

# Pengaruh Pajak Parkir dan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Bandung

Muhammad Rizky Agniputra, Nunung Nurhayati

Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

rizkyagnip@gmail.com, nunungunisba@yahoo.co.id

**Abstract**—This study aims to determine the effect of the contribution of parking tax, ads tax on Regional Original Revenue of Bandung City. The research method used was saturated sample method where there were only 32 samples. In this study, the measurement of parking tax, ads tax and Regional Original Revenue tseen in Realization Report of Bandung City Revenue for 8 years starting from 2011 until 2018. The results showed that parking tax revenue, ads tax and Regional Original Revenue in Bandung City had increased from 2011 until 2018, parking tax and advertisement tax contributed to Regional Original Revenue in Bandung, but the level of contribution was still calculated minimal.

**Keyword**—Parking Tax, Ads Tax, Regional Original Revenue

**Abstract**—Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kontribusi pajak parkir dan pajak reklame terhadap PAD di Kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode sampel jenuh dimana hanya menggunakan 32 sampel. Dalam penelitian ini, pengukuran pajak parkir dan pajak reklame serta Pendapatan Asli Daerah dilihat dalam Laporan Realisasi Pendapatan dari tahun 2011-2018i. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pajak parkir, reklame dan PAD di Bandung mengalami kenaikan dari 2011 sampai dengan 2018, akan tetapi kontribusi terhadap PAD masih tergolong minimal.

**Kata Kunci**—Pajak Parkir, Pajak Reklame, PAD

## I. PENDAHULUAN

Pemerintah memberlakukan kebijakan Otonomi Daerah yang bertujuan untuk mengubah pola pembangunan menjadi bersifat sentralisasi dan desentralisasi seperti yang tertera dalam UU No 32 Tahun 2004. Selain menjadi pengubah pola pembangunan menjadi bersifat sentralisasi dan desentralisasi. Otonomi Daerah juga bertujuan untuk meningkatkan pelayanan masyarakat serta bertujuan untuk memajukan perekonomian di daerah-daerah yang tidak difokuskan oleh pemerintah pusat (Mardiasmo, 2002:99).<sup>2</sup>Dalam UU No 33, 2004,<sup>4</sup> sumber PAD terdiri dari : Dana Perimbangan, Pinjaman Daerah, Lain-Lain Penerimaan yang Sah. Komponen PAD memiliki peran penting terhadap penerimaan dari sektor pajak daerah. (Anggraeni N.A.P, Sofianti D dan Nurhayati.N. 2020).<sup>1</sup>

Banyaknya fenomena mengenai PAD di Indonesia, Kota Bandung sebagai Ibu Kota Provinsi Jawa Barat

memiliki potensi-potensi dalam meningkatkan PAD yang bersumber dari pajak daerah. Pendapatan yang diambil oleh PemKot Bandung untuk menambah PAD dapat berasal dari pajak parkir dan pajak reklame, karena Kota Bandungsekarang telah diakui sebagai kota terpadat di Indonesia, akan tetapi PAD dari sektor parkir masih minim. Anggota komisi B DPRD Kota Bandung Aan Andi Purnama (2018) mengatakan bahwa menurutnya masih banyak warga Kota Bandung yang belum menggunakan mesin parkir tersebut dan juga Pendapatan Asli Daerah (PAD) mengalami penurunan dibandingkan dulu ketika masih menggunakan juru parkir atau manual. “Kita menyesalkan karena menurut kita ini sudah gagal. Setelah dilakukan evaluasi, ternyata hanya menghasilkan Rp6 miliar per tahun yang masuk ke PAD. ini tidak mencapai target”.

Sementara dilihat dari sektor pajak reklame PemKot Bandung dinilai masih belum mampu memberikan solusi terkait potensi kehilangan PAD. Penyelenggara reklame di Kota Bandung dianggap masih lemah dalam pelaksanaan aturan serta pengawasan, menurut Aan Andi Purnama (2018) selaku anggota DPRD Kota Bandung, PemKot Bandung tidak punya konsep yang baik untuk memaksimalkan PAD dari sektor pajak reklame sehingga banyak reklame-reklame yang luput dari pengawasan.

Bedasarkan uraian latar belakang penelitian diatas, maka peneliti merumuskan identifikasi masalah ke dalam bentuk pernyataan dibawah :

1. Apakah pajak parkir berpengaruh terhadap PAD di Kota Bandung ?
2. Apakah pajak reklame berpengaruh terhadap PAD di Kota Bandung ?

Melalui rumusan pertanyaan penelitian di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh pajak parkir terhadap PAD di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui pengaruh pajak reklame terhadap PAD di Kota Bandung.

## II. LANDASAN TEORI

Dalam penelitian ini, akan diterangkan mengenai teori-teori yang berkaitan dengan pajak parkir, pajak reklame dan PAD. Berikut adalah landasan teori yang akan dikaji:

A. *Pendapatan Asli Daerah*

UU Nomer 33, 2004 Pasal 1 Ayat 18 menjelaskan bahwa PAD adalah pemasukan bagi daerah sesuai dengan peraturan undang-undang.<sup>4</sup>

Dalam UU Nomer 32, 2004 Pasal 157.<sup>3</sup> Sumber PAD, yaitu:

1. Hasil pajak daerah.
2. Hasil retribusi daerah.
3. Hasil pengelolaan kekayaan daerah.
4. Lain-lain PAD yang sah.

B. *Pajak Parkir*

Pajak parkir adalah pajak atas tempat penyediaan kendaraan bermotor, sesuai dengan yang terteta dalam UU Nomer 28, 2009 Bab 1 Pasal 1 Ayat 31.<sup>5</sup>

Dalam UU Nomer 28, 2009 Pasal 62 Ayat 1,<sup>5</sup> yang bujan termasuk objek pajak parkir adalah:

1. Penyelenggaraan tempat parkir oleh PEMDA
2. Penyelenggaraan tempat parkir oleh perkantoran untuk karyawannya sendiri.
3. Penyelenggaraan tempat parkir oleh kedutaan.
4. Penyelenggaraan tempat parkir lainnya yang diatur oleh PEMDA.

C. *Pajak Reklame*

UU Nomer 28, 2009 Bab 1 Pasal 1 menjelaskan bahwa pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame.<sup>5</sup>

Reklame adalah media untuk mengiklankan bisnis agar dapat dibaca oleh masyarakat sesuai dengan yang tertera dalam UU Nomer 28, 009 Bab 1 Pasal 1 Ayat 27.<sup>5</sup>

Dalam UU Nomer 28 2009,<sup>5</sup> objek pajak reklme adalah semua penyelenggaraan reklame yang meliputi :

1. Reklame Papan.
2. Megatron, Videotrom.
3. Reklame Kain
4. Reklame Poster \ Stiker.
5. Reklame Selebaran atau Browser.
6. Reklame Udara.
7. Reklame Suara.
8. Reklame Film.
9. Reklame Peragaan.
10. Reklame Apung.
11. Reklame Berjalan.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. *Analisis Regresi Berganda*

TABEL 1. ANALISIS REGRESI BERGANDA

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	204,165	19,582		10,426	,000
	P	48,381	4,677	,736	10,344	,000
	R	2,301	,574	,285	4,010	,000

Sumber : Hasil Output SPSS

Dalam tabel diatas dapat dilihat persamaan regresi dari pajak parkir dan pajak reklame terhadap PAD yaitu sebagai berikut:

$$Y = 204,165 + 48,381 PP + 2,301 PR + e$$

Dari hasil persamaan regres linier berganda tersebut, masing-masing variabel dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 204,165, artinya apabila variabel Pajak Parkir (X1) dan Pajak Reklame (X2) bernilai 0, maka variabel PAD (Y) akan bernilai 204,165 satuan.
2. Setiap kenaikan Pajak Parkir sedangkan variabel lainnya konstan, maka akan menyebabkan peningkatan PAD sebesar 48,381 satuan.
3. Setiap kenaikan Pajak Reklame namun variabel lainnya konstan, maka akan menyebabkan peningkatan pada PAD sebesar 2,301 satuan.

B. *Hasil Uji F*

TABEL 2. HASIL UJI F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1374055,255	2	687027,627	202,428	,000 <sup>b</sup>
	Residual	98424,285	29	3393,941		
	Total	1472479,540	31			

Sumber : Hasil Output SPSS

Berdasarkan tabel di atas uji F dapat dilihat bahwa nilai F sebesar 202,428 dengan Sig 0,00. Karena Sig. < 0,5 maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas yang terdiri dari Pajak Parkir dan Pajak Reklame secara bersama-sama berpengaruh terhadap PAD.

C. *Hasil Uji T*

TABEL 3. HASIL UJI T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	204,165	19,582		10,426	,000
	P	48,381	4,677	,736	10,344	,000
	R	2,301	,574	,285	4,010	,000

Sumber : Hasil Output SPSS

Dalam data tabel diatas, maka hasil uji t dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil olah data dimana nilai signifiijan 0,000 (t ≤ 0,05) dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, artinya Pajak Parkir berpengaruh terhadap PAD.
2. Hasil olah data dimana nilai pajak reklame 0,000 (t ≤ 0,05) dapat disimpulkan bahwa H2 diterima, artinya Pajak Reklame berpengaruh terhadap PAD.

## D. Koefisien Determinasi

TABEL 4. HASIL KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,966 <sup>a</sup>	,933	,929	58,25754

Sumber : Hasil Output SPSS

Dalam tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai R *square* adalah 0,933, hasil tersebut menunjukkan bahwa besarnya pengaruh pajak parkir dan pajak reklame adalah 93,33%.

## E. Koefisien Determinasi Parsial

TABEL 5. HASIL KOEFISIEN DETERMINASI PARSIAL

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Standardized Coefficients	Correlations
		Beta	Zero-order
1	(Constant)		
	P	,736	,947
	R	,285	,829

Sumber : Hasil Output SPSS

Dalam tabel diatas, dapat dilakukan perhitungan agar diketahui besarnya pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, yaitu sebagai berikut :

1. Pajak parkir =  $0,736 \times 0,947 \times 100\%$   
= 69,69%
2. Pajak Reklame =  $0,285 \times 0,829 \times 100\%$   
= 23,62%

Dari hasil perhitungan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pajak parkir memiliki pengaruh terhadap PAD sebesar 69,69% sedangkan untuk pajak reklame memiliki pengaruh terhadap PAD sebesar 23,62%.

## F. Pengaruh Pajak Parkir Terhadap Pendapatan Asli Daerah

Dari hasil pengujian diatas, maka peneliti dapat menyimpulkan adanya pengaruh pajak parkir terhadap PAD. Berdasarkan nilai signifikansi yang diperoleh dari tabel analisis regresi berganda yaitu  $0,000 \leq 0,05$ , dengan demikian  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

Selain itu besarnya pengaruh yang dimiliki pajak parkir terhadap PAD dilihat dari hasil koefisien determinasi parsial yaitu sebesar 69,69%.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pajak parkir berpengaruh terhadap PAD di Kota Bandung. Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa dengan tertanya ruang parkir di Kota Bandung dan semakin memingkat perekonomian daerah memicu banyaknya kendaraan di Kota Bandung. Hal ini menjadi potensi besar bagi PemKot Bandung untuk memaksimalkan penerimaan pajak daerah dari sector pajak parkir dengan banyaknya kendaraan di Kota Bandung serta dengan pengawasan yang ketat untuk menindak tegas parkir-parkir liar yang berpotensi untuk mengurangi penerimaan pendapatan bagi PemKot Bandung.

## G. Pengaruh Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah

Dari hasil pengujian hipotesis, maka dapat ditarik kesimpulan yang kedua bahwa adanya pengaruh pajak reklame terhadap PAD. Berdasarkan nilai signifikansi yang diperoleh dari tabel analisis regresi berganda yaitu  $0,000 \leq 0,05$ , dengan demikian  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

Selain itu besarnya pengaruh yang dimiliki pajak reklame terhadap PAD dilihat dari koefisien determinasi parsial yaitu sebesar 23,62%.

Potensialnya pajak reklame seharusnya dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap PAD Kota Bandung. Akan tetapi karena kurangnya kesadaran WP untuk taat membayar pajak reklame serta masih kurangnya pemetaan kembali dari PemKot Bandung untuk reklame-reklame yang tidak memiliki ijin seperti pemasangan iklan dan spanduk yang ditempel di tempat bebas seperti tiang listrik dan pohon-pohon dipinggiran jalan raya dan yang lainnya berupa reklame yang sudah habis masa pajaknya menyebabkan kurang maksimalnya pendapatan dari pajak reklame.

## IV. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pajak parkir berpengaruh terhadap PAD di Kota Bandung
2. Pajak reklame berpengaruh terhadap PAD di Kota Bandung.

## V. SARAN

Dikarenakan terbatasnya data dalam penelitian ini, dimana peneliti hanya memiliki 32 sampel, terkendala oleh sulitnya mendapatkan data dalam bentuk laporan bulanan karena terjadinya wabah virus *corona* (COVID-19) dimana tempat peneliti untuk mendapatkan data diperintahkan untuk bekerja di rumah (*Work From Home*) dimasa pandemi wabah virus *corona* ini, maka berdasarkan keterbatasan tersebut berikut saran-saran yang dapat diberikan :

## A. Saran Teoritis

Untuk penelitian dapat menambah jumlah sampel penelitian, selain itu dapat juga menambah variabel lain seperti pajak hiburan, pajak hote maupun dari sektor selain pajak daerah yang dapat mempengaruhi PAD.

## B. Saran Praktis

Adapun saran praktis yang dapat disampaikan penulis kepada PemKot Bandung atau BPPD Kota Bandung antara lain sebagai berikut :

1. Mekanisme aparaturnya pelaksanaan pengawasan pajak daerah perlu ditingkatkan, khususnya yang memiliki peranan untuk memperlancar pemungutan pajak daerah di sektor pajak parkir dan pajak

reklame agar mengalami peningkatan terhadap PAD Kota Bandung.

2. Perlunya perhitungan tata ruang penempatan tempat parkir dan papan reklame dengan bekerja sama kepada pihak terkait khususnya Dinas Penataan Ruang Kota Bandung, dimana seiring dengan berkembangnya perekonomian di Kota Bandung sehingga dapat menjadi potensi untuk meningkatkan PAD.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anggraeni.N.A.P, Sofianty. D, Nurhayati. N. Pengaruh Efektivitas Pajak Restoran dan fektivitas Pajak Hotel terhadap Efektivitas Pendapatan Asli Daerah. *ISSN: 2460-6561*
- [2] Mardiasmo. 2013. *Perpajakan*. Edisi revisi 2013. Yogyakarta
- [3] Pemerintah Indonesia (2004). *Undang-Undng Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah*. Jakarta: Sekretariat Negara, tersedia di <http://www.dpr.go.id/dokjdih/document/uu/33.pdf>.
- [4] Pemerntah Indonesia (2004). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat Dan Pemerintah Daerah*. Jakarta: Sekretariat Negara, tersedia di <http://www.djpk.kemenkeu.go.id/?p=367>.
- [5] Pemerintah Indonesia (2009). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. Jakarta: Sekretariat Negara, tersedia di <http://www.djpk.kemenkeu.go.id/?p=269>.
- [6] Waluyo 2013. *Perpajakan Indonesia Edisi 11 Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.