# BAB IV

# HASIL DAN PEMBAHASAN

## GAMBARAN UMUM PENELITIAN

1. **Letak Geografis Kabupaten Tegal**

Kabupaten Tegal terletak di provinsi Jawa Tengah dengan Ibu kota Slawi. Secara geografis kabupaten tegal terletak antara 108o 57’ 66” – 109o 21’ 30” BT dan 6o 50’ 41” – 7o 15’ 30” LS. Secara administrasi kabupaten Tegal berbatasan dengan wilayah sebagai berikut :

* Sebelah Timur : Kabupaten pemalang
* Sebelah Barat : Kabupaten Brebes
* Sebelah Selatan : Kabupaten Brebes dan Kabupaten Banyumas
* Sebelah Utara : Kota Tegal dan Laut jawa.

Letak geografis kabupaten Tegal dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.1 Peta Administrasi Kabupaten Tegal

Luas wilayah kabupaten Tegal mencapai 87.879 Ha atau 878,79 km2. Wilayah kabupaten Tegal terdiri dari lahan kering yang luasnya mencapai 48.09 Ha dan lahan sawah yang luas wilayahnya mencapai 39.789 Ha. Kabupaten Tegal terdiri dari 18 kecamatan, 6 kelurahan, dan 281 desa. Kecamatan yang ada di kabupaten Tegal yaitu Kecamatan Warureja, Kecamatan Suradadi, Kecamatan Kramat, Kecamatan Tarub, Kecamatan Talang, Kecamatan Dukuhturi, Kecamatan Adiwerna, Kecamatan Dukuhwaru, Kecamatan Slawi, Kecamatan Pangkah, Kecamatan Kedungbanteng, Kecamatan Jatinegara, Kecamatan Lebaksiu, Kecamatan Pagerbarang, Kecamatan Balapulang, Kecamatan Bojong, Kecamatan Bumijawa, dan Kecamatan Margasari.

1. **Kondisi Ekonomi Kabupaten Tegal**

Kabupeten Tegal memiliki perkembangan ekonomi yang cukup pesat yang dapat dilihat dari berbagai indikator, salah satunya di sektor perdagangan dan jasa. Banyaknya reklame yang terpasang dapat mencerminkan aktivitas yang cukup dinamis, terutama dalam sektor perdagangan dan jasa. Jumlah reklame yang terpasang di kabupaten tegal pada tahun 2018 sebanyak 921, tahun 2019 sebanyak 982, tahun 2020 sebanyak 1.069, tahun 2021 sebanyak 1.215, dan tahun 2022 sebanyak 1.317.

Hal tersebut menunjukkan bahwa peningkatan jumlah reklame di Kabupaten Tegal dapat diasosiasikan dengan pertumbuhan sektor perdagangan dan jasa. Semakin banyaknya iklan yang terpasang menunjukkan pelaku usaha baik skala kecil maupun besar aktif dalam mempromosikan produk dan jasa mereka. Peningkatan jumlah reklame bukan hanya menunjukkan pertumbahan ekonomi kabupaten Tegal yang semakin baik, tetapi juga meningkatkan penerimaan pajak daerah dari reklame. Pajak reklame yang tinggi dapat mencerminkan aktivitas bisnis yang sehat dan berkembang sehingga memberikan kontribusi signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Tegal.

Penerimaan pajak reklame memberikan manfaat bagi perekonomian daerah, karena dapat dialokasikan untuk berbagai program pembangunan dan pelayanan publik. Pemerintah Kabupaten Tegal dapat menggunakan dana dari penerimaan pajak reklame untuk memperbaiki infrastruktur seperti jalan dan fasilitas umum yang dapat mendukunga aktivitas ekonomi lebih lanjut. Pendapatan dari pajak reklame juga bisa digunakan untuk mendanai program-program yang mendukung UMKM seperti digitalisasi usaha yang diharapkan bisnis-bisnis yang ada di Kabupaten Tegal akan semakin berkembang dan berkontribusi terhadap perekonomian lokal.

1. **Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tegal**

Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah adalah instansi yang mempunyai tugas pokok membantu Bupati dalam melaksanakan urusan penunjang pengelolaan pendapatan daerah. Badan Pengelolaan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Tegal merupakan instansi pemisahan dari Dinas Pengelolaan Pendapatan Keuangan dan Aset Daerah (DPPKAD) Kabupaten Tegal yang sebelumnya bernama Dinas Pendapatan Daerah (DIPENDA). Pada tahun 2009 Pemerintah Pusat mengeluarkan keputusan untuk menggabungkan antara BPKAD dan DIPENDA yang kemudian dinamakan dengan DPPKAD (Dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah).

Berdasarkan Undang-undang nomor 23 tahun 2014 tentang pemerintah daerah yang sebagaimana telah diubah berberapa kali dengan undnag-undang nomor 9 tahun 2015 tentang perubahan kedua atas undang-undang nomor 23 tahun 2014 tentang pemerintahan daerah, undang-undang nomor 33 tahun 2004 tentang perimbangan keuangan antara pemerintahan pusat daerah dalam rangka pelaksanaan otonomi daerah dan peratauran pemerintah nomor 18 tahun 2016 tentang pembentukkan dan susunan perangkat daerah Kabupaten Tegal dan ditindak lanjuti dengan peraturan bupati tegal nomor 72 tahun 2016 tentang kedudukan, susunan organisasi, tugas dan fungsi serta tata kerja Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Tegal. Atas perubahan peraturan peraturan perundang-undangan yang berlaku tersebut berdampak pada perubahan bentuk dan susunan perangkat daerah, serta pembagian tugas pokok dan fungsi pada setiap perangkat daerah. Maka pada tahun 2017 Dinas Pendapatan Daerah yang sebelumnya tergabung dalam DPPKAD memisahkan diri menjadi Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah (BP2D) Kabupaten Tegal yang sekarang beralamat di Jalan Ahmad Yani Nomor 30 Slawi.

Pada tahun 2020 singkatan BP2D Kabupaten Tegal berubah menjadi BAPPENDA. Selain mempunyai tugas pokok membantu bupati dalam menyelenggarakan urusan penunjang pengelolaan pendapatan daerah, Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah (BAPPENDA) juga mimiliki fungsi dalam perumusan kebijakan teknis di bidang pengelolaan pendapatan daerah, penyelenggaraan urusan pemerintahan dan pelayanan dibidang pengelolaan pendapatan daerah, pengelolaan urusan ketatusahaan badan, serta pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Bupati yang berkaitan dengan lingkup tugas di bidang pengelolaan pendapatan daerah.

Dalam menjalankan tugas dan fungsinya, Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Tegal memiliki visi yaitu “*Terwujudnya Tata Kelola Pendapatan Daerah yang Akuntabel dan Transparan”*. Maksud dari akuntabel dan transparan ini adalah bahwa setiap aktivitas di bidang pengelolaan perbendaharaan dapat dipertanggungjawabkan secara penuh dan bersifat keterbukaan (*openness*) terhadap aktivitas pengelolaan sumberdaya publik.

Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Tegal juga memiliki misi yaitu “*Mewujudkan birokrasi yang bersih dan responsif terhadap pemenuhan hak dasar rakyat melalui reformasi birokrasi*”. Maksud dari reformasi birokrasi ini adalah upaya yang dilakukan Bappenda dalam memperbaiki birokrasi secara terus menerus agar menjadi lebih baik. Birokrasi yang lebih baik yaitu bersih dan bebas KKN, pelayanan yang berkualitas, cepat murah, aman, pasti dan berkeadilan bagi semua masyarakat.

Selain visi misi tersebut tujuan yang ingin dicapai Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Tegal yang mana tujuan ini sejalan dengan tujuan yang hendak dicapai oleh Pemerintah Daerah yaitu sebagai berikut:

1. Optimalisasi penerimaan Pendapatan Daerah;
2. Optimalisasi pelayanan;
3. Peningkatan kualitas dan kuantitas sumber daya aparatur dan organisasi;
4. Peningkatan pemahaman pada masyarakat tentang arti penting pembayaran Pajak Daerah dan Retribusi Daerah;
5. Optimalisasi peran dan fungsi Badan Pendapatan Daerah.

Berdasarkan Peraturan Bupati Tegal Nomor 74 Tahun 2019 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi Serta Tata Kerja Badan-Badan Daerah Kabupaten Tegal. Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Tegal sebagai unsur pelaksana otonomi daerah, urusan pemerintahan bidang pendapatan dipimpin oleh seorang Kepala yang berada di bawah dan bertanggungjawab kepad Bupati melalui Sekretariat Daerah.

Berdasarkan peraturan tersebut struktur organisasi Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Tegal berbentuk vertikal yang menunjukkan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada dalam menjalankan kegiatan operasional dan menggambarkan dengan jelas pemisahan kegiatan pekerjaan antara satu dengan lainnya dan hubungan aktivitas sesuai dengan tupoksi dan menunjukkan adanya spesialisasi kegiatan kerja, standarisasi kegiatan kerja, koordinasi kegiatan kerja dan besaran seluruh organisasi untuk mencapai tujuan. Adapun Struktur organisasi Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Tegal dapat dilihat pada gambar 4.2 berikut.



Gambar 4.2 Struktur Organisasi Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Tegal

Adapun kewenangan Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Tegal yaitu:

1. Perumusan kebijakan di bidang Pendapatan Asli Daerah (PAD);
2. Pengoordinasian dan pelaksanaan kebijakan di bidang Pendapatan Asli Daerah (PAD);
3. Pembinaan, pengawasan, dan pengendalian kebijakan di bidang Pendapatan Asli Daerah (PAD);
4. Pengelolaan dan fasilitasi kegiatan di bidang Pendapatan Asli Daerah (PAD);
5. Pelaksanaan, pengendalian, evaluasi dan pelaporan kegiatan di bidang Pendapatan Asli Daerah (PAD);
6. Pelaksanaan administrasi Badan di bidang Pendapatan Asli Daerah (PAD);
7. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Bupati di bidang Pendapatan Asli Daerah (PAD);

## HASIL PENELITIAN

1. Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame

Untuk menghitung kontribusi penerimaan pajak reklame Kabupaten Tegal Tahun 2018-2022 menggunakan rasio kontribusi dengan rumus berikut (Mahmudi, 2010).

Kontribusi = $\frac{Realisasi Penerimaan Pajak Reklame}{Realisasi Penerimaan PAD} ×100\%$

Berdasarkan data dari Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Tegal, maka diperoleh hasil rasio kontribusi penerimaan Pajak Reklame Kabupaten Tegal tahun 2018-2022 yang dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.1

Tingkat Kontribusi Pajak Reklame Kabupaten Tegal

Tahun 2018-2022

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Tahun | Realisasi Pajak Reklame | Realisasi Pad | Kontribusi | Kriteria |
| 2018 | 1.991.835.349 | 357.529.240.436 | 55,71% | Sangat Baik |
| 2019 | 2.537.367.643 | 438.277.936.166 | 57,89% | Sangat Baik |
| 2020 | 2.328.737.989 | 437.357.317.115 | 53,25% | Sangat Baik |
| 2021 | 2.546.837.371 | 590.328.406.301 | 43,14% | Baik |
| 2022 | 2.857.241.194 | 531.219.878.834 | 53,79% | Sangat Baik |

*Sumber : Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah, data diolah*

Berdasarkan hasil tersebut kontribusi penerimaan pajak reklame kabupaten tegal tahun 2018-2022 masuk kategori sangat baik kecuali tahun 2021 yang masuk kategori baik. Kontribusi penerimaan pajak reklame tahun 2018 sebesar 55,71%, tahun 2019 sebesar 57,89%, dan tahun 2020 sebesar 53,25%. Menurut Depdagri, kontribusi penerimaan pajak reklame pada tahun 2018-2020 mengalami fluktuasi namun masih dalam kategori yang sangat baik karena tingkat kontribusinya > 50%. Pada tahun 2021 kontribusi penerimaan pajak reklame penurunan menjadi 43,14% sehingga berada dikategori baik. Kemudian pada tahun 2022 kontribusi penerimaan pajak reklame bisa kembali dalam kategori sangat baik dengan nilai kontribusi sebesar 53,79%.

1. Efisiensi Penerimaan Pajak Reklame

Efisiensi pajak reklame adalah perbandingan antara biaya yang dikeluarkan selama pemungutan pajak reklame dengan target penerimaan pajak reklame. Adapun rumus untuk menentukan tingkat efisiensi pajak reklame adalah sebagai berikut (Mahmudi, 2010) :

Efisiensi = $\frac{Biaya Pemungutan Pajak Reklame}{Target Penerimaan Pajak Reklame}x100\%$

Berdasarkan rumus diatas maka hasil perhitungan tingkat efisiensi pajak reklame di kabupaten Tegal tahun 2018-2022 dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.2

Tingkat Efisiensi Pajak Reklame Kabupaten Tegal Tahun 2018-2022

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Tahun | Biaya Pemungutan | Target pajak reklame | Efisiensi | Kriteria |
| 2018 | 24.400.000 | 2.333.594.000 | 1,05% | Sangat Efisien |
| 2019 | 24.400.000 | 2.500.000.000 | 0,98% | Sangat Efisien |
| 2020 | 24.400.000 | 2.000.000.000 | 1,22% | Sangat Efisien |
| 2021 | 24.400.000 | 3.097.000.000 | 0,79% | Sangat Efisien |
| 2022 | 24.400.000 | 3.097.000.000 | 0,79% | Sangat Efisien |

*Sumber : Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah, data diolah*

Berdasarkan tabel berikut tingkat efisiensi penerimaan pajak reklame Kabupaten Tegal tahun 2018 sebesar 1,05%, tahun 2019 sebesar 0,98%, tahun 2020 sebesar 1,22%, tahun 2021 dan tahun 2022 sebesar 0,79%. Secara keseluruhan menurut Depdagri tingkat efisiensi penerimaan pajak reklame di Kabupaten Tegal pada tahun 2018-2022 berada di kategori sangat efisien. Hal ini disebabkan karena biaya pemungutan pajak reklame lebih kecil dari pada target pajak reklame yang telah ditetapkan pemerintah daerah. tingkat efisiensi pajak reklame paling besar pada tahun 2020 yang mana pada tahun ini target pajak reklame lebih kecil dibanding tahun lainnya. sedangkan tingkat efisiensi pajak reklame yang paling besar adalah pada tahun 2021 dan tahun 2022 karena target pajak reklame yang cukup besar. Biaya pemungutan pajak reklame yang sama setiap tahunnya terdiri atas gaji pegawai, alat tulis kantor, dan layanan aplikasi yang digunakan untuk melayani pembayran pajk.

1. Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame

Efektivitas pajak reklame menggambarkan kemampuan pemerintah daerah dalam merealisasikan pajak reklame yang didapatkan dibandingkan dengan anggaran yang telah ditetapkan. Oleh karena itu efektivitas pajak reklame dapat dihitung dengan rumus berikut (Mahmudi, 2010) :

Efektivitas = $\frac{Realisasi Penerimaan Pajak Reklame}{Target Pajak Reklame} ×100\%$

Perhitungan efektivitas pajak reklame dari tahun 2018-2022 di Kabupaten Tegal dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.3

Tingkat Efektivitas Pajak Reklame Kabupaten Tegal

Tahun 2018-2022

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Tahun | Realisasi Pajak Reklame | Target Pajak Reklame | Efektivitas | Kriteria |
| 2018 | 1.991.835.349 | 2.333.594.000 | 85,35% | Cukup Efektif |
| 2019 | 2.537.367.643 | 2.500.000.000 | 101,49% | Sangat Efektif |
| 2020 | 2.328.737.989 | 2.000.000.000 | 116,44% | Sangat Efektif |
| 2021 | 2.546.837.371 | 3.097.000.000 | 82,24% | Cukup Efektif |
| 2022 | 2.857.241.194 | 3.097.000.000 | 92,26% | Efektif |

*Sumber : Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah, data diolah*

Berdasarkan perhitungan efektivitas dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa tingkat efektivitas pajak reklame kabupaten Tegal tahun 2018-2022 mengalami fluktuasi. Berdasarkan kategori menurut Depdagri, tingkat efektivitas pajak reklame pada tahun 2018 sebesar 85,35% dengan kategori cukup efektif, tahun 2019 sebesar 101,49% dengan kategori sangat efektif, tahun 2020 sebesar 116,44% dengan kategori sangat efektif, tahun 2021 sebesar 82,24% dengan kategori cukup efektif, dan tahun 2022 sebesar 92,26% dengan kategori efektif.

1. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2022) analisis deskriptif adalah metode analisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Adapun hasil analisis deskriptif dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 4.4

Hasil Uji Statistik Deskriptif

|  |
| --- |
| **Descriptive Statistics** |
|  | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| Kontribusi Pajak Reklame | 60 | ,097 | 1,180 | ,54692 | ,273018 |
| Efisiensi Pajak Reklame | 60 | ,788 | 1,220 | ,96360 | ,165307 |
| Efektivitas Pajak Reklame | 60 | 18,575 | 205,684 | 98,52182 | 49,034525 |
| PAD | 60 | 29794103370 | 49194033858 | 39245212980,83 | 6821354669,492 |
| Valid N (listwise) | 60 |  |  |  |  |

*Sumber : Hasil pengolahan data melalui SPSS 22., 2024*

Nilai minimum kontribusi pajak reklame sebesar 0,097 dan nilai maxsimumnya sebesar 1,180. Nilai minimum kontribusi pajak reklame terjadi pada tahun 2021 hal ini bisa terjadi karena faktor pemulihan ekonomi pasca pandemi COVID-19. Sedangkan nilai maksimum kontribusi pajak reklame terjadi pada tahun 2019 sebelum pandemi COVID-19. Mean atau nilai rata-rata dari kontribusi pajak reklame adalah 0,54692 serta standar deviasinya sebesar 0,273018.

Efisiensi pajak reklame memiliki nilai minimum sebesar 0,788 yang terjadi pada tahun 2021 dan 2022 yang mana pada tahun ini target penerimaan pajak reklame lebih tinggi dibandingkan dengan tahun lainnya. sedangkan nilai maximum sebesar 1,220 yaitu pada tahun 2020 karena target penerimaan pajak reklame paling rendah dibanding tahun lainnya. Efisiensi pajak reklame memiliki nilai rata-rata atau mean sebesar 0,96360 serta standar deviasi sebesar 0,165307.

Efektivitas pajak reklame memiliki nilai minimum sebesar 18,575 yaitu pada tahun 2021 sedangkan nilai maximumnya sebesar 205,684 yaitu pada tahun 2020. Nilai mean dari efektivitas pajak reklame sebesar 98,52182 serta standar deviasi sebesar 49,034525.

Nilai minimum pendapatan asli daerah sebesar Rp.29.794.103.370 yakni pada tahun 2018 sedangkan nilai maximum sebesar Rp.49.194.033.858 yaitu pada tahun 2021. Nilai mean pendapatan asli daerah sebesar Rp 39.245.212.980,83 serta standar deviasi sebesar Rp 6.821.354.669,492.

1. Uji Asumsi Klasik
2. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian data untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018). Melalui metode *Kolmogorov-Smirnov* kriteria hasil dari uji normalitas adalah sebagai berikut:

1. Signifikansi > 0,05 maka data berdistribusi normal
2. Signifikansi < 0,05 maka data berdistribusi tidak normal

Tabel 4.5

Hasil Uji Normalitas Sebelum Transform

|  |
| --- |
| **One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test** |
|  | Unstandardized Residual |
| N | 60 |
| Normal Parametersa,b | Mean | -,0000251 |
| Std. Deviation | 459228424,68181130 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,192 |
| Positive | ,192 |
| Negative | -,165 |
| Test Statistic | ,192 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | ,000c |
| a. Test distribution is Normal. |
| b. Calculated from data. |
| c. Lilliefors Significance Correction. |

*Sumber : Hasil pengolahan data melalui SPSS 22., 2024*

Berdasarkan tabel 4.5 hasil uji normalitas dengan uji statistik *non-parametik Kolmogorov-Smirnov* (K-S) besarnya nilai *Asymp.Sig. (2-tailed)* sebesar 0,000. Dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 maka hasil pengujian menunjukkan residual tidak berdistribusi normal. Maka data penelitian ini dilakukan transform menggunakan logaritma naturan (LN) pada variabel X1 dan Y. Sehingga memperoleh hasil pengujian normalitas sebagai berikut.

Tabel 4.6

Hasil Uji Normalitas Setelah Transform

|  |
| --- |
| **One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test** |
|  | Unstandardized Residual |
| N | 60 |
| Normal Parametersa,b | Mean | ,0000000 |
| Std. Deviation | ,05199943 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,092 |
| Positive | ,092 |
| Negative | -,062 |
| Test Statistic | ,092 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | ,200c,d |
| a. Test distribution is Normal. |
| b. Calculated from data. |
| c. Lilliefors Significance Correction. |
| d. This is a lower bound of the true significance. |

*Sumber : Hasil pengolahan data melalui SPSS 22., 2024*

Berdasarkan hasil uji normalitas setelah transform menunjukkan nilai *Asymp.Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200. Dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih besar dari 0,05 maka hasil pengujian menunjukkan residual berdistribusi normal.

1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2018). Uji multikolinearitas pada penelitian ini melihat dari nilai *tolerance* dan nilai *variance inflastion vactor* (VIF). Setiap variabel independen menjadi dependen dan diregresi terhadap independen lainnya.

Adapun kriteria pada pengujian multikolinearitas ini adalah sebagai berikut :

1. Kriteria menggunakan nilai *tolerance*
2. Jika nilai *tolerance* ≥ 0.10 maka tidak terjadi multikolinearitas.
3. Jika nilai *tolerance* ≤ 0.10 maka terjadi multikolinearitas
4. Kriteria menggunakan nilai *variance inflastion vactor* (VIF)
5. Jika nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.
6. Jika nilai VIF > 0.10 maka terjadi multikolinearitas

Tabel 4.7

Hasil Uji Multikolinearitas

|  |
| --- |
| **Coefficientsa** |
| Model | Collinearity Statistics |
| Tolerance | VIF |
| 1 | LN\_X1 | ,137 | 7,276 |
| Efisiensi Pajak Reklame | ,897 | 1,115 |
| Efektivitas Pajak Reklame | ,133 | 7,546 |
| a. Dependent Variable: LN\_Y |

*Sumber : Hasil pengolahan data melalui SPSS 22., 2024*

Berdasarkan tabel 4.6 diatas hasil uji multikolinearitas diperoleh nilai *tolerance* untuk semua variabel independen lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa model regresi tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

1. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2018) uji autokorelasi adalah alat pengujian yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya).

*Run Test* adalah salah satu analisis non-*parametric* yang dapat digunakan untuk memguji apakah residual yang tinggi. Apabila antar residual tidak terdapat korelasi maka nilai residual adalah acak atau random.

Tabel 4.8

Hasil Uji Autokorelasi

|  |
| --- |
| **Runs Test** |
|  | Unstandardized Residual |
| Test Valuea | -,00008 |
| Cases < Test Value | 29 |
| Cases >= Test Value | 30 |
| Total Cases | 59 |
| Number of Runs | 25 |
| Z | -1,443 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | ,149 |
| a. Median |

*Sumber : Hasil pengolahan data melalui SPSS 22., 2024*

Berdasarkan tabel 4.7 diatas nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,149 lebih besar dari pada 0,05, maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa nilai residual menyebar secara acak diterima sehingga tidak terjadi autokorelasi.

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear adalah alat pengujian statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen (Kusumah, 2016). Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui hubungan secara linear atau lebih variabel independen dengan variabel dependen.

Penelitian ini menguji tiga variabel independen yaitu kontribusi penerimaan pajak reklame, efisiensi penerimaan pajak reklame, dan efektivitas penerimaan pajak reklame, terhadap satu variabel dependen yaitu pendapatan asli daerah. Analisis ini memprediksi apakah variabel independen positif atau negatif terhadap variabel dependen. Persamaan regresi linear berganda adalah:

Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + e

Keterangan :

Y = Pendapatan Asli Daerah

a = Konstanta

b1 = Koefisien regresi antara kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah

b2 = Koefisien regresi antara efisiensi penerimaan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah

b3 = Koefisien regresi antara efektivitas penerimaan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah

X1 = Kontribusi penerimaan pajak reklame

X2 = Efisiensi penerimaan pajak reklame

X3 = Efektivitas penerimaan pajak reklame

e = standar error

Tabel 4.9

Hasil Analisis Linear Berganda

|  |
| --- |
| **Coefficientsa** |
| Model | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 24,519 | ,110 |  | 222,278 | ,000 |
| LN\_X1 | -,406 | ,058 | -1,270 | -7,033 | ,000 |
| Efisiensi Pajak Reklame | -,898 | ,075 | -,847 | -11,982 | ,000 |
| Efektivitas Pajak Reklame | ,004 | ,001 | 1,207 | 6,564 | ,000 |
| a. Dependent Variable: LN\_Y |

*Sumber : Hasil pengolahan data melalui SPSS 22., 2024*

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linear berganda nilai *constant* sebesar 24,519, nilai koefisien determinan kontribusi pajak reklame sebesar -0,406, efisiensi pajak reklame sebesar -0,898 dan efektivitas pajak reklame sebesar 0,004 sehingga diperoleh persamaan regresi yaitu:

PAD = 24,519 + - 0,406 X1 + - 0,898 X2 + 0,004 X3 + e

Berdasarkan dari tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing nilai koefisien dalam persamaan regresi tersebut dapat di interpretasikan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta dari data di atas adalah 24,519 artinya apabila variabel independent yang terdiri dari variabel kontribusi pajak reklame (X1), efisiensi pajak reklame (X2), dan efektivitas pajak reklame (X3) sama dengan nol atau konstan, maka variabel dependen yaitu Pendapatan Asli Daerah (Y) adalah 24,519.
2. Nilai koefisien kontribusi pajak reklame (X1) bernilai (-) sebesar 0,406 artinya apabila nilai kontribusi pajak reklame (X1) meningkat, maka pendapatan asli daerah (Y) akan menurun sebesar 0,406.
3. Nilai koefisien efisiensi pajak reklame (X2) bernilai (-) sebesar 0,898 artinya apabila nilai efisiensi pajak reklame (X2) meningkat, maka pendapatan asli daerah (Y) akan menurun sebesar 0,898.
4. Nilai koefisien efektivitas pajak reklame (X3) bernilai (+) sebesar 0,004 artinya apabila nilai efektivitas pajak reklame (X3) meningkat, maka pendapatan asli daerah (Y) akan meningkat juga sebesar 4,248.
5. Analisis Uji Hipotesis
6. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji kelayakan model atau uji F adalah alat pengujian untuk mengidentifikasi model regresi yang diestimasi layak atau tidak untuk digunakan dalam menjelaskan pengaruh variabel-variabel independen dan variabel dependen (Astriawati, 2016). Uji F ini ditunjukkan dalam tabel ANOVA dengan kriteria apabila nilai *prob.* F hitung (*sig.*) < 0,05 maka model regresi layak untuk digunakan dalam menjelaskan pengaruh variabel-variabel independen dan variabel dependen dan sebaliknya apabila nilai *prob.* F hitung (*sig.*) > 0,05 maka model regresi tidak layak untuk digunakan dalam menjelaskan pengaruh variabel-variabel independen dan variabel dependen.

Tabel 4.10

Hasil Uji Statistik F (Uji Kelayakan Model)

|  |
| --- |
| **ANOVAa** |
| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 1,357 | 3 | ,452 | 55,654 | ,000b |
| Residual | ,455 | 56 | ,008 |  |  |
| Total | 1,812 | 59 |  |  |  |
| a. Dependent Variable: LN\_Y |
| b. Predictors: (Constant), Efektivitas Pajak Reklame, Efisiensi Pajak Reklame, LN\_X1 |

*Sumber : Hasil pengolahan data melalui SPSS 22., 2024*

Berdasarkan tabel 4.9 di atas menunjukkan F hitung lebih besar dari F tabel yaitu sebesar 55,654 > 2,77 dengan nilai Sig. 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka model regresi ini layak untuk digunakan dalam menjelaskan pengaruh variabel-variabel independen dan variabel dependen.

1. Uji parsial (Uji-t)

Uji parsial atau uji-t adalah pengujian hipotesis untuk memprediksi pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2005). Uji t menunjukkan sejauh mana pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependennya dan menganggap bahwa variabel independen lain konstan.

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai T tabel. Apabila hasil pengujian hipotesis thitung > ttabel dan p-value < 0,05 maka hipotesis diterima. Secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika thitung < ttabel dan p-value > 0,05 maka hipotesis ditolak. Secara parsial variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.11

Hasil Uji Statistik t (Uji Parsial)

|  |
| --- |
| **Coefficientsa** |
| Model | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 24,519 | ,110 |  | 222,278 | ,000 |
| LN\_X1 | -,406 | ,058 | -1,270 | -7,033 | ,000 |
| Efisiensi Pajak Reklame | -,898 | ,075 | -,847 | -11,982 | ,000 |
| Efektivitas Pajak Reklame | ,004 | ,001 | 1,207 | 6,564 | ,000 |
| a. Dependent Variable: LN\_Y |

*Sumber : Hasil pengolahan data melalui SPSS 22., 2024*

Berdasarkan tabel 4.10 maka hasil pengujian hipotesis yaitu :

1. Untuk menguji hipotesis pertama pada variabel kontribusi pajak reklame diperoleh data Sig 0,000 < 0,05. Berdasarkan hasil uji diperoleh thitung – 7,033. Dengan derajat kebebasan (df) adalah 56, ttabel adalah 2,0032. Maka nilai thitung < ttabel yaitu – 7,033 < 2,0032. Sehingga **H1 ditolak** yang berarti bahwa adanya pengaruh negatif antara kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah kabupaten Tegal.
2. Untuk menguji hipotesis kedua pada variabel efisiensi pajak reklame diperoleh data Sig 0,000 < 0,05. Berdasarkan hasil uji diperoleh thitung – 11,982. Dengan derajat kebebasan (df) adalah 56, ttabel adalah 2,0032. Maka nilai thitung < ttabel yaitu – 11,982 < 2,0032. Sehingga **H2 ditolak** yang berarti bahwa adanya pengaruh negatif antara efisiensi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah kabupaten Tegal.
3. Untuk menguji hipotesis ketiga pada variabel efektivitas pajak reklame diperoleh data Sig 0,000 < 0,05. Berdasarkan hasil uji diperoleh thitung 6,564. Dengan derajat kebebasan (df) adalah 56, ttabel adalah 2,0032. Maka nilai thitung > ttabel yaitu 6,564 > 2,0032. Sehingga **H3 diterima** yang berarti bahwa adanya pengaruh positif antara kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah kabupaten Tegal.
4. Uji koefisien determinan (R2)

Uji koefisien determinasi atau R2 adalah alat pengujian hipotesis yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana kemampuan yang dapan diterangkan oleh model regresi terhadap varian variabel dependen (Suharyadi & Purwanto, 2018). Nilai R2 berkisar antara 0 sampai 1. Semakin kecil nilai R2 maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Tatapi jika nilai R2 mendekati 0 atau sama dengan 0 hal ini menunjukkan bahwa variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan peneliti dalam memprediksi variabel dependen.

Tabel 4.12

Hasil Uji R2 (Koefisien Determinan)

|  |
| --- |
| **Model Summary** |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | ,865a | ,749 | ,735 | ,09014 |
| a. Predictors: (Constant), Efektivitas Pajak Reklame, Efisiensi Pajak Reklame, LN\_X1 |

*Sumber : Hasil pengolahan data melalui SPSS 22., 2024*

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.11 diatas besarnya Adjusted R2 adalah 0,735. Hasil ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen yang terdiri dari kontribusi pajak reklame, efisiensi pajak reklame, dan efektivitas pajak reklame dalam menerangkan perubahan variabel dependen yaitu pendapatan asli daerah sebesar 73,5% dan sisanya 26,5% dijelaskan oleh variabel diluar model regresi yang dianalisis.

## PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada uji statistik t atau uji parsial, kontribusi pajak reklame memiliki nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari a sebesar 0,05 dengan nilai thitung sebesar –7,033. Nilai tersebut lebih kecil dari ttabel 2,0032. Dengan hasil tersebut maka H1 ditolak dan dapat disimpulkan bahwa kontribusi pajak reklame berpengaruh negatif terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Tegal.

Kontribusi pajak reklame pada penelitian ini menunjukkan pengaruh negatif terhadap pendapatan asli daerah, kontribusi pajak reklame fluktuasi setiap bulannya selama tahun pengamatan. Namun kontribusi paling rendah pada tahun 2021 kontribusi pajak reklame lebih rendah dibanding tahun sebelumnya dikarenakan pemulihan kondisi ekonomi pasca pandemi Covid-19. Kontribusi pajak reklame pada beberapa bulan berada dikategori kurang baik, hal ini bisa disebabkan karena pengurangan aktivitas iklan. Pengurangan aktivitas iklan di Kabupaten Tegal dapat dilihat dari jumlah wajib pajak reklame yang mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Pada tahun 2018 jumlah wajib pajak reklame sebanyak 76, tahun 2019 sebanyak 61, tahun 2020 sebanyak 87, tahun 2021 sebanyak 136, dan tahun 2022 sebanyak 101.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Permatasari (2023) yang menunjukkan bahwa kontribusi pajak reklame berpengaruh negatif terhadap pendapatan asli daerah.

Akan tetapi hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sukmawati & Ishak (2019) yang menghasilkan bahwa kontribusi pajak reklame berpengaruh signifikan secara positif terhadap pendapatan asli daerah. Hal ini dikarenakan kontribusi pajak reklame memiliki hubungan searah, sehingga semakin baik penerimaan pajak reklame akan berbanding lurus dengan peningkatan pendapatan asli daerah.

1. Pengaruh Efisiensi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada uji statistik t atau uji parsial, efisiensi pajak reklame memiliki nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari a sebesar 0,05 dengan nilai thitung sebesar –11,982. Nilai tersebut lebih kecil dari ttabel 2,0032. Dengan hasil tersebut maka H2 ditolak dan dapat disimpulkan bahwa efisiensi pajak reklame berpengaruh negatif terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Tegal.

Pada penelitian ini menunjukkan hasil negatif dikarenakan biaya pemungutan pajak reklame belum dilakukan secara maksimal. Selain itu, efisiensi pajak reklame di Kabupaten Tegal berpengaruh negatif terhadap pendapatan asli daerah bisa disebabkan oleh biaya aplikasi yang terlalu tinggi. Seharusnya untuk meningkatkan pendapatan asli daerah perlu adanya penekanan biaya secara maksimal, sehingga dengan biaya yang rendah dapat memperoleh pendapatan yang tinggi.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi et al., (2023) yang menunjukkan hasil penelitian bahwa efisiensi pajak reklame memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pendapatan asli daerah.

1. Pengaruh Efektivitas Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada uji statistik t atau uji parsial, efektivitas pajak reklame memiliki nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari a sebesar 0,05 dengan nilai thitung sebesar 6,564. Nilai tersebut lebih besar dari ttabel 2.0032. Dengan hasil tersebut maka H3 diterima dan dapat disimpulkan bahwa efektivitas pajak reklame berpengaruh positif terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Tegal.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif antara efektivitas pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah. Efektivitas pajak reklame setiap bulannya selama tahun pengamatan menunjukkan nilai yang fluktuasi. Kategori efektivitas pajak reklame pada bulan tertentu berada dikategori yang tidak efektif tetapi tingkat efektivitas dibeberapa bulan berikutnya mengalami kenaikan yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja pemerintah Kabupaten tegal dalam merealisasikan pajak reklame cukup baik.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maloka & Irawan (2024), Dewi et al., (2023) dan Sukmayadi & Hernawati (2021) yang menunjukkan bahwa efektivitas pajak reklame berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan asli daerah. hal ini dikarenakan pemerintah daerah yang telah memaksimalkan kinerja untuk mengumpulkan pajak reklame sebanyak mungkin sehingga penerimaan pajak reklame melebihi target yang sudah ditetapkan sebelumnya.

#

# BAB V

# KESIMPULAN DAN SARAN

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kontribusi pajak reklame berpengaruh negatif terhadap pendapatan asli daerah kabupaten Tegal tahun 2018-2022 yang menunjukkan bahwa Hipotesis pertama ditolak. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat kontribusi pajak reklame dibeberapa bulan berada dikategori yang kurang baik. Kontribusi pajak reklame yang berpengaruh negatif ini disebabkan karena adanya penurunan aktivitas periklanan yang terjadi di Kabupaten Tegal.
2. Efisiensi pajak reklame berpengaruh negatif terhadap pendapatan asli daerah kabupaten Tegal tahun 2018-2022 yang berarti bahwa H2 ditolak. Tingkat efisiensi pajak reklame di Kabupaten Tegal berada dikategori yang sangat efisien tetapi biaya pemungutannya cukup tinggi. Sehingga pemerintah daerah belum secara maksimal dalam mengelola biaya pemungutan pajak reklame.
3. Efektivitas pajak reklame berpengaruh positif terhadap pendapatan asli daerah kabupaten Tegal tahun 2018-2022 yang berarti bahwa H3 penelitian ini diterima. Tingkat efektivitas pajak reklame pada beberapa bulan berada dikategori yang tidak efektif, tetapi pada beberapa bulan lainnya berada dikategori yang sangat efektif. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa kinerja pemerintah Kabupaten tegal dalam merealisasikan pajak reklame cukup baik.

## SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Kontribusi pajak reklame menunjukkan pengaruh negatif terhadap pendapatan asli daerah kabupaten Tegal. Untuk itu perlu adanya peningkatan efektivitas penarikan pajak reklame dengan memastikan semua reklame terdaftar dan dikenai pajak yang sesuai, [engoptimalan potensi pajak reklame dengan melakukan evaluasi tarif dan basis pajak sesuai dengan kondisi saat ini, serta mendorong pertumbuhan ekonomi lokal guna meningkatkan jumlah pajak reklame yang berpotensi dikenai pajak.
2. Efisiensi pajak reklame yang menunjukkan pengaruh negatif terhadap pendapatan asli daerah, maka pemerintah daerah khususnya BAPENDA perlu memperbaiki sistem administrasi pajak untuk memastikan penerimaan pajak maksimal, peningkatan kepatuhan wajib pajak melalui sosialisasi dan penegakan hukum yang baik, serta perlu peningkatan teknologi untuk memantau dan mengelola penerimaan pajak reklame secara efisien.
3. Efektivitas pajak reklame memberikan pengaruh positif terhadap pendapatan asli daerah. Sehingga hal ini perlu dipertahankan atau ditingkatkan efektivitasnya yaitu dengan cara menjaga kestabilan kebijakan pajak reklame untuk memberikan kepastian hukum bagi wajib pajak, meningkatkan kerjasama dengan pihak swasta untuk memperluas basis pajak dan meningkatkan penerimaan pajak reklame, serta melakukan inovasi dalam promosi dan penataan reklame untuk meningkatkan nilai estetika dan ekonomi.
4. Untuk penelitian selanjutnya, saran yang dapat diberikan berkaitan dengan penelitian ini diharapkan menambah jenis pajak daerah lainnya seperti PBB, Pajak Hotel, Pajak Restoran, dan Pajak Penerangan Jalan.