

Pengaruh Efektivitas dan Kontribusi Pajak Reklame terhadap Efektivitas Penerimaan Pajak Daerah Kota Bandung

Rr. Nabila Azzahra, Diamonalisa Sofianty

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung

Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116

rrnabilaasm@yahoo.com, diamonalisas@gmail.com

Abstract—The effectiveness of local tax recipients is the achievement of the realization of local tax receipts against pre-set local tax targets. This studies aims to find out the influence of the effectiveness and contribution of tax billboards on the effectiveness of local tax receipts in the city of Bandung, the location of the research was taken from the Regional Revenue Management Agency of Bandung City. The data used in this study is secondary data with target population using purposive sampling technique using local tax receipt report data during the period 2017-2019. Data collection techniques in this research are carried out by means of documentation. The research method uses multiple regression methods and hypothetical tests using F and t tests assisted by the SPSS 25 program. The results showed that the effectiveness of billboard tax and billboard tax contributions significantly influenced the effectiveness of local tax receipts.

Keywords—*effectiveness of billboard tax, contribution of billboard tax, effectiveness of local tax receipts*

Abstrak—Efektivitas penerimaan pajak daerah merupakan tercapainya realisasi penerimaan pajak daerah terhadap target pajak daerah yang sudah ditetapkan sebelumnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari efektivitas dan kontribusi pajak reklame terhadap efektivitas penerimaan pajak daerah di Kota Bandung, lokasi penelitian diambil dari Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data sekunder dengan target populasi menggunakan teknik purposive sampling menggunakan data laporan penerimaan pajak daerah selama periode 2017-2019. Teknik pengumpulannya data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara dokumentasi. Metode penelitian menggunakan metode regresi berganda dan uji hipotesis menggunakan uji F dan uji t yang dibantu oleh program SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas pajak reklame dan kontribusi pajak reklame berpengaruh secara signifikan terhadap efektivitas penerimaan pajak daerah.

Kata Kunci—*efektivitas pajak reklame, kontribusi pajak reklame, efektivitas penerimaan pajak daerah*

I. PENDAHULUAN

Pajak adalah salah satu sumber utama penerimaan bagi Negara yang dibayar oleh masyarakat atau wajib pajak, sebagai iuran pemungutan yang dapat dipaksakan oleh pemerintah berdasarkan ketentuan Peraturan Undang-Undang perpajakan, masyarakat atau wajib pajak secara langsung dimana bersama-sama melaksanakan kewajiban

perpajakan yang diperlukan untuk pembiayaan Negara dan pembangunan nasional (Watini, 2010).

Untuk merealisasikan dalam pelaksanaan Otonomi Daerah, maka sumber pembiayaan pemerintah daerah tergantung pada Pendapatan Asli Daerah (PAD). Maka pemerintah daerah harus berupaya untuk meningkatkan penerimaan yang berasal dari daerah itu sendiri. (Mawar Dwi Putrany, 2009).

Efektivitas dalam penerimaan pajak daerah tercapai apabila realisasi dapat melampaui target yang ingin dicapai, maka untuk mendukung keuangan daerah yang berhasil dari berbagai sumber Pendapatan Asli daerah (PAD) yang dimiliki perlu dialokasikan agar dapat dipungut secara berkesinambungan.

Pemerintah Kota Bandung menargetkan pendapatan pajak reklame tahun 2018 agar mengalami peningkatan, maka Pemkot Bandung mensosialisasikan Perwal nomor 727 tahun 2018 yang mengatur tentang tata cara pemungutan pajak reklame.

Terdapat beberapa alasan mengapa terjadinya perbedaan antara potensi pajak reklame yang sebenarnya dengan realisasi pajak reklame Kota Bandung, salah satunya yaitu tidak adanya transparansi BPPD dalam perhitungan ataupun penentuan besarnya target pajak reklame.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana pengaruh efektivitas pajak reklame terhadap efektivitas penerimaan pajak daerah Kota Bandung.
2. Bagaimana pengaruh kontribusi pajak reklame terhadap efektivitas penerimaan pajak daerah Kota Bandung.

II. LANDASAN TEORI

A. Efektivitas Pajak Reklame

Richard Steers (Abdul Halim, 2004:166), menyatakan bahwa efektivitas ialah seberapa besar nilai dari realisasi penerimaan yang berhasil mencapai potensi sebenarnya pada suatu periode tertentu. Pajak reklame menurut Peraturan daerah No. 02 tahun 2010 bahwa pajak yang diperoleh atas semua penyelenggaraan reklame oleh orang

pribadi atau badan. Dapat disimpulkan bahwa efektivitas pajak reklame merupakan tercapainya suatu nilai realisasi penerimaan pajak reklame dalam mencapai target yang telah ditentukan sebelumnya.

Untuk mengukur efektivitas pajak reklame menggunakan rumus sebagai berikut :

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

SUMBER: (ABDUL HALIM, 2004)

B. Kontribusi Pajak Reklame

Menurut KBBI bahwa kontribusi adalah sumbangan. Sementara itu menurut Pasal 1 UU No. 28 tahun 2007 bahwa kontribusi merupakan sumbangan wajib kepada Negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang. Dapat disimpulkan bahwa kontribusi pajak reklame merupakan seberapa besar kontribusi yang dapat diberikan dari penerimaan pajak reklame terhadap penerimaan pajak daerah dengan membandingkan realisasi penerimaan pajak reklame terhadap realisasi penerimaan pajak daerah.

Untuk mengukur kontribusi pajak reklame dapat menggunakan rumus berikut :

$$\text{Kontribusi} = \frac{\text{Realisasi Pajak Reklame}}{\text{Realisasi Penerimaan Pajak Daerah}} \times 100\%$$

SUMBER: (ABDUL HALIM, 2004)

C. Efektivitas Penerimaan Pajak Daerah

Efektivitas menunjukkan seberapa jauh tercapainya suatu tujuan atau target yang telah ditentukan terlebih dahulu (Triski Intan, Ventje Ilat, Anneke Wangkar, 2015). Efektivitas penerimaan pajak daerah merupakan seberapa besar tercapainya realisasi penerimaan pajak daerah terhadap target pajak daerah yang sudah ditentukan sebelumnya, semakin kecil angka efektivitas maka semakin tidak efektif, sebaliknya semakin besar nilainya maka semakin efektif.

Untuk mengukur efektivitas penerimaan pajak reklame menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Efektivitas Penerimaan PAD} = \frac{\text{Realisasi Penerimaan PAD}}{\text{Target Penerimaan PAD}} \times 100\%$$

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Regresi Berganda

TABEL 1. HASIL ANALISIS REGRESI BERGANDA

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.341	1.486		.229	.819
	x1	3.846	.859	.635	4.478	.000
	x2	22.73	9.901	.325	2.296	.024

Sumber: SPSS 25, data diolah penulis

Berdasarkan tabel 1, dapat dirumuskan model persamaan regresi linear berganda untuk efektivitas pajak reklame dan kontribusi pajak reklame terhadap efektivitas penerimaan pajak daerah, sebagai berikut:

$$Y = 0,341 + 3,846X1 + 22,730X2 + e$$

Persamaan diatas dapat diartikan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 0,341 yang menunjukkan bahwa jika nilai dari variabel independen adalah konstan, maka nilai Efektivitas Penerimaan Pajak daerah sebesar 0,341.
2. Koefisien regresi Efektivitas Pajak Reklame sebesar 3,846 yang menunjukkan bahwa jika Efektivitas Pajak Reklame meningkat 1 (satu) satuan, sedangkan variabel lain dianggap konstan, maka nilai Efektivitas Pajak Reklame akan meningkat sebesar 3,846.
3. Koefisien regresi Kontribusi Pajak Reklame sebesar 22,730 yang menunjukkan bahwa jika Kontribusi Pajak Reklame meningkat 1(satu) satuan, sedangkan variabel lain dianggap konstan, maka nilai Kontribusi Pajak Reklame meningkat sebesar 22,730.

B. Uji F

TABEL 2. HASIL UJI F

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	98399	2	49199.6	426.1	.000 ^b
	Residual	9699	84	115.465		
	Total	108098	86			
a. Dependent Variabel: y						
b. Predictors: (Constant), x2, x1						

Sumber: SPSS 25, data diolah penulis

Berdasarkan tabel 2 diatas, dapat diketahui bahwa efektivitas pajak reklame dan kontribusi pajak reklame terhadap efektifitas penerimaan pajak daerah menghasilkan nilai signifikan 0,000 yang berarti $0,000 < 0,05$, hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

C. Uji t

TABEL 3. HASIL UJI T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.341	1.486		.229	.819
	x1	3.846	.859	.635	4.478	.000
	x2	22.73	9.901	.325	2.296	.024

Sumber: SPSS 25, data diolah penulis

Berdasarkan tabel 3 diatas, dapat diketahui bahwa :

1. Terdapat pengaruh efektifitas pajak reklame (X1) terhadap efektifitas penerimaan pajak daerah (Y). Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan yang lebih kecil, yakni $0,000 < 0,05$.
2. Terdapat pengaruh kontribusi pajak reklame (X2) terhadap efektifitas penerimaan pajak daerah (Y). Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan yang lebih kecil, yakni $0,024 < 0,05$.

D. Koefisien Determinasi

TABEL 4. HASIL ANALISIS KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.954 ^a	.910	.908	10.7455

Sumber: SPSS 25, data diolah penulis

Berdasarkan tabel 4 diatas, dapat dilihat bahwa besarnya nilai R square (R^2) adalah 0,910. Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh efektifitas dan kontribusi pajak reklame sebesar 91 %, sedangkan sisanya 9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

E. Pengaruh Efektivitas Pajak Reklame Terhadap Efektivitas Penerimaan Pajak Daerah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diatas menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara efektifitas pajak reklame terhadap efektifitas penerimaan pajak daerah. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil uji hipotesis Uji t, dimana nilai signifikan yang didapat sebesar 0,000 kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$).

F. Pengaruh Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Efektivitas Penerimaan Pajak Daerah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diatas menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara kontribusi pajak reklame terhadap efektifitas penerimaan pajak daerah. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil uji hipotesis Uji t, dimana nilai signifikan yang didapat sebesar 0,024 kurang dari 0,05 ($0,024 < 0,05$).

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam mengenai pengaruh efektifitas pajak reklame dan kontribusi pajak reklame terhadap efektifitas penerimaan pajak daerah Kota Bandung pada periode tahun 2017-2019, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut

Efektivitas pajak reklame berpengaruh terhadap

efektivitas penerimaan pajak daerah Kota Bandung periode tahun 2017-2019.

Kontribusi pajak reklame berpengaruh terhadap efektivitas penerimaan pajak daerah Kota Bandung periode tahun 2017-2019.

V. SARAN

A. Saran teoritis

Untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah lebih banyak data dan periode serta menambah variabel bebas yang dapat mempengaruhi efektivitas penerimaan pajak daerah.

B. Saran Praktis

1. Dalam menentukan target pajak reklame sebaiknya lebih memerhatikan keadaan yang sebenarnya sehingga bisa terealisasi dengan baik dan bisa memberikan kontribusi yang lebih besar kepada penerimaan pajak daerah di Kota Bandung.
2. Untuk Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung diharapkan melakukan hubungan kerjasama dengan Asosiasi Pengusaha Reklame, agar meminimalisir reklame yang ilegal dan tanpa izin dalam pemasangan reklame.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Korengkeng, R. R. Karamoy, H., & Pontoh, W. (2017). Analisis Potensi, Efektivitas, Efisiensi, Dan Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Penerimaan Pajak Daerah Di Kabupaten Minahasa Utara.
- [2] Kustiyah, E., & Suryani, S. (2015). Efektivitas Pajak Reklame Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Di Kota Surakarta.
- [3] Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2016). Analisis Efektivitas Dan Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Manado Tahun 2011-2015. Studi Kasus Pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Manado.
- [4] Triantoro, A. (2017). Efektivitas pemungutan pajak reklame dan kontribusinya terhadap penerimaan pajak daerah di kota Bandung.
- [5] Triyono, A. (2018). Analisis Pengaruh Kontribusi Pajak Reklame Dan Pajak Hiburan Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Pada Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Indragiri Hulu.
- [6] Wijayanti, R. Shodiq Askandar, N., & Amin, M. (2017). Analisis Efektivitas dan Kontribusi Pajak Reklame Terhadap PAD di Kota Malang (Studi Kasus di Badan Pelayanan Pajak Daerah (BP2D) Kota Malang).
- [7] Yan, Y. (2011). Analisis peranan dan kontribusi pajak reklame terhadap peningkatan pendapatan asli daerah kota Jambi.
- [8] Alfian, A. Lamia, D. P. (2015). Analisis Efektivitas dan Kontribusi Pemungutan Pajak Restoran, Pajak Reklame dan Pajak Penerangan Jalan Pada Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Minahasa Utara.
- [9] Arsana, I. M. (2013). Analisis Efektivitas dan Efisiensi Pajak Reklame Serta Prospeknya Di Kabupaten Bandung.
- [10] Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 08 tentang Pajak Reklame (2003).
- [11] Aan Andii Purnama, 2018. Pengawasan Pajak Reklame Masih Rendah, <https://www.pikiranrakyat.com>.
- [12] Ema Sumarna, 2017. Reklame di Kota Bandung Jumlahnya Ribuan, tapi Banyak yang ilegal. <https://jabar.tribunnews.com>.

[13] Iwan Nurrachman, 2018. Pemkot Bandung Optimalkan Penyerapan Pajak Reklame. <https://bandung.bisnis.com>.