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah SIUP berpengaruh positif signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Purbalingga, karena nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$   $3,842 > 2,18$ . Sedangkan nilai koefisien regresinya sebesar 1,744 berarti bahwa setiap ada kenaikan jumlah pembuatan SIUP sebesar 1 persen dan variabel yang lain tetap (*ceteris paribus*) maka penerimaan pajak reklame Kabupaten Purbalingga akan mengalami kenaikan sebesar 1,744 persen. Nilai koefisien tersebut paling tinggi dibandingkan nilai koefisien variabel lainnya, maka variabel jumlah SIUP merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame.

Secara parsial, jumlah SIUP berpengaruh positif signifikan. Penjelasan yang dapat digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah karena jumlah pembuatan Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP) yang diperoleh

suatu daerah mencerminkan banyaknya kegiatan usaha baik di bidang perdagangan maupun jasa yang didirikan di daerah tersebut, seperti pertokoan, rumah makan, industri, dan lain-lain. Semakin banyaknya kegiatan usaha yang didirikan, maka terdapat peningkatan bagi para pendiri usaha untuk menggunakan jasa reklame dalam mempromosikan barang produksinya, yang pada selanjutnya akan meningkatkan penerimaan pajak reklame. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa jumlah pembuatan SIUP berpengaruh positif signifikan, dan merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame.

Variabel yang Memiliki Pengaruh Paling Besar terhadap Penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Purbalingga

Dari keempat variabel bebas yaitu jumlah penduduk, pendapatan perkapita, inflasi dan jumlah SIUP yang memiliki pengaruh paling besar terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Purbalingga adalah jumlah SIUP. Nilai koefisien beta dari variabel jumlah SIUP merupakan koefisien beta yang terbesar dibandingkan koefisien beta variabel lainnya, yaitu 1,744.

Pembuatan SIUP di Kabupaten Purbalingga yang tumbuh dengan pesat sangat mempengaruhi kegiatan perekonomian yang ada di Purbalingga. Usaha-usaha perdagangan dan industri tumbuh pesat pula di Purbalingga, hal ini akan mendorong para pelaku usaha untuk menggunakan jasa reklame untuk mempromosikan hasil produksi mereka baik barang maupun jasa.

Pendirian Kantor Pelayan Perijinan Terpadu (KPPT) atau one stop service di Purbalingga memberikan kemudahan terhadap para pelaku usaha untuk melakukan pembuatan SIUP, serta iklim pro investasi yang dicanangkan Pemerintah Daerah Kabupaten Purbalingga sangat berpengaruh positif terhadap pembuatan jumlah SIUP di Kabupaten Purbalingga.

### SIMPULAN

Jumlah penduduk, pendapatan perkapita, inflasi, dan jumlah Surat Ijin Usaha

Perdagangan (SIUP) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap penerimaan pajak reklame Kabupaten Purbalingga periode tahun 1995-2010.

Secara parsial, variabel jumlah penduduk mempunyai positif tidak signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Purbalingga. Penduduk sebagai konsumen barang dan jasa tentu saja membutuhkan informasi mengenai produk atau komoditi barang dan jasa, oleh karena itu produsen sebagai penyedia barang dan jasa akan memberikan informasi se jelas mungkin mengenai barang dan jasa yang mereka tawarkan kepada penduduk sebagai konsumen. Semakin banyak jumlah penduduk di suatu daerah semakin banyak pula promosi yang dilakukan oleh produsen. Karena salah satu media promosi yang cukup efektif saat ini adalah reklame, maka semakin banyak pula reklame yang digunakan sebagai informasi sekaligus promosi kepada masyarakat yang akan meningkatkan penerimaan pajak reklame bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Purbalingga.

Variabel pendapatan perkapita mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Purbalingga. Tingginya pendapatan perkapita masyarakat akan mengakibatkan mobilitas masyarakat tinggi, mobilitas masyarakat yang tinggi mengakibatkan potensi masyarakat untuk melihat reklame sebagai media informasi dan promosi terhadap barang yang ditawarkan oleh produsen juga tinggi. Potensi ini dilihat produsen sebagai suatu peluang untuk meningkatkan pemasaran produknya salah satunya dengan memasang reklame. Hal ini secara otomatis akan meningkatkan penerimaan pajak reklame.

Variabel inflasi mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Purbalingga. Inflasi yang tidak stabil di Kabupaten Purbalingga sangat berpengaruh negatif terhadap penerimaan pajak reklame, sehingga menjaga kestabilan inflasi sangat penting karena berakibat kepada harga barang-barang pokok secara umum. Usaha pemenuhan kebutuhan produksi barang dan jasa bagi masya-

rakat sebagai salah satu upaya menstabilkan laju inflasi.

Variabel jumlah SIUP mempunyai pengaruh positif signifikan dan merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling besar terhadap penerimaan pajak reklame Kabupaten Purbalingga. Jumlah SIUP mencerminkan pertumbuhan kegiatan usaha ekonomi di Purbalingga, semakin tinggi pertumbuhan kegiatan ekonomi maka akan semakin banyak pengusaha atau investor menggunakan jasa reklame, sebagai salah satu strategi untuk mempromosikan kegiatan usaha mereka.

Dengan diketahuinya, jumlah SIUP sebagai variabel paling berpengaruh bagi penerimaan pajak reklame, maka sebaiknya Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu (KPPT) Purbalingga melaksanakan tugas pokok dan fungsi dengan baik, meminimalisir praktek percaloan, pungli serta uang tips. Dari hasil wawancara dengan narasumber pelaku usaha, terungkap adanya ketidaksesuaian biaya antara yang tercantum dalam persyaratan administrasi/kuitansi dengan jumlah yang harus dibayarkan. Selain itu sebaiknya pelaku usaha melaporkan kepada pihak yang berwajib atau setidaknya mempertanyakan lebih jauh atas tindak pungutan liar tersebut kepada pihak KPPT.

Pemerintah Kabupaten Purbalingga bersama-sama dengan DPPKAD (Dinas Pengelolaan Pendapatan, Keuangan dan Aset Daerah) menyikapi permasalahan meningkatnya jumlah objek reklame di Kabupaten Purbalingga, namun kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap pajak daerah merupakan yang terkecil dibandingkan pajak lainnya, maka perlu adanya penyesuaian kenaikan nilai sewa terhadap nilai sewa kabupaten daerah lainnya untuk jenis reklame tertentu, selain itu juga bertindak tegas terkait tindakan pemasangan reklame-reklame liar yang merugikan pemerintah daerah.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, Lincolin. (2004). *Ekonomi Pembangunan*. Yogyakarta: Bagian Penerbitan STIE-YKPN.  
Badan Pusat Statistik. (1998-2010). *Kabupaten Purbalingga dalam Angka*. Purbalingga: BPS.

- Devas. Et al . ( n.d.). Keuangan Pemerintahan Daerah di Indonesia. Jakarta : UI Press.
- Dinas Pengelolaan Pendapatan, Keuangan dan Aset Daerah. (2010). Laporan Evaluasi Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Purbalingga 1998-2010. Purbalingga: Dinas Pengelolaan Pendapatan, Keuangan dan Aset Daerah Purbalingga.
- Dumairy. (1999). Matematika Terapan untuk Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta: Anggota IKAPI.
- Ghofir, Abdul. (2000). Optimalisasi Pajak dalam Penerapan Otonomi Daerah. Jakarta: Berita Pajak No. 15 Januari 2000.
- Groothuis, P.A., Groothuis, J.D., and Whitehead, J.C. (2007) The Willingness to Pay to Remove Billboards and Improve Scenic Amenities. *Journal of Environmental Management*, 85(4): 1094-1100 (Dec 2007). Published by Elsevier (ISSN: 0301-4797).
- Gujarati, Damodar. (2006). Dasar-Dasar Ekonometrika. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Ismail, Munawar. (2001). Pendapatan Asli Daerah Dalam Otonomi Daerah. TEMA Vol.II No.1 Maret 2001.
- Istianto, Donna. (2011). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Semarang Tahun 2000-2009. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Jhingan, M. L. (2008). Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kuncoro, Mudrajad. (1997). Ekonomi Pembangunan. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Mardiasmo. (2009). Perpajakan Edisi Revisi 2009. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Matsumi, Matsumoto. (2008). Redistribution and Regional Development Under Tax Competition. *Journal of Urban Economics* 64 (2008) 480-487.e1.
- Nurmayasari, Dini. (2010). Analisis Penerimaan Pajak Reklame Kota Semarang. Skripsi. Semarang: IESP Universitas Diponegoro.
- Octavianto, Yudhi. (2009). Analisis Perkembangan dan Kontribusi Pajak Reklame Sebagai Salah Satu Komponen Sumber Pendapatan Asli Daerah Kota Malang. Malang: Universitas Brawijaya.
- Peraturan Daerah Kabupaten Daerah Tingkat II Purbalingga Nomor 5 tahun 2007 tentang Pajak Reklame.
- Peraturan Pemerintah Nomor 65 tahun 2001 tentang Pajak Daerah.
- Rusyadi, Akhmad. (2005). Peranan Pajak Reklame dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Brebes Tahun 2000-2004. Skripsi. Yogyakarta: Ilmu Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- Samuelson, PA, dan Nordhaus WD. (2004). Ilmu Makroekonomi. Edisi Tujuh Belas, Diterjemahkan oleh Gretta, Theresa Tanoto, Bosco Carvalho, dan Anna Elly. Jakarta: PT. Media Global Edukasi.
- Sasana, Hadi. (2005). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pajak Bumi dan Bangunan di Kabupaten Banyumas. *Dinamika Pembangunan* Vol. 2 No.1 Juli Tahun 2005.
- Seetharam, K.S. (2012). Twenty-five Years of Transition in Asia's Population and Development: A Review of Progress and Potential. *Asia-Pacific Population Journal* Vol.27, No.1 Juni Tahun 2012.
- Siahaan, P. Marihot. (2005). Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Soemitro, Rachmat. (1986). Azas dan dasar Perpajakan I. Bandung: P.T Rafika Adi Tama.
- Sofian, Syuhada. (1997). Prospek dan Alternatif "Action Plan" Pemajakan Reklame dalam Mendongkrak Pendapatan Asli Daerah Studi Kasus Kodya Semarang. *Manajemen Usahawan Indonesia* Vol. 26 No. 5 Mei 1997.
- Sukirno, Sadono. (2004). Pengantar Teori Makro Ekonomi, Edisi Kedua. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sunarto. (2005). Pajak dan Retribusi Daerah. Yogyakarta: Amus Yogyakarta dan Citra Pustaka.
- Suparmoko. (1999). Metode Penelitian Praktis : Untuk Ilmu-Ilmu Sosial, Ekonomi dan Bisnis. Yogyakarta: BPF.
- Surati. (2000). Analisis Pendapatan Asli Daerah sebagai Salah Satu Sumber Pendapatan Daerah Kabupaten Wonosobo, Skripsi S-1, FE UNDIP. Semarang.
- Waluyo., dan Wirawan B. Ilyas. (2003). *Perpajakan Indonesia*. Jakarta: Sa-lemba Empat