

Faktor – Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Target Penerimaan Pajak Reklame Di Kabupaten Belu

Factors Affecting The Targets Of Reclame Tax Receiving In Belu District

Margareta D. Pangastuti¹, Ernestina Lika²

Pangastustidiana7@gmail.com¹, ernestinalika@gmail.com²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Timor, Indonesia^{1,2}

Abstract

This study aims to examine the factors that affect the advertisement tax revenue target in Belu Regency. The quantitative research method with the population is employees in the Determination and Data Collection and Billing Division at the Revenue Service, Financial Management and Regional Assets in the tax revenue section of 35 respondents. The sampling technique is saturated sampling because all members of the population are sampled. Primary data were tested by means of multiple linear regression analysis using SPSS 16.0 software. The results of the data processing show that the advertisement demand variable (X1), the advertisement tax rate (X2) and the advertisement taxpayer discipline (X3) simultaneously affect the dependent variable in achieving the advertisement tax revenue target (Y) at the significance level $\alpha = 0.05$. The coefficient of determination (R²) of 0.819 indicates the size of the independent variable (X1, X2, X3) on the dependent variable (Y) of 81.9%, while the remaining 18.1% is explained by other variables outside this regression equation.

Keywords: advertisement tax, tax target

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi target penerimaan pajak reklame di Kabupaten Belu. Metode penelitian kuantitatif dengan populasi adalah pegawai pada Bidang Penetapan dan Pendataan serta Bidang Penagihan pada dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah bagian penerimaan pajak sebanyak 35 responden. Teknik sampel adalah sampling jenuh karena semua anggota populasi sebagai sampel. Data primer diuji dengan alat analisis regresi Linear berganda menggunakan software SPSS 16,0. Hasil olah data diketahui bahwa variabel permintaan reklame (X₁), tarif pajak reklame (X₂) dan disiplin wajib pajak reklame (X₃) secara simultan mempengaruhi variabel dependen pencapaian target penerimaan pajak reklame (Y) pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$. Koefisien Determinasi (R²) sebesar 0,819 menunjukkan besarnya variabel independen (X₁, X₂, X₃) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 81,9%, sedang sisanya 18,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini.

Kata kunci: pajak reklame, target pajak

Pendahuluan

Pembangunan yang ingin dicapai bangsa Indonesia adalah mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur yang merata baik material maupun spiritual berdasarkan Pancasila dan Undang Undang dasar 1945. Dalam usaha mencapai tujuan pembangunan tersebut, pemerintah membentuk periode pelaksanaan baik untuk jangka panjang maupun jangka pendek. Pembagian pemerintah Indonesia terdiri dari pemerintah pusat dan daerah dengan bentuk susunan pemerintahan, maka berdasarkan hal itu dilaksanakanlah asas desentralisasi dan asa dekonsentralisasi. Realisasi dari kedua asas ini di negara kita ada pemerintahan daerah yang bersifat administratif dan bersifat otonom, yang selanjutnya disebut daerah adalah kesatuan masyarakat hukum yang mempunyai batas daerah tertentu, berwenang mengatur, mengurus kepentingan masyarakat keseluruhan menurut prakarsa sendiri berdasarkan aspirasi masyarakat dalam ikatan Negara Kesatuan republik Indonesia (Undang-Undang Nomor 23 tahun 2014) tentang Pemerintahan Daerah.

Upaya meningkatkan penyelenggaraan pembangunan di daerah maka dilakukan pendayagunaan aparatur pemerintah daerah yang pelaksanaan dan pengamanannya juga diperlukan adanya pengawasan yang efektif dan efisien agar pembangunan berjalan dengan baik. Pemberdayaan aparatur pemerintah sangat penting dalam pengelolaan untuk menggali sumber Pendapatan Asli Daerah guna membiayai pembangunan wilayahnya. Salah satu upaya yang dilakukan pemerintah dalam pembiayaan pembangunan salah satunya adalah dari sektor pajak. Pajak reklame menurut Aries Djaenuri (2012:91) bahwa "Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame sendiri sebagai alat, perbuatan juga media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan suatu barang maupun

jasa atau orang juga serta menarik perhatian umum terhadap suatu barang, jasa, atau orang yang ditempatkan atau dapat dilihat, dibaca, dan atau didengar dari suatu tempat oleh umum kecuali yang dilakukan oleh pemerintah.

Sesuai dengan Peraturan daerah Kabupaten Belu nomor 19 Tahun 2010 tentang pajak daerah, bahwa merupakan salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah yang berperan penting dalam membiayai penyelenggaraan pemerintahan pembangunan dan pelayanan kepada masyarakat. Perwujudan penyelenggaraan pemerintah tersebut berupa elemen penting dalam pembiayaan yaitu pajak reklame. Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 1 angka 26 dan 27 tentang Pajak Daerah dan Restribusi Daerah, Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Sedangkan yang dimaksud dengan 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. Sejalan dengan perkembangan arus barang dan jasa serta pemasangan reklame sebagai suatu cara memperlihatkan, maka akan meningkat pula sumber pendapatan daerah dari hasil penerimaan pajak reklame. Hal ini sangat penting menjadi perhatian Pemerintah Daerah kabupaten Belu, khususnya Dinas pendaptan, Pengelolaan keuangan dan aset daerah (PPKAD) dalam menagih pungutan pajak reklame. Abdul Halim, dkk (2016), menyatakan bahwa dasar pengenaan tarif pajak reklame adalah sebagai berikut: “Dasar pengenaan pajak reklame sebagai Nilai Sewa Reklame. Jika reklame diselenggarakan pihak ketiga, Nilai Sewa Reklame ditetapkan berdasarkan nilai kontrak reklame. Dalam hal reklame diselenggarakan sendiri, Nilai Sewa Reklame dihitung dengan memperhatikan faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, waktu, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah, dan ukuran media reklame. Pemungutan pajak reklame di Kabupaten Belu diatur dalam Perda Nomor 9 tahun 1998 tentang pajak reklame yang dikenakan pada setiap subjek pajak yang menyelenggarakan reklame.

Tabel 1
Ukuran dan Tarif Pajak Reklame

No	Ukuran reklame	Tarif (RP)
1	150cm X 500cm	750.000
2	500cm X 80 cm	573.000
3	400cm X 100 cm	502.000
4	360cm X 90cm	485.000
5	500cm X 40cm	338.000
6	500cm X 50cm	278.000
7	400cm X 60cm	385.000
8	140cm X 45cm	164.000
9	80cm X 125cm	197.000
10	30cm X 40cm	150.000

Sumber : Dinas PPKAD, Kab. Belu 2020

Berdasarkan tabel di atas, bahwa dari setiap ukuran reklame memiliki tarif yang berbeda – beda. Seperti ukuran yang paling terbesar adalah 150cm X 500cm disertai harga yang tinggi pula yaitu sebesar Rp.750.000. dan ukuran yang terkecil adalah 30cm X 40cm dengan tarif yang kecil sebesar Rp.150.000. Kabupaten Belu termasuk daerah yang dipandang dari tingkat perkeonomiannya selalu mengalami perubahan. Dimana tingkat pendapatan asli daerah yang berasal dari sektor pajak reklame megalami fluktuasi. Oleh karena itu, pemerintah melakukan pengawasan rutin serta

melakukan sosialisasi kepada masyarakat mengenai prosedur dalam penyelenggaraan reklame. Berikut adalah target penerimaan dan realisasi pajak reklame Kabupaten Belu :

Tabel 2
Target dan realisasi penerimaan pajak reklame

No	Tahun	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	Prosentase (%)
1	2015	100.000.000,-	102.423.912,	102,42
2	2016	120.000.000,-	110.056.225,	91,71
3	2017	200.000.000,-	171.938.980,	85,96
4	2018	225.000.000,-	165.169.245,	73,40
5	2019	247.500.000,-	255.086.254,	103,06

Sumber : Dinas PPKAD, Kab. Belu, 2020

Tabel 2 menunjukkan penerimaan pajak reklame mengalami fluktuatif terlihat pada tahun 2006 target Rp.100.000.000.00,- dengan realisasi penerimaan sebesar 102.423.912 atau sebesar 102,42 persen dan tahun 2007 target penerimaan sebesar Rp.120.000.00 mengalami penurunan sebesar 10,71 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Realisasinya tidak mencapai target penerimaan, salah satu faktornya yaitu rendahnya kesadaran dan kedisiplinan para wajib pajak untuk membayar pajak serta pemasangan reklame secara ilegal atau tanpa seizin pemerintah setempat dikarenakan tidak mengetahui peraturan pemasangan reklame. Meski begitu, pemerintah daerah (bagian penerimaan pajak reklame) tetap melakukan penagihan pada setiap subjek pajak dari waktu ke waktu agar dapat memenuhi target yang telah ditetapkan.

Metode

Jenis Penelitian kuantitatif dengan pengkajian data dalam bentuk deskriptif. Tempat penelitian di Kabupaten Belu pada bidang penetapan dan pendataan serta Bidang penagihan Dinas Pendapatan, Pengelolaan dan Keuangan Aset Daerah Kabupaten Belu. Dan populasi terdiri dari 35 pegawai pada bagian penerimaan dan penagihan pajak. Teknik pengambilan sampel adalah teknik sampling jenuh. Arikunto (2012:104) jika jumlah populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan. dimana teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer, dengan langkah – langkah pengambilan data sebagai berikut : (1) Wawancara (2) Observasi dan (3) membagikan Kuisisioner berupa daftar pertanyaan kepada 35 responden. Untuk mendukung data primer yang diperoleh, peneliti juga menggunakan data sekunder berupa dokumen –dokumen serta literatur yang relevan dengan penelitian ini. Data yang diperoleh dari responden diuji dengan alat analisis regresi Linear berganda, menggunakan software SPSS 16,0.

Pembahasan

Deskripsi Objek Penelitian

Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset daerah merupakan salah satu Dinas yang berada dibawah naungan Pemerintah Kabupaten Belu. Dinas Pendapatan daerah dibentuk sesuai dengan Peraturan Daerah Nomor 21 Tahun 1998 terletak di Kelurahan Tenukiik Kecamatan

Atambua Barat. Pada tahun 2008 setelah diberlakukannya Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2008 yang menuntut adanya perampingan struktur organisasi Pemerintah daerah maka melalui Peraturan daerah Nomor 4 Tahun 2010 terjadinya penggabungan antara Dinas Pendapatan, Pengelolaan, Keuangan dan Aset daerah Kabupaten Belu dengan Nomenklatur yang baru yakni Dinas Pendapatan, Pengelolaan, Keuangan dan Aset daerah yang dipimpin oleh seorang Kepala Dinas. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah Dinas Pendapatan, Pengelolaan, Keuangan dan Aset daerah yang mempunyai sasaran dalam pelaksanaannya antara lain salah satunya yaitu optimalisasi potensi dan realisasi pendapatan daerah.

Tabel 3
Responden menurut Umur dan Jenis Kelamin

Umur responden	Jumlah		%
	L	P	
25-29	2	1	8,57
30-34	5	3	22,86
35-39	8	4	34,29
40-44	4	2	17,14
45-49	3	1	11,43
50-54	2	0	5,17

Sumber : Hasil olahan data primer, 2020

Dari tabel 4.1 dapat diketahui bahwa responden di Bidang Penetapan dan pendataan serta Penagihan pada Dinas PPKAD Kabupaten Belu terbanyak berumur 35 – 39 tahun yakni sebanyak 12 orang (34,29%) yang yang paling terendah pegawai berumur 50 – 54 sebanyak 2 orang (5,17%).

Tabel 4
Responden Menurut tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah	%
Sarjana (S1)	4	3.70
Diploma	4	3.70
SLTA	27	25.00
Jumlah	35	100

Sumber : Hasil Olahan Data primer, 2020

Pada penelitian ini untuk menjelaskan ada tidaknya pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat diperoleh hasil sebagai berikut :

Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Tabel 5
Hasil pengujian Normalitas metode Kolmogorov-Smirnov

Variabel	Kolmogorov-Smirnov Z	Signifikansi	Keterangan
Residual Model (e)	0,937	0,344	Berdistribusi normal

Sumber : Hasil olahan, 2020

Hasil pengujian pada asumsi normalitas pada grafik histogram mengikuti garis normal dan sebaran data pada grafik normal probabilityplot terletak disekitar garis diagonal serta nilai signifikansi dari pengujian kolmogorov-smirnov pada residual model sebesar 0,344 lebih besar dari α (0,05%) maka residual data pada model regresi terdistribusi normal.

Hasil Uji Keterokedastisitas



Sumber : Hasil Olahan,2020

Gambar 1
Hasil uji Scatterplot Heterokedastisitas

Gambar di atas mengindikasikan tidak adanya masalah heterokedastisitas yang dapat dibuktikan dengan titik – titik menyebar pada gambar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu.

Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 6
Hasil Uji asumsi multikolinearitas

Variabel Bebas	Tolerance	VIF	Keterangan
Permintaan reklame	0,601	1,665	Tidak ada Multikolinearitas
Tarif Pajak Reklame	0,593	1,687	Tidak ada Multikolinearitas
Disiplin WP	0,518	1,931	Tidak ada Multikolinearitas

Sumber : Hasil Olahan data primer, 2020

Berdasarkan tabel di atas variabel bebas dalam penelitian ini memiliki nilai Variance Inflation Factor lebih kecil dari 10,sehingga dikatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Hasil Uji autokorelasi

Uji asumsi autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi periode t dengan periode sebelumnya (t-1). Uji statistik yang digunakan adalah uji durbin- watson. Sesuai dengan hasil analisis diperoleh nilai Dw sebesar 1,745. Nilai ini berada di antara $d_L < dw < 4-d_U$. maka tidak terjadi autokorelasi pada model regresi yang terbentuk.

Hasil Uji Regresi Linear berganda

Tabel 7
Hasil Regresi Linear Berganda

Model	Konstanta	X1	X2	X3
B	-.179	.272	.396	.392

Sumber : Hasil Olahan data primer,2020

Persamaan regresi berganda yang terbentuk adalah :

$$Y = -0,179 + 0,272 (X_1) + 0,396 (X_2) + 0,392 (X_3) + \epsilon_i$$

- $\beta_0 = -179$; hasil ini menunjukkan bahwa apabila tidak terdapat kontribusi variabel permintaan reklame, tarif pajak reklame dan disiplin wajib pajak reklame maka besarnya target penerimaan pajak reklame akan bernilai sebesar 0,179.
- $\beta_1 = 0,272$; artinya koefisien regresi menunjukkan besarnya kontribusi yang diberikan variabel permintaan pajak reklame terhadap besarnya variabel target penerimaan pajak reklame. Koefisien permintaan pajak reklame yang bernilai positif artinya setiap peningkatan variabel permintaan pajak reklame sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan besarnya target penerimaan pajak reklame sebesar 0,272.
- $\beta_2 = 0,396$; menunjukkan bahwa variabel tarif pajak reklame yang bernilai positif artinya setiap peningkatan variabel tarif pajak reklame sebesar 1 sataun maka akan meningkatkan target penerimaan pajak reklame sebesar 0,396.
- $\beta_3 = 0,392$; Koefisien variabel disiplin wajib pajak reklame yang bernilai positif artinya setiap peningkatan variabel disiplin wajib pajak reklame sebesar 1 sataun maka akan meningkatkan target penerimaan pajak reklame sebesar 0,392.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dalam penelitian digunakan adalah nilai Adjusted R Square untuk mengevaluasi model regresi yang terbaik.

Tabel 8
Koefisien determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,914	0,835	0,819

Sumber : Hasil Olahan data primer, 2020

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan diperoleh nilai Adjusted R square sebesar 0,819 atau 81,9%. Artinya besarnya pengaruh variabel independen (permintaan pajak reklame, tarif pajak reklame dan disiplin wajib pajak reklame) terhadap variabel dependen (target penerimaan pajak reklame) adalah sebesar 81,9% sedangkan pengaruh sisanya sebesar 18,1 dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji hipotesis pengaruh simultan dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Variabel independen pembentuk model dikatakan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau signifikan $< \alpha = 0,05$.

Tabel 9
Hasil Uji simultan (Uji F)

Df	F	Signifikan
3	29,920	0,000
32		

Sumber : Hasil olahan data primer, 2020

Berdasarkan hasil, diperoleh F_{hitung} sebesar 29,920 dengan Signifikan $F=0,000$. F_{tabel} pada taraf nyata 5% dengan derajat bebas 3 dan 32 sebesar 2,90. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($29,920 > 2,90$) dan signifikan $F < 5\%$ ($0,000 < 0,005$) maka hipotesis diterima.

Hasil Uji Regresi secara parsial (Uji t)

Pengujian regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah masing – masing variabel independen model regresi secara individu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Variabel model regresi parsial dikatakan berpengaruh signifikan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau signifikan lebih kecil $\alpha = 0,05$.

Tabel 10
Hasil uji Parsial (Uji t)

Variabel bebas	t_{hitung}	Sig.t	t_{tabel}	Keterangan
Perminataan reklame	2,283	0,008*	1,693	Signifikan
Tarif pajak reklame	3,641	0,001**	1,693	Signifikan
Disiplin wp reklame	4,541	0,000**	1,693	Signifikan

Sumber : Hasil Olahan dat primer,2020

*signifikan 10 %

**signifikan 5 %

Sesuai dengan hasil uji pada tabel di atas maka :

- Variabel permintaan reklame (X_1) terhadap target penerimaan pajak reklame (Y), diperoleh t_{hitung} sebesar 2,283 dengan nilai signifikansi sebesar 0,080. Nilai statistik uji t_{hitung} tersebut lebih besar daripada t_{tabel} ($2,283 > 1,693$) atau nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 0,10$ maka variabel permintaan reklame (X_1) secara parsial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel pencapaian target penerimaan pajak reklame. Artinya dengan semakin banyak permintaan penyelenggaraan reklame maka akan meningkatkan penerimaan target pajak reklame di Kabupaten Belu.
- Uji hipotesis variabel tarif pajak (X_2) terhadap target penerimaan pajak reklame, diperoleh t_{hitung} sebesar 3,641 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001. Nilai statistik uji t_{hitung} tersebut lebih besar daripada t_{tabel} ($3,641 > 1,693$) atau nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, maka variabel tarif pajak reklame (X_2) secara parsial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pencapaian target penerimaan pajak reklame (Y). Di mana apabila tarif yang ditentukan oleh pemerintah semakin besar jumlahnya sesuai ukuran reklame maka akan meningkatkan penerimaan target pajak reklame. Hasil ini juga sesuai dengan
- Pengujian hipotesis variabel disiplin wajib pajak reklame (X_3) terhadap target penerimaan pajak reklame (Y), diperoleh t_{hitung} sebesar 4,541 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai statistik uji t_{hitung} tersebut lebih besar t_{tabel} ($4,541 > 1,693$) atau nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 0,005$ maka variabel disiplin wajib pajak reklame secara parsial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Menunjukkan bahwa semakin banyak wajib pajak reklame sadar akan pentingnya pembayaran pajak reklame maka akan meningkatkan target penerimaan pajak reklame.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dalam pembahasan bahwa permintaan reklame, tarif pajak reklame dan disiplin wajib pajak reklame mempunyai pengaruh yang signifikan serta hubungan yang kuat terhadap pencapaian target penerimaan pajak reklame di Kabupaten Belu. Dengan meningkatnya permintaan reklame akan meningkat pula penerimaan pajak reklame, dan bagi wajib pajak reklame yang patuh dan sadar akan kewajiban membayar pajak dari waktu ke waktu akan menaikkan target penerimaan pajak reklame dengan tarif yang telah diatur dalam Peraturan Pemerintah. Merujuk pada Peraturan pemerintah daerah Kabupaten Belu Nomor 19 Tahun 2010 tentang pajak dan retribusi daerah menyebutkan pajak reklame sebagai

salah satu sumber pendapatan daerah yang perlu dikelola dan diatur Pemerintah Daerah. Berbagai implementasi kebijakan telah dilakukan oleh pemerintah daerah namun masih ada kekurangan dari subjek pajak dalam menyelenggarakan reklame. Untuk itu, penelitian ini sebagai informasi kepada pemerintah dalam mengambil keputusan untuk terus meningkatkan penerimaan terkait tarif dan target setiap tahun agar dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan daerah. Masyarakat sebagai wajib pajak yang taat, sudah seharusnya wajib patuh bertanggungjawab terhadap pembayaran pajak atas setiap penyelenggaraan reklame berdasarkan Undang - Undang dan peraturan yang berlaku, baik perizinan, pembayaran pajak hingga pembongkaran atau pencabutan reklame.

Daftar Pustaka

- Arikunto, dkk. 2012. *Prosedur Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta
- Abdul Halim, dkk. 2016. *Perpajakan*, Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat
- D.Jaenuri Aries. 2012. *Hubungan keuangan pusat – daerah : elemen – elemen penting hubungan keuangan pusat dan daerah*. Gahlia Indonesia.
- Oyok Abuyamin. 2015. *Perpajakan Pusat & Daerah*. Bandung : Humaniora.
- Peraturan Pemerintah Daerah Kabupaten Belu Nomor 19 tahun 2010. *Tentang Pajak dan Retribusi Daerah*.
- Peraturan Pemerintah Daerah (PERDA) Kabupaten Belu Nomor 9 tahun 1998 *tentang Pajak reklame*.
- Undang-Undang Nomor 23 tahun 2014. *Tentang Pemerintahan Daerah*.
- Undang-Undang Nomor 28 tahun 2009 *tentang pajak daerah dan retribusi daerah*. Diakses 19/02/2021 (<https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/2009/28tahun2009uu.htm>).
- Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 *Pasal 1 tentang Pajak Daerah dan Restribusi Daerah*.