PERANAN PAJAK REKLAME DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN ASLI DAERAH

(Survey Pada Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung)

Oleh

Sarah Fauziah

4122.4.14.12.0003

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Akuntansi
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Winaya Mukti

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS WINAYA MUKTI

Tahun 2018

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sarah Fauziah

NIM : 4122.4.14.12.0003

Program Studi : Akuntansi

Dengan ini menyatakan :

1. Skripsi ini adalah asli dan bellum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister, dan/atau doctor), baik di Universitas Winaya Mukti maupun diperguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bandung, November 2018

Yang membuat pernyataan,

Sarah Fauziah

NIM. 4122.4.14.12.0003

ABSTRAK

Sarah Fauziah. 2018. NPM 4122414120003 Peranan Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (Survey Pada Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung)

Pembimbing : H. Rudi S Ahmadi, Drs,.MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan Pajak Reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pajak Reklame, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah Pendapatan Asli Daerah (PAD). Sampel penelitian ini adalah realisasi Pendapatan Daerah Kota Bandung selama 5 tahun yaitu dari tahun 2013 sampai dengan 2017. Sampel penelitian dipilih dengan menggunakan *purposive sampling.* Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Data yang digunakan adalah data sekunder yang dihasilkan melalui Studi pustaka dan dokumentasi. Analisis dalam penelitian ini menggunnakan uji asumsi klasik dan regresi linier sederhana dengan bantuan *software application system SPSS 20.* Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pajak Reklame memiliki peranan yang tidak signifikan dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Nilai koefisien determinasi sebesar 29,3%. Hasil uji hipotesis didapat nilai t_{hitung} = -1,114 < t_{tabel} = 2,353, maka Ha ditolak H_0 diterima.

Kata Kunci: Pajak Reklame, Pendapatan Asli Daerah

ABSTRACT

Sarah Fauziah. 2018. NPM 4122414120003 *Role of Advertising Tax in Increasing Regional Original Revenue (Survey of Bandung City Revenue Management Agency)*

Adviser : H. Rudi S Ahmadi, Drs,.MM.

This study aims to determine the Role of Advertising Tax in Increasing Regional Original Revenue to local Bandung revenue. Independent Variables used in this study is the Advertising Tax, while the dependent variable in this study is local revenue. samples of this research is the realization of regional Bandung income for 5 years from 2013 to 2017. The samples were selected by purposive sampling method. The method used in this research is descriptive method. The data used is secondary data generated through library studies and documentation. The analysis in this study using classic assumption test and simple linesr regression analysis with the help of the software application system SPSS 20. The results showed that the Advertising Tax has a non-significant role in increasing the Regional Original Income of Bandung City with a significance level of 0,05. Value of determination coefficient is 29,3%. Hypothesis test result obtained t_{value} *= -1,114 <* t_{table} *= 2,353, then Ha is rejected and* H_0 *accepted.*

Keywords : Advertisement Tax, Revenue

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah S.W.T. yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan memperoleh hasil berupa skripsi dengan judul "Peranan Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung (Survey pada Badan Pengelolaan Pendapatan daerah Kota Bandung)". Dengan skripsi ini Alhamdulillah penulis dapat memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian Sarjana Akuntansi Program Studi Akuntansi di Fakultas Universitas Winaya Mukti Bandung.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tidak ada yang sempurna di dunia ini begitupun dengan skripsi ini yang masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu segala saran dan kritik yang bersifat membangun demi penyempurnaan skripsi ini ini sangat penulis harapkan.

Secara pribadi penulis ingin berterima kasih kepada dosen pembimbing Bapak H. Rudi S Ahmadi, Drs,.MM. yang telah membimbing penulis dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan, dukungan, bimbingan serta pengarahan dari berbagai pihak yaitu kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Hj. Ai Komariah, M.S. selaku Rektor Universitas Winaya Mukti.
2. Bapak H. Deden Komar Priatna, S.T., S.IP., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi& Bisnis.

3. Bapak Drs. H. Nandang Djunaedi. M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi& Bisnis.
4. Bapak Drs. H. Oyon Suharyono, M.M., CA., CPA. selaku Ketua Program Studi Akuntansi.
5. Kepada Ibu dan Bapak Dosen Fakultas Ekonomi & Bisnis yang selalu memberikan bimbingan dan dukungan.
6. Kepada Bapa dan Mamah dan kedua saudaraku yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan.
7. Kepada teman-teman seperjuangan mahasiswa Akuntansi dan Manajemen 2014 yang selalu menyemangati dan membantu dalam segala hal selama penyusunan karya tulis ini.
8. Kepada semua pihak yang sudah membantu dan mendukung selama penyusunan karya tulis ini ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis doakan semoga Allah S.W.T. membalas segala kebaikan semuanya agar mendapatkan rahmat dan hidayah-Nya di kemudian hari. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Bandung, Oktober 2018

Penulis

Sarah Fauziah

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ii
ABSTRAK iii
ABSTRACT iv
KATA PENGANTAR v
DAFTAR ISI vii
DAFTAR TABEL x
DAFTAR GAMBAR xi
DAFTAR LAMPIRAN xii
BAB 1 PENDAHULUAN 1
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah 13
1.2.1. Identifikasi Masalah 13
1.2.2. Rumusan masalah 14
1.3. Tujuan Penelitian 14
1.4. Kegunaan Penelitian 15
1.4.1. Kegunaan Teoritis 15
1.4.2. Kegunaan Praktis 16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS 17
2.1. Kajian Pustaka 17
2.1.1. Pengertian Akuntansi 17
2.1.1.1. Pengertian Akutansi Perpajakan 18
2.1.1.2. Konsep Dasar Akuntansi Perpajakan 18
2.1.1.3. Peran Akuntansi Dalam Perpajakan Indonesia 19
2.1.2. Pajak 20
2.1.2.1. Pengertian Pajak 20
2.1.2.2. Fungsi Pajak 21
2.1.2.3. Ciri-ciri Pajak 21
2.1.2.4. Asas-asas Pemungutan Pajak 22
2.1.2.5. Jenis Pajak 22
2.1.2.6. Tata Cara Pemungutan Pajak 23
2.1.3. Pajak Daerah 24

2.1.3.1. Definisi Pajak Daerah 24
2.1.3.2. Dasar Hukum Pemungutan Pajak Daerah 25
2.1.3.3. Jenis-jenis Pajak Daerah 26
2.1.4. Pajak Reklame 27
2.1.4.1. Pengertian Pajak Reklame 27
2.1.4.2. Objek Pajak Reklame 27
2.1.4.3. Subjek dan Wajib Pajak 29
2.1.4.4. Dasar Pengenaan, Tarif, dan Tata Cara Perhitungan Pajak 29
2.1.4.5. Dasar Hukum Pajak Reklame 31
2.1.5. Pendapatan Asli Daerah 31
2.1.5.1. Pengertian Pendapatan Asli Daerah 31
2.1.5.2. Sumber-sumber Pendapatan Asli Daerah 32
2.1.5.3. Peranan Pendapatan Asli Daerah 34
2.1.5.4. Dasar Hukum Pendapatan Asli Daerah 35
2.2. Penelitian Terdahulu 36
2.3. Kerangka Pemikiran 37
2.4. Hipotesis Penelitian 39
BAB III METODE PENELITIAN 40
3.1. Metode Yang Digunakan 40
3.2. Operasionalisasi Variabel 41
3.2.1. Variabel Independen 41
3.2.2. Variable Dependen 42
3.3. Sumber dan Cara penentuan Data/Informasai 44
3.3.1. Sumber Data 44
3.3.2. Populasi dan Sampel 44
3.4. Teknik pengumpulan data 46
3.5. Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis 47
3.5.1. Rancangan Analisis 47
3.5.2. Analisis Regresi Linier Sederhana 52
3.5.2. Uji Hipotesis 52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 55
4.1. Gambaran Umum 55
4.1.1. Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung 55
4.1.2. Tugas Pokok dan Fungsi Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah 56

4.1.3. Visi dan Misi Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah 57
4.1.4. Struktur Organisasi 57
4.2. Hasil Penelitian 59
4.2.1.Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Di Kota Bandung 59
4.2.2. Uji Normalitas 62
4.2.3. Uji Heteroskedastisitas 63
4.2.4. Regresi Linier Sederhana 64
4.2.5. Koefisien Korelasi 65
4.2.6. Koefisien Determinasi 66
4.2.7. Uji T 67
4.3. Pembahasan 67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 71
5.1. Kesimpulan 71
5.2. Saran 72
DAFTAR PUSTAKA .....
LAMPIRAN .....

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 TARGET DAN REALISASI PENDAPATAN ASLI DAERAH KOTA BANDUNG TAHUN 2013-2017 7

TABEL 1.2 PENDAPATAN PAJAK DAERAH KOTA BANDUNG TAHUN 2013-2017 8

TABEL 1.3 TARGET DAN REALISASI PAJAK REKLAME DI KOTA BANDUNG TAHUN 2013-2017 11

TABEL 2.1 PENELITIAN TERDAHULU 36

TABEL 3.1 OPERASIONAL VARIABEL 43

TABEL 3.2 PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRESTASI KOEFISIEN KORELASI 51

TABEL 4.1 TABULASI PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD) KOTA BANDUNG 59

TABEL 4.2 TARGET DAN REALISASI PAJAK REKLAME KOTA BANDUNG TAHUN ANGGARAN 2007 – 2011 (DALAM RUPIAH) 59

TABEL 4.3 KONTRIBUSI PAJAK REKLAME TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD) KOTA BANDUNG TAHUN ANGGARAN 2013 – 2017 (DALAM RUPIAH) . 60

TABEL 4.4 HASIL PENGUJIAN NORMALITAS 62

TABEL 4.5 REGRESI LINEAR SEDERHANA 64

TABEL 4.6 KOEFISIEN KORELASI 65

TABEL 4.7 PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRESTASI KOEFISIEN KORELASI 65

TABEL 4.8 KOEFISIEN DETERMINASI 66

TABEL 4.9 HASIL UJI T 67

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1 KERANGKA PEMIKIRAN 39

GAMBAR 3 1 UJI T 54

GAMBAR 4.1 STRUKTUR ORGANISASI BADAN PENGELOLAAN PENDAPATAN DAERAH KOTA BANDUNG 58

GAMBAR 4.2 UJI HETEROSKEDASTISITAS 63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pendapatan Pajak Daerah Kota Bandung

Lampiran 2 Hasil Uji Statistik dengan IBM SPSS 20

Lampiran 3 Tabel T

BAB 1
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pembangunan nasional adalah kegiatan pembangunan yang berlangsung secara terus-menerus yang sifatnya memperbaiki dan bertujuan untuk mewujudkan masyarakat Indonesia yang adil dan makmur melalui peningkatan taraf hidup, kecerdasan dan kesejahteraan seluruh rakyat. Pembangunan nasional diawali dengan pembangunan pondasi ekonomi yang kuat sehingga menciptakan pertumbuhan ekonomi.

Harus disadari bersama semakin cepat jalannya pembangunan, maka tantangan, hambatan dan kendala yang dihadapi juga semakin berat. Di samping itu pembangunan yang diarahkan pada pemerataan pembangunan dan pertumbuhan ekonomi menitikberatkan kegiatan ekonominya pada sektor ekonomi. Oleh sebab itu, selalu diupayakan untuk menciptakan kiat baru untuk mengatasi hambatan sehingga dapat mencapai target dengan sempurna.

Pertumbuhan ekonomi sering dikaitkan dengan pembangunan ekonomi. Pembangunan ekonomi adalah usaha-usaha untuk meningkatkan taraf hidup suatu bangsa yang seringkali diukur dengan tinggi rendahnya pendapatan riil per kapita. Pembangunan ekonomi nasional tidak dapat dipisahkan dari pembangunan ekonomi daerah atau regional, pembangunan nasional selalu diarahkan pada pembangunan daerah.

Berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia No. 23 tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah :

> “Pembangunan daerah pada dasarnya adalah untuk memacu pemerataan pembangunan dan meningkatkan kesejahteraan rakyat dimana peran serta pemerintah dan masyarakat sangat penting dalam pendayagunaan potensi daerah secara optimal dan terpadu sehingga upaya pemerataan pembangunan diseluruh tanah air mulai dari daerah maju, berkembang dan terpencil perlu untuk ditingkatkan demi tercapainya pembangunan wilayah secara nasional."

Pembanguanan dalam suatu negara tidak selalu merata. Beberapa daerah dapat mencapai pertumbuhan yang signifikan, sementara beberapa daerah lainnya mengalami pertumbuhan yang lambat. Daerah-daerah yang tidak mengalami kemajuan yang sama disebabkan karena kurangnya sumber-sumber yang dimiliki dan adanya kecenderungan pemilik modal (investor) memilih daerah perkotaan atau daerah yang memiliki fasilitas, seperti prasarana perhubungan, jaringan listrik, jaringsn komunikasi, perbankan, asuransi dan tenaga yang terampil. Sementara itu, perbedaan potensi dan fasilitas serta kemudahan pada daerah, akan membuat industri ataupun aktifitas ekonomi menjadi mengelompok.

Pembangunan ekonomi daerah di Indonesia terus berkembang sejak diperkenalkannya sistem otonomi yang bertumpu ke pemerintahan daerah. Pemberian wewenang yang lebih besar dari pemerintah pusat ke pemerintah daerah akan memotivasi daerah bersangkutan untuk lebih mandiri dan berkembang dalam aspek ekonomi dan lainnya. Perencanaan yang tepat sesuai karakteristik daerah akan mempercepat pembangunan daerah dan mampu meningkatkatkan kesejahteraan masyarakat secara lebih tepat.

“Pelaksanaan kebijakan pemerintah Indonesia tentang otonomi daerah, dimulai secara efektif pada tanggal 1 januari 2001, merupakan kebijakan yang

sangat demokratis dan memenuhi aspek-aspek desentralisasi yang sebenarnya" (Krismayana,2013:1)."Pertimbangan yang mendasri perlunya diselenggarakan otonomi daerah adalah perkembangan kondisi di dalam dan diluar negeri mengindikasikan bahwa rakyat menghendaki keterbukaan dan kemandirian" (Halim, 2011:253)

Undang-undang No.23 tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah , memberikan dampak yang sangat luas terhadap perkembangan pemerintahan di daerah. Otonomi yang di berikan kepada daerah merupakan otonomi yang luas, nyata dan bertanggung jawab. Adanya pemberian otonomi daerah memberikan implikasi timbulnya kewenangan dan kewajiban bagi daerah untuk melaksanakan berbagai kegiatan pemerintah lebih mandiri. Pengalihan, pembagian dan pemanfaatan sumber daya alam, sumber daya manusia, kewenangan pemungutan jenis-jenis pajak daerah didasarkan atas prinsip keadilan berdasarkan kewenangan yang diberikan kepada setiap daerah. Semakin tinggi kewenangan keuangan yang dimiliki daerah, maka semakin tinggi peran Pendapatan Asli Daerah (PAD) dalam struktur keuangan daerah, begitu pula sebaliknya. Otonomi daerah telah membawa banyak perubahan dalam sistem pemerintahan di Indonesia, jika dahulu daerah bersifat pasif maka sekarang mereka dituntut untuk aktif dalam mengelola dan membangun daerahnya.

Dalam otonomi pada saat ini, sumber keuangan daerah terdiri dari pendapatan daerah dan pembiayaan. Oleh karena itu, daerah berlomba-lomba meningkatkan sumber pendapatannya dengan mengenakan berbagai pajak

yang memang menjadi kewenangannya. Prinsip dari otonomi daerah adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di daerahnya masing-masing. Masing-masing daerah berhak untuk membuat kebijakan dalam rangka peningkatan peran masyarakat dalam pembangunan pada masing-masing daerah.

Agar terelenggaranya otonomi daerah yang nyata dan bertanggung jawab diperlukan kemampuan untuk menggali sumber keuangan sendiri yang didukung oleh perimbangan keuangan antara pemerintah pusat dan daerah. Pendapatan Asli Daerah (PAD), Dana Alokasi Umum (DAU), dan Dana Alokasi Khusus (DAK) merupakan salah satu bagian dari sumber keuangan Pemerintah Daerah.

> Permasalahan yang dihadapi Pemerintah Daerah pada umumnya berkaitang dengan penggalian sumber-sumber pajak dan retribusi daerah yang merupakan salah satu komponen dari Pendapatan Asli Daerah yang belum memberikan kontribusi yang signifikan terhadap penerimaan daerah secara keseleuruhan (Halim,2007:232).

Tujuan otonomi daerah adalah untuk memberikan keluasan kepada pemerintah daerah dalam melaksanakan dan mewujudkan asas desentralisasi, maka masing-masing daerah dituntut untuk berupaya meningkatkan sumber Pendapatan Asli Daaerah agar mampu membiayai penyelenggaraan pemerintah dan lebih meningkatakan pelayanan kepada masyarakat.

Pelaksanaan pembangunan harus harus merata di seluruh tanah air dan ini tidak terlepas dari adanya pembangunan daerah. Untuk memperlancar pembangunan nasional maka perlu digunakan suatu dana yang berasal dari

penerimaan negara yaitu pemungutan pajak daerah. Pemungutan Pajak Daerah merupakan perwujudan dari pengabdian dan peran wajib pajak untuk langsung dan bersama-sama melaksanakan kewajiban perpajakan yang diperlukan untuk pmebiayaan negara dan pembangunan nasional.

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah bahwa :

> "Pajak Daerah dan Retribusi Daerah merupakan salah satu sumber peneriman penting yang akan digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah untuk memantapkan otonomi daerah yang luas nyata dan bertanggung jawab".

Tanggung jawab atas kewajiban pelaksanaan pemungutan pajak daerah sebagai pencerminan kewajiban di bidang perpajakan berada pada anggota masyarakat wajib pajak. Pemerintah dalam hal ini sesuai dengan fungsinya berkewajiban melakukan pembinaan, pelayanan dan pengawasan terhadap pemenuhan dalam peraturan perundang-undangan.

Pajak Daerah merupakan salah satu Pendapatan Asli Daerah yang merupakan iuran wajib yang dilakukan oleh pribadi atau badan kepada daerah yang digunakan untuk membiayai Penyelengaraan Pemerintahan Daerah. Dalam pelaksanaannya diatur oleh Undang-Undang Nomor 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi daerah, Undang-Undang No.33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah, Undang-undang No.23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah, dan Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 06 Tahun 2016 tentang Perubahan

Atas Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 20 Tahun 2011 tentang Pajak Daerah.

Berdasarkan Undang-undang No.23 Tahun 2014 Pasal 285 disebutkan bahwa :

"Penerimaan daerah dalam pelaksanaan desentralisasi terdiri atas:

1. Sumber Pendapatan Daerah teridir atas:
    a. Pendapatan Asli Daerah meliputi:
        1. Pajak daerah,
        2. Retribusi daerah,
        3. Hasil pengelolaan kekayaan Daerah yang dipisahkan; dan
        4. Lain-lain pendapatan asli Daerah yang sah.
    b. Pendapatan Transfer, dan
    c. Lain-lain pendapatan daerah yang sah.
2. Pendapatan transfer sebagai mana di maksud diatas meliputi:
    a. Transfer Pemerintah Pusat terdiri atas
        1. Dana perimbangan,
        2. Dana otonomi khusus,
        3. Dana keistimewaan,
        4. Dana desa.
    b. Transfer antar-Daerah terdiri atas:
        1. Pendapatan bagi hasil, dan
        2. Bantuan keuangan."

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan pendapatan daerah yang bersumber dari pajak daerah, yang mempunyai peran penting dalam pembangunan, dimana peran PAD diharapkan dapat menjadi penyangga utama dalam membiayai kegiatan pembangunan daerah. Berikut adalah tabel mengenai penerimaan Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung Tahun 2013-2017.

Tabel 1.1
Target dan Realisasi Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung
Tahun 2013-2017

Tahun	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	Capaian (%)
2013	1.407.759.106.133	1.827.775.238.311	102,49
2014	1.808.509.055.075	2.200.291.161.134	102,21
2015	2.066.246.830.526	2.338.094.948.956	101,32
2016	2.767.404.903.364	2.151.696.807.733	77,79
2017	3.252.403.587.029	2.848.359.938.800	44,39

Sumber : Olah data Laporan Keuangan Pemerintah Daerah Kota Bandung bagian Catatan Atas Laporan Keuangan Poin 3.1 Iktisar Realisasi Pencapaian Target Kinerja Keuangan ayat 1 Realisasi Pendapatan Tahun Anggaran yang diteliti. (Oktober,2018)

Berdasarkan tabel 1.1 diatas, menggambarkan target dari pendapatan asli daerah Kota Bandung tiap tahunnya terus meningkat, tetapi tidak sesuai dengan realisasi yang terjadi sehingga persentase capaiannya mengalami penurunan setiap tahunnya. Salah satu penyebabnya dikarenakan penyerapan pajak reklame yang tidak memenuhi target disebabkan banyaknya reklame illegal di Kota Bandung dan menjadi hambatan tidak tercapainya penerimaan Pajak Reklame.

Pajak daerah berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi adalah kontribusi wajib pajak kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan Daerah bagi kemakmuran rakyat. Retribusi daerah atau retribusi berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun

2009 tentang Pajak Daerah adalah pemungutan Daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan dan diberikan oleh Pemerintah Daerah untuk kepentingan orang pribadi atau badan.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Bahwa :

"Jenis Pajak Daerah meliputi:
a. Pajak Hotel,
b. Pajak Restoran,
c. Pajak Hiburan,
d. Pajak Reklame,
e. Pajak Penerangan Jalan,
f. Pajak Parkir,
g. Pajak Air Tanah,
h. Bea Perolehan Ha katas Tanah dan Bangungan, dan
i. Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan".

Tabel 1.2
Pendapatan Pajak Daerah Kota Bandung
Tahun 2013-2017

INDIKATOR KINERJA	**Capaian (%)**				
	2013	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**
Jumlah Penerimaan Pajak Daerah	149,53	134,56	123,44	78,15	90,97
1. Pajak Hotel	122,41	102,41	82,80	105,66	98,46
2. Pajak Restoran	119,90	105,46	106,71	102,79	104,20
3. Pajak Hiburan	207,91	190,51	184,05	102,67	100,11
4. Pajak Parkir	103,96	101,25	66,96	110,38	126,30
5. Pajak BPHTB	218,79	195,25	193,40	66,72	103,47
6. PPJ	112,75	102,00	98,97	102,40	104,34
7. Pajak Reklame	95,16	102,79	120,71	8,10	5,35
8. Pajak AirTanah	59,43	86,73	92,09	103,04	96,11
9. PBB	101,86	103,39	92,61	100,51	93,90
Rata-rata Capaian Indikator Kinerja	149,53	134,56	123,44	78,15	90,97

Sumber: Sumber: Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah, (Oktober 2018)

Dari tabel 1.2 dilihat bahwa capain indikator kinerja setiap tahun mengalami penurunan dengan capaian terendah terjadi pada tahun 2016 sebesar 78,15%. Penurunan paling rendah terjadi pada pajak reklame dan yang terendah pada tahun 2017 sebesar 5,35%, penurunan diduga diakibatkan oleh belum sempurnanya data potensi reklame, Kurang optimalnya pemberian *punishment* atas reklame tidak berizin, dan masih berlakunya kebijakan moratorium perizinan reklame dari tahun 2015 dan pengesahan revisi Perda Penyelenggaraan Reklame pada akhir tahun 2016 dan efektif pada tahun 2017. Hal ini tidak sebanding dengan pertumbuhan bisnis dan maraknya event-event di Kota Bandung. Seharusnya pajak reklame memiliki peran yang cukup penting terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Bandung, mengingat Kota Bandung selain sebagai ibu kota provinsi juga merupakan kota metropolitan terbesar di Jawa Barat. Pertumbuhan usaha/bisnis di kota Bandung cenderung meningkat sejalan dengan pertumbuhan ekonominya, dengan demikian prospek pajak reklame menjadi cukup potensial. Kurang memadainya kontribusi pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung bisa jadi dikarenakan pengelolaan pajak reklame yang kurang profesional serta pemungutan pajak yang tidak sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kepala Badan Pengelola Pendapatan Daerah (BPPD) Kota Bandung mengungkapkan penerimaan pajak Kota Bandung 2017 mencapai Rp 2,175 triliun. Namun jumlah itu dianggap belum memenuhi target. Hal itu disebabkan oleh beberapa faktor seperti tidak tercapainya pajak reklame dari

target Rp 241 miliar hanya terealisasi Rp 12,8 miliar. Hal itu disebabkan oleh kendala perizinan (news.detik.com,2017)

Pelaksanaan pemungutan pajak reklame menggambarkan kemampuan pemerintah daerah dalam merealisasikan pajak hiburan yang direncanakan, dibandingkan dengan target yang ditetapkan berdasarkan potensi riil daerah. Sri Watini (2010), mengemukakan bahwa :

> "Salah satu strategi yang dilakukan perusahaan dalam memperkenalkan dan memasarkan produknya sehingga penjualan (pendapatan) perusahaan meningkat serta dapat memperluas pangsa pasar perusahaan adalah melalui media periklanan (reklame). Dengan demikian peningkatan dengan bertambah banyaknya perusahaan yang menggunakan media periklanan (reklame) untuk tujuan komersial".

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah Pasal 1 angka 27,

> "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".

Pajak Reklame dikenakan dengan alasan bahwa pajak reklame digunakan sebagai media untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang atau jasa yang dapat dilihat, dibaca dan/atau didengar dalam suatu tempat tertentu. Pajak Reklame merupakan salah satu sumber pendapatan daerah yang potensial. Namun, pemungutan pajak reklame dilapangan kadang-kadang mengalami banyak hambatan sehingga pendapatan pajak reklame tidak sesuai target. Kendala yang terjadi, seperti pemasangan reklame berupa billboard, poster, spanduk/umbul-umbul merk di jalan, toko-

toko yang dipasang tanpa ijin, atau masa berlaku reklame sudah habis tapi tetap terpasang, pemasangan reklame tanpa ijin atau secara illegal.

Tabel 1.3

Target dan Realisasi Pajak Reklame di Kota Bandung

Tahun 2013-2017

Tahun	Target	Realisasi	Capaian (%)
2013	18.500.000.000	17.603.910.298	95,16%
2014	23.000.000.000	23.641.404.085	102,79%
2015	15.000.000.000	18.107.052.336	120,71%
2016	316.716.770.000	25.646.023.584	8,10%
2017	240.548.569.530	12.860.399.954	5,35%

Sumber: Sumber: Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah, (Oktober 2018)

Tabel 1.2 menggambarkan efektifitas pajak reklame di Kota Bandung dari realisasi selama 5 tahun mengalami penurunan kecuali pada tahun 2015 yang melebihi target yang mencapai 120,71% . Pajak Reklame mengalami penurunan yang drastis pada tahun 2016 yang tidak dapat tercapai target pendapatannya sebesar Rp. 316.716.770.000,- dimana realisasi pendapatan tahun 2016 hanya sebesar Rp. 25.646.023.584,-. Walaupun target Tahun 2016 untuk Pajak Reklame ini tidak tercapai, namun ada peningkatan realisasi pendapatan dari Tahun 2015 sebesar Rp. 7.538.971.248,- atau peningkatan penerimaannya sebesar 41,68%. Pendapatan pajak reklame pada Tahun 2017

ini tidak berhasil mencapai target pendapatnya sebesar Rp.240.548.569.530,-, dimana realisasi pendapatan hanya sebesar Rp.12.844.048.144,- atau capaian kinerjanya hanya mencapai 5,34%. Pendapatan Pajak Reklame Tahun 2017 jauh berada di bawah pendapatan Tahun 2016. Besarnya penurunan pendapatan pajak Tahun 2017 mencapai 49,93%, hal ini disebabkan karena beberapa kendala, diantaranya adalah belum sempurnanya data potensi reklame, masih banyaknya jumlah reklame yang tidak mempunyai ijin, sementara pajak reklame yang dibayarkan harus berdasarkan izin dan kurang optimalnya pemberian *punishment* atas reklame tidak berizin.

Pajak reklame sebagai salah satu sumber pendapatan daerah yang berpotensi dan dapat dilakukan pemungutan secara efisien, efektif dan ekonomis, sehingga dapat lebih berperan dalam usaha peningkatan PAD di Kota Bandung.

> ‘‘pemasukan dari pajak reklame didapat dari nilai sewa reklame yang dipasang dengan tarif sewa reklame berdasarkan dari lokasi pemasangan reklame, lamanya pemasangan reklame, dan jenis ukuran reklame. Pihak-pihak yang menggunakan jasa reklame dari bidang pendidikan, industri, perhotelan, hiburan, bank-bank dan lembaga keuangan, transportasi, komunikasi dan pihak pemerintah (Marihot P. Siahaan, 2010:7).

Potensi Pajak Reklame di Kota Bandung dapat dikatakan besar, walaupun realisasi penerimaan pajak reklame cenderung menurun. Kontribusi pajak reklame setiap tahunnya masih kecil dibandingkan dengan jenis pajak yang lain dalam penerimaan pajak daerah. Hal ini membuktikan bahwa pajak reklame bukan merupakan pajak unggulan di Kota Bandung. Melihat kenyataan dilapangan reklame banyak ditemukan di tempat-tempat umum

namun realisasinya masih kurang efektif. Pemerintah Kota Bandung melalui Dinas Pendapatan melakukan usaha-usaha peningkatan pendapatan pajak reklame secara optimal.

Pemerintah Kota Bandung mengeluarkan moratorium untuk reklame rokok. Kebijakan tersebut berpengaruh pada pendapatan asli daerah (PAD) dari pajak reklame yang semakin rendah. Di Kota Bandung, reklame rokok saat kini hanya boleh maksimal berjumlah 15 persen dari total reklame yang ada. BPPD juga melakukan pendataan terhadap semua jenis reklame yang ada. Karena, berdasarkan regulasi, reklame yang bisa dipungut pajaknya hanya yang memiliki izin.

Dengan demikian berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka penulis bermaksud untuk melakukan penelitian mengenai seberapa besar peranan dari penerimaan Pajak Reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung yang dituangkan dalam penelitian yang berjudul: "PERANAN PAJAK REKLAME DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN ASLI DAERAH (Survey Pada Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung)".

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka identifikasi masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pertumbuhan Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung dari tahun 2013-2017 mengalami penurunan setiap tahunnya. Penurunan terjadi diduga akibat penerimaan pajak daerah mengalami penurunan dan realisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang belum efektif.
2. Pertumbuhan bisnis dan maraknya event-event di Kota Bandung tidak sebanding dengan Penerimaan Pajak Reklame dari tahun 2013-2017, seharusnya pajak reklame memiliki peran yang cukup penting terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Bandung, mengingat Kota Bandung selain sebagai ibu kota provinsi juga merupakan kota metropolitan terbesar di Jawa Barat

1.2.2. Rumusan masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka rumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Pajak Reklame di Kota Bandung
2. Bagaimana Pendapatan Asli Daerah di Kota Bandung
3. Seberapa besar Peranan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah di kemukakan sebelumnya, maka perlu di ketahui tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Mengetahui Pajak Reklame di Kota Bandung
2. Mengetahui Pendapatan Asli Daerah di Kota Bandung
3. Mengetahui seberapa besar Peranan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung

1.4.Kegunaan Penelitian

Dari penelitian yang di laksanakan penulis, maka di harapkan hasil dari penelitian ini dapat berguna:

1.4.1. Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis/akademis terkait dengan kontribusi tertentu dari penyelenggaraan penelitian terhadap perkembangan teori dan ilmu pengetahuan serta dunia akademis.

a. Bagi Penulis : Hasil penelitian ini dapat bermanfaat dan selain itu dapat menambah pengetahuan, juga memperoleh gambaran langsung bagaimana pengaruh penerimaan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung.
b. Bagi Dinas Pendapatan Daerah: Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan dalam mengambil langkah-langkah dalam upaya meningkatkan Pendapatan Asli Daerah dan menunjang efisiensi dan efektifitas dalam kegiatan pengelolaan serta pendapatan Pajak Reklame .
c. Bagi Peneliti yang akan datang : Memberikan informasi kepada peneliti selanjutnya tentang peranan Pajak Rekalme dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah untuk mengkaji lebih lanjut.

d. Bagi Universitas : Penelitian ini di harapkan dapat di gunakan sebagi bahan referensi bagi penelitian selajutnya dan sebagai pengembangan ilmu pengetahuan tentang peranan Pajak Reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah.

1.4.2. Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis/fragmatis berkaitan dengan kontribusi praktis yang di berikan dari penyelenggara penelitian terhadap obyek penelitian, baik individu, kelompok, maupun organisasi**.**

a. Bagi penulis : Hasil penelitian ini di harapkan dapat menambah wawasan bagi penulis tentang pajak reklame dan pendapatan asli daerah dan di harapkan dapat menambah pengalaman.
b. Bagi Dinas Pendapatan Daerah: Hasil penelitian ini di harapkan menjadi masukan serta menjadi bahan pengembangan bagi pihak Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung sebagai sumber informasi dan merumuskan strategi untuk meningkatkan pendapatan daerah khususnya Pajak Reklame.
c. Bagi Peneliti yang akan datang: Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan bahan pengembangan bagi pihak yang akan datang untuk dapat mengkajinya lebih lanjut.
d. Bagi Universitas : penelitian ini di harapkan dapat di gunakan sebagai bahan pengembangan ilmu pengetahuan dan pengajaran bagi mahasiswa.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1. Kajian Pustaka

2.1.1. Pengertian Akuntansi

Menurut Wild & Kwok dalam Sukrisno Agoes (2014:1) mendefiniskan akuntansi sebagai berikut "Akuntansi adalah sistem informasi yang menghasilkan laporan kepada pihak-pihak yang berkepentingan mengenai aktivitas ekonomi dan kondisi perusahaan."

Menurut American Institute of Ceritified Public Accountant (AICPA) "Akuntansi adalah seni pencatatan, penggolongan, dan peringkasan dengan cara yang signifikan dan dinyatakan dalam nilai uang atas transaksi dan peristiwa yang setidaknya berkarakter keuangan dan menafsirkan hasilnya."

Menurut Kieso dan Weygant dalam buku Winwin Yadiati (2007:2) menyatakan "Akuntansi adalah suatu sistem informasi yang mengidentifikasi, mencatat dan mengomunikasikan kejadian ekonomi dari suatu organisasi kepada pihak yang berkepentingan."

Dari definisi di atas, dapat di simpulkan bahwa akuntansi adalah sistem informasi yang mengidentifikasi, mencatat dan mengomunikasikan kejadian ekonomi yang dilaporan kepada pihak-pihak yang berkepentingan.

2.1.1.1.Pengertian Akutansi Perpajakan

Menurut Sukrisno Agoes (2014:10) menjelaskan akuntansi pajak sebagai berikut:

> "Akuntansi yang diterapkan sesuai dengan peraturan perpajakan disebut akuntansi pajak. Akuntansi pajak merupakan bagian dari akuntansi komersial yang diatur dalam Standar Akuntansi Keuangan (SAK). Akuntansi pajak hanya digunakan untuk mencatat transaksi yang berhubugan dengan perpajakan. Dengan adanya akuntansi pajak WP dapat dengan lebih mudah menyusun SPT. Sedangkan akuntansi komersial disusun dan disajikan berdasarkan SAK. Namun, untuk kepentingan perpajakan, akuntansi komersial harus disesuaikan dengan aturan perpajakan yang berlaku di Indonesia.

Adapun Akuntansi Pajak menurut Waluyo (2014:35) adalah sebagai berikut:

> "Dalam menetapkan besarnya pajak terhutang tetap mendasarkan laporan keuangan yang disusun oleh perusahaan, mengingat tentang perundang-undangan perpajakan terdapat aturan-aturan khusus yang berkaitan dengan akuntansi, yaitu masalah konsep transaksi dan peristiwa keuangan, metode pengukurannya, serta pelaporan yang ditetapkan dengan undang-undang."

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa akuntansi pajak adalah pencatatan transaksi yang hanya berhubungan dengan pajak, berdasarkan undang-undang perpajakan terdapat aturan-aturan khusus yang berkaitan dengan akuntansi, yaitu masalah konsep transaksi, peristiwa keuangan, metode pengukuran, serta pelaporan yang telah ditetapkan oleh undang-undang.

2.1.1.2.Konsep Dasar Akuntansi Perpajakan

Menurut Sukrisno Agoes (2014:11) konsep dasar akuntansi perpajakan sebagai berikut:

> "Konsep dasar akuntansi perpajakan adalah sebagai berikut:

1. Pengukuran dalam Mata Uang, satuan mata uang adalah pengukuran yang sangat penting dalam dunia usaha.
2. Kesatuan Akuntansi, suatu usaha dinyatakan terpisah dari pemiliknya apabila transaksi yang terjadi dengan pemiliknya.
3. Konsep Kesinambungan, dalam konsep diatur bahwa tujuan pendirian suatu perusahaan adalah untuk berkembang dan mempunyai kelangsungan hidup seterusnya.
4. Konsep Nilai Historis, transaksi bisnis yang dicatat berdasarkan harga pada saat terjadi transaksi tersebut.
5. Periode Akuntansi, periode akuntansi tersebut sesuai dengan konsep kesinambungan dimana hal ini mengacu pada Pasal 28 Ayat 6 UU KUP Nomor 16 Tahun 2009.
6. Konsep Taat Asas, dalam konsep ini penggunaan metode akuntansi dari satu period eke periode berikutnya haruslah sama.
7. Konsep Materialitas, konsep ini diatur dalam Pasal 9 Ayat 2 UU PPh Nomor 36 Tahun 2008.
8. Konsep Konveretism, dalam konsep ini penghasilan hanya diakui melalui transksi, tapi sebaliknya kerugian dapat dicatat walaupun belum terjadi.
9. Konsep Realisasi, menurut konsep ini penghasilan hanya dilaporkan apabila telah terjadi transaksi penjualan.
10. Konsep mempertemukan Biaya dan Penghasilan, laba neto diukur dengan perbedaan antara pengghasilan dan beban pada periode yang sama."

2.1.1.3.Peran Akuntansi Dalam Perpajakan Indonesia

Peran Akuntansi dalam Perpajakan Indonesia menurut Waluyo (2014:24) adalah sebagai berikut:

> "Sejak reformasi undang-undang perpajakan tahun 1983, babak baru perpajakan Indonesia ditansai dengan asas perpajakan berikut:
>
> 1. Asas kegotongroyongan nasional terhadap kewajiban kenegaraan, termasuk membayar pajak.
> 2. Asas Keadilan, dalam pemungutan pajak kewenangan yang dominan tidak lagi diberikan kepada aparat pajak untuk menentukan jumlah pajak yang harus dibayar.
> 3. Asas Kepastian Hukum, Wajib Pajak diberikan ketentuan yang sederhana dan mudah dimengerti serta pelaksanaan administrasi pemungutan pajaknya tidak birokratis."

2.1.2. Pajak

2.1.2.1.Pengertian Pajak

Definisi pajak menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007 (KUP-2007) pasal 1 ayat 1 yaitu:

> "Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat".

Dari pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pajak adalah suatu kontribusi wajib yang harus dibayarkan oleh wajib pajak sebagai salah satu kewajiban yang bersifat memaksa dan tidak ada timbal balik secara langsung berdasarkan undang-undang yang telah ditetapkan.

Pengertian pajak menurut S. I. Djajadiningrat dalam buku Siti Resmi (2017), menyatakan bahwa:

> "Pajak sebagai suatu kewajiban untuk menyerahkan sebagian dari kekayaan ke kas Negara yang disebabkan suatu keadaan, kejadian, dan perbuatan yang memberikan kedudukan tertentu, tetapi bukan sebagai hukuman, menurut peraturan yang ditetapkan pemerintah serta dapat dipaksakan, tetapi tidak ada jasa timbal balik dari negara secara langsung untuk memelihara negara secara umum".

Sedangkan menurut Prof. Dr. Rochmat Soemitro, S.H dalam Mardiasmo, (2016:1) yaitu:

> "Pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) serta tidak mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum".

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pajak adalah iuran yang rakyat kepada Negara berdasarkan Undang-undang serta peraturan pelaksanaannya, wajib pajak tidak menerima secara langsung adanya imbalan (kontra prestasi) individual oleh pemerintah, pemungutan pajak digunakan untuk keperluan pembiayaan umum pemerintah dalam rangka menjalan fungsi pemerintahan yang dapat memberikan manfaat bagi masyarakat luas.

2.1.2.2.Fungsi Pajak

Fungsi dari pajak adalah sebagai sumber pendapatan negara yang digunakan untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran negara yang bertujuan untuk mensejahterakan dan memakmurkan rakyat secara umum. Waluyo (2011:6), mengemukakan bahwa

"Terdapat dua fungsi pajak adalah sebagai berikut:

1. Fungsi Penerimaan (*Budgeter*)
   Pajak berfungsi sebagai sumber dana yang diperuntukan bagi pembiayaan pengeluaran-pengeluaran pemerintah. Sebagai contoh: dimasukannya pajak dalam APBN sebagai penerimaan dalam negeri.
2. Fungsi Mengatur (*Regular*)
   Pajak berfungsi sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan di bidang social dan ekonomi. Sebagai contoh: dikenakannya pajak yang lebih tinggi terhdap minuman keras, dapat ditekan. Demikian pula terhadap barang mewah."

2.1.2.3.Ciri-ciri Pajak

Siti Resmi (2017:2) mengemukakan bahwa:

"Terdapat ciri-ciri yang melekat pada definisi pajak adalah sebagai berikut:

1. Pajak dipungut berdasarkan atau dengan kekuatan undang-undang serta aturan pelaksanaanya.
2. Dalam pembayaran pajak tidak dapat ditunjukkan adanya kontraprestasi individual oleh pemerintah.

3. Pajak dipungut oleh negara, baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah.
4. Pajak diperuntukan bagi pengeluaran-pengeluaran pemerintah, yang bila dari pemasukannya masih terdapat surplus, digunakan untuk membiayai *public investment*."

2.1.2.4. Asas-asas Pemungutan Pajak

Asas-asas pemungutan pajak sebagai mana dikemukakan oleh Adam Smith dalam buku Waluyo (2013:13) menyatakan bahwa:

" Pemungutan pajak hendaknya didasarkan pada asas-asas berikut:

1. *Equality*
   Pemungutan pajak harus bersifat adil dan merata, yaitu pajak dikenakan kepada orang pribadi yang harus sebanding dengan kemampuan membayar pajak (*ability to pay*) dan sesuai dengan manfaat yang diterima.
2. *Certaint*
   Penetapan pajak tidak ditentukan sewenang-wenang. Oleh karena itu, Wajib Pajak harus mengetahui secara jelas dan pasti besarnya pajak yang terutang.
3. *Convenience*
   Kapan Wajin Pajak itu harus membayar pajak sebaiknya sesuai dengan saat-saat uang tidak menyulitkan Wajib Pajak.
4. *Economy*
   Secara ekonomi bahwa biaya pemungutan dan biaya pemenuhan Kewajiban pajak bagi Wajib Pajak diharapkan seminim mungkin, demikian pula yang ditanggung Wajib Pajak."

2.1.2.5. Jenis Pajak

Menurut Siti Resmi (2017:7) terdapat berbagai jenis pajak, yaitu

"Jenis pajak dikelompokkan menjadi tiga, yaitu:

1. Menurut Golongan
   a. Pajak Langsung, pajak yang harus dipikul atau ditanggung sendiri oleh Wajib Pajak dan tidak dapat dilimpahkan atau dibebankan kepada orang lain atau pihak lain, pajak harus menjadi beban Wajib Pajak yang bersangkutan.
   b. Pajak Tidak Langsung, pajak pada akhirnya dapat dibebankan atau dilimpahkan kepada orang lain atau pihak ketiga.
2. Menurut Sifat

a. Pajak Subjektif, pajak yang pengenaannya memperhatikan keadaan pribadi Wajib Pajak atau pengenaan pajak yang memperhatikan keadaan subjeknya.
b. Pajak Objektif, pajak yang pengenaannya memperhatikan objeknya, baik berupa benda, keadaan, perbuatan, maupun peristiwa yang mengakibatkan timbulnya kewajiban membayar pajak, tanpa memperhatikan keadaanpribadi Subjek Pajak (Wajib Pajak) dan tempat tinggal.

3. Menurut Lembaga Pemungut
   a. Pajak Negara, pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat dan digunakan untuk membiayai rumah tangga negara pada umumnya.
   b. Pajak Daerah, Pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah, bail daereah tingkat I (Pajak Provinsi) maupun daerah tingkat II (Pajak Kabupaten/Kota), dan digunakan untuk membiayai rumah tangga daerah masing-masing".

2.1.2.6.Tata Cara Pemungutan Pajak

Tata cara pemungutan pajak menurut Siti Resmi (2017:8).

"Tata cara pemungutan pajak terdiri dari :

1. Stelsel Pajak
   a. Stelsel Riil
      Pengenaan pajak didasarkan pada objek yang sesungguhnya terjadi (untuk PPh, objeknya adalah penghasilan). Pemungutan pajaknya baru dapat dilakukan pada akhir tahun pajak, setelah semua penghasilan yang sesungguhnya dalam suatu tahun pajak diketahui.
   b. Stelsel Fiktif
      Pengenaan pajak didasarkan pada suatu anggaran yang diatur oleh undang-undang. Misalnya penghasilan suatu tahun dianggap sama dengan penghasilan tahun sebelumnya sehingga pajak yang terutang pada suatu tahun juga dianggap sama dengan pajak yang terutang pada tahun sebelumnya.
   c. Stelsel Campuran
      Pengenaan pajak didasarkan pada kombinasi antara stelsel riil dan stelsel fiktif. Pada awal tahun, besarnya pajak dihitung berdasarkan suatu anggapan, kemudian akhir tahun, besarnya pajak dihitung berdasarkan keadaan yang sesungguhnya.
2. Asas Pemungutan Pajak
   a. Asas Domisili
      Negara berhak mengenakan pajak atas seluruh penghasilan Wajib Pajak yang bertempat tinggal di wilayahnya, baik penghasilan yang berasal dari dalam maupun luar negeri. Asas ini berlaku untuk Wajib Pajak dalam negeri.
   b. Asas Sumber

Negara berhak mengenakan pajak atas penghasilan yang bersumber di wilayahnya tanpa memperhatikan tempat tinggal Wajib Pajak. Setiap orang yang mendapatkan penghasilan dari Indonesia dikenakan pajak.

c. Asas Pemungutan Pajak
Pengenaan pajak dihubungkan dengan kebangsaan suatu negara. Misalnya, pajak bangsa asing di Indonesia dikenakan atas setiap orang asing yang bukan berkebangsaan Indonesia, tetapi bertempat tinggal di Indonesia.

3. Sistem Pemungutan Pajak
   a. *Official Assessment System*
   Sistem pemungutan pajak yang memberi kewenangan aparatur perpajakan untuk menentukan sendiri jumlah pajak yang terutang setiap tahunnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku.
   b. *Self Assessment System*
   Sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang Wajib Pajak dalam menentukan sendiri jumlah pajak yang terutang setiap tahunnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan yan berlaku. Wajib Pajak diberi kepercayaan untuk:
      1) Menghitung sendiri pajak yang terutang
      2) Memperhitungkan sendiri pajak yang terutang
      3) Membayar sendiri jumlah pajak yang terutang
      4) Melaporkan sendiri jumlah pajak yang terutang, dan
      5) Mempertanggung jawabkan pajak yang terutang.
   c. *With Holding System*
   Sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pihak ketiga yang ditunjuk untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh Wajib Pajak. Berhasil atau tidaknya pelaksanaan pemungutan pajak banyak tergantung pada pihak ketiga yang ditunjuk, peranan dominan ada pada pihak ketiga."

2.1.3. Pajak Daerah

2.1.3.1.Definisi Pajak Daerah

Pajak Daerah terdiri dari berbagai jenis pajak yang terkait dengan berbagai sendi kehidupan masyarakat.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 1 angka 10 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, definsi Pajak Daerah adalah sebagai berikut:

> "Pajak Daerah, yang selanjutnya di sebut pajak, adalah kontribusi wajib kepada Daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan Daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat".

Mardiasmo, (2011:12) menyatakan bahwa definisi Pajak Daerah adalah sebagai berikut;

> "Pajak Daerah adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat."

Sedangkan Pajak Daerah menurut Erly Suandy (2011:229) menyatakan bahwa:

> "Pajak Daerah adalah iuran yang wajib dilakukan oleh orang pribadi atau badan kepada daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah."

Dari definisi diatas penulis mengambil satu kesimpulan mengenai pengertian Pajak Daerah, bahwa Pajak Daerah adalah iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan kepada daerah yang di kelola oleh pemerintah daerah yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah untuk kemakmuran rakyat.

2.1.3.2.Dasar Hukum Pemungutan Pajak Daerah

Dasar pemungutan Pajak Daerah adalah sebagai berikut:

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 yang merupakan perubahan atas Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
2. Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 06 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 20 Tahun 2011 tentang Pajak Daerah.
3. Keputusan Wali Kota Bandung Nomor : 973/Kep. 459-BPPD/2017 tentang Penetapan Penerima dan Cara Perhitungan Besaran Intensif Pemungutan Pajak Daerah

2.1.3.3.Jenis-jenis Pajak Daerah

Sesuai UU No. 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, berikut jenis-jenis Pajak Daerah:

"Jenis pajak terdiri dari :

- Pajak Provinsi terdiri atas:
  a. Pajak Kendaraan Bermotor;
  b. Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor;
  c. Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor;
  d. Pajak Air Permukaan; dan
  e. Pajak Rokok.
- Jenis Pajak Kabupaten/Kota terdiri atas:
  a. Pajak Hotel;
  b. Pajak Hiburan;
  c. Pajak Restoran;
  d. Pajak Reklame;
  e. Pajak Penerangan Jalan;
  f. Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan;
  g. Pajak Parkir;
  h. Pajak Air Tanah;
  i. Pajak Sarang Burung Walet;
  j. Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan; dan
  k. Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan".

2.1.4. Pajak Reklame

2.1.4.1.Pengertian Pajak Reklame

Pajak Reklame berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah Pasal 1 angka 26, yaitu: "Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame".

Reklame berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah Pasal 1 angka 27, yaitu:

> "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".

Pengertian Pajak Reklame menurut Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 02 Tahun 2010 tentang pajak Reklame, yaitu: "Pajak Reklame yang selanjutnya disebut pajak adalah pajak atas penyelenggaraan reklame".

2.1.4.2.Objek Pajak Reklame

2.1.4.2.1. Objek Pajak Reklame

Objek Pajak Reklame adalah semua penyelenggaran reklame. Menurut Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 02 Tahun 2010 Tentang Pajak Reklame, yaitu:

> "Objek pajak reklame meliputi:
>
> a. Reklame papan atau *billboard*
> Adalah reklame yang terbuat dari papan kayu, *colibrite, vynil*, termasuk seng atau bahan lain yang sejenis, dipasang atau digantungkan termasuk yang digambar pada bangunan, halaman, di bahu jalan/berm, median jalan, bando jalan, jembatan penyebrangan

orang (JPO) dan titik lokasi yang sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan Walikota.

b. Reklame *Megatron*, *Videotron* dan *Light Emitting Diode* (LED)
   Adalah reklame yang menggunakan layar monitor besar berupa program
   reklame atau iklan bersinar dengan gambar dan/atau tulisan berwarna yang dapat diubah-ubah, terprogram dan difungsikan dengan tenaga listrik.
c. Reklame layar
   Adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain, termasuk kertas, plastik, karet, atau bahan lain yang sejenis dengan itu, seperti bandir, umbul-umbul dan spanduk.
d. Reklame Melekat (*Sticker*)
   Adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebarkan, diberikan atau dapat diminta ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda.
e. Reklame selebaran
   Adalah Reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebarkan, diberikan atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda lain.
f. Rekalme berjalan termasuk pada kendaraan
   Adalah Reklame yang ditempelkan pada kendaraan.
g. Reklame udara
   Adalah reklame yang diselenggarakan diudara dengan menggunakan gas, pesawat terbang atau alat lain yang sejenis.
h. Reklame film/slide.
   Adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara menggunakan klise berupa kaca atau film, atau bahan-bahan lain yang diproyeksikan dan/atau diperagakan pada layar atau benda lain atau dipancarkan dan/atau diperagakan melalui pesawat televisi.
i. Reklame Teks Berjalan (*Running Text*)
   Adalah jenis reklame yang menayangkan naskah dan diatur secara elektronik.
j. Reklame *Neon Box*
   Adalah jenis reklame yang diselenggarakan menggunakan kontruksi tertentu yang menggunakan lampu penerangan didalamnya dan memiliki rancangan atau design khusus dengan mengedepankan aspek estetika serta terintegrasi dengan lingkungannya sebagai accesories kota.
k. Reklame Grafiti (*Graffiti*)
   Adalah reklame yang berupa tulisan atau gambar atau lukisan yang dibuat pada dinding bangunan.”

2.1.4.2.2. Bukan Objek Pajak Reklame

Tidak termasuk objek Pajak Reklame menurut Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 02 Tahun 2010 tentang Pajak Reklame, adalah sebagai berikut:

> "Tidak termasuk sebagai obyek pajak adalah
> a. Penyelenggaraan reklame melalui internet, televise, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan, dan sejenisnya.
> b. Label/merk yang melekat pada barang yang diperdagangkan, yang berfungsi untuk membedakan dari produk sejenis lainnya.
> c. Nama pengenal usaha atau profesi yang dipasang melekat pada bangunan tempat usaha atau profesi diselenggarakan sesuai dengan ketentuan yang mengatur nama pengenal usaha atau profesi tersebut, dan
> d. Reklame yang diselenggarakan oleh Pemerintah dan Pemerintah Daerah."

2.1.4.3.Subjek dan Wajib Pajak

Subjek pajak berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 02 Tahun 2010 tentang Pajak Reklame, "Subjek pajak adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan atau melakukan pemesanan reklame. Wajib Pajak adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame."

2.1.4.4.Dasar Pengenaan, Tarif, dan Tata Cara Perhitungan Pajak

Menurut Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 02 Tahun 2010 tentang Pajak Reklame, "Dasar pengenaan pajak reklame adalah nilai sewa reklame." Nilai Sewa Reklame (NSR) didasarkan atas Nilai Jual Objek Reklame (NJOR) dan Nilai Strategi Pemasangan Reklame (NSPR), dengan rumus berikut:

NSR = NJOR + NSPR

Penjelasan :

- NSR : di dalam ruangan (*indoor*) dihitung sebesar 75% dari Nilai Sewa Reklame di luar ruangan (*outdoor*)
- Nilai Jual Obyek Reklame (NJOR) adalah merupakan keseluruhan pembayaran/pengeluaran biaya-biaya yang dikeluarkan oleh pemilik dan/atau penyelenggaraan reklame termasuk dalam hal ini adalah biaya/harga beli bahan reklame, konstruksi, instalasi listrik, pembayaran/ongkos perakitan, pemancaran, peragaan, penayangan, pengecatan, pemasangan dan transportatsi pengangkutan dan lain sebagainya sampai dengan bangunan reklame selesai, dipancarkan, diperagakan, ditanyakan, dan/atau terpasang ditempat yang telah diizinkan.perhitungan NJOR :

  NJOR= (Ukuran Reklame x Harga Dasar Ukuran Reklame) + (Ketinggian Reklame x Harga Dasar Ketinggian Reklame)

- Nialai Strategi Pemasangan Reklame (NSPR) adalah ukuran nilai yang ditetapkan pada titik lokasi pemasangan reklame berdasarkan kriteria kepadatan pemanfaatan tata ruang kota untuk berbagai aspek kegiatan. Perhitungan nilai strategis didasarkan pada besarnya ukuran reklame, dengan indikator: Nilai fungsi ruang (NFR), Nilai sudut pandang (NSP), Nilai fungsi jalan (NFJ).

  NSPR : (NFR + NSP+ NFJ) x Harga Dasar NSPR

  Tarif pajak yang ditetapkan sebesar 25% (dua puluh lima persen). Besarannya pokok Pajak Reklame yang terutang dihitung dengan cara mengalikan tarif pajak dengan dasar pengenaan pajak.

Pajak Terutang =Tarif Pajak x Dasar Pengenaan Pajak

= Tarif Pajak x Nilai Sewa Reklame

2.1.4.5.Dasar Hukum Pajak Reklame

1. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
2. Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 02 Tahun 2010 tentang Pajak Reklame.
3. Peraturan Wali Kota Bandung Nomor 239 Tahun 2017 tentang Tata Cara Pemungutan Pajak Reklame.

2.1.5. Pendapatan Asli Daerah

2.1.5.1.Pengertian Pendapatan Asli Daerah

Pendapatan Asli Daerah merupakan suatu pendapatan yang menunjukkan suatu kemampuan daerah menghimpun sumber-sumber dana untuk membiayai kegiatan rutin maupun pembangunan. Dalam pengertian lain Pendapatan Asli Daerah dapat dikatakan sebagai pendapatn rutin dari usaha-usaha pemerintah daerah dalam memanfaatkan potensi sumber keuangan daerahnya untuk membiayai kegiatan daerah dan tanggung jawabnya.

Pendapatan Asli Daerah menurut UU No.23 Tahun 2014 merupakan "Pendapatan Daerah yang bersumber dari hasil pajak daerah, hasil retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah". Tujuannya untuk memberikan keluasan kepada daerah dalam menggali pendanaan dalam pelaksanaan otonomi daerah sebagai mewujudkan asas desentralisasi. Menurut Undang-Undang Republik

Indonesia Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah, "Pendapatan Asli Daerah bertujuan memberikan kewenangan kepada pemerintah Daerah untuk mendanai pelaksanaan otonomi daerah sesuai dengan potensi Daerah sebagai perwujudan Desentralisasi."

Menurut Abdul Halim (2012:101) Mendefinisikan bahwa "Pendapatan Asli Daerah merupakan semua penerimaan daerah yang berasal dari sumber ekonomi asli daerah."

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa Pendapatan Asli Daerah merupakan salah satu sumber pembiayaan daereah yang utama dalam rangka pelaksanaan desentralisasi yang dipungut sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

2.1.5.2.Sumber-sumber Pendapatan Asli Daerah

Pendapatan asli daerah menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah pasal 285,bersumber dari:

"Penerimaan daerah dalam pelaksanaan desentralisasi terdiri atas:

1. Sumber Pendapatan Daerah teridir atas:
    a. Pendapatan Asli Daerah meliputi:
        1. Pajak daerah,
        2. Retribusi daerah,
        3. Hasil pengelolaan kekayaan Daerah yang dipisahkan; dan
        4. Lain-lain pendapatan asli Daerah yang sah.
    b. Pendapatan Transfer, dan
    c. Lain-lain pendapatan daerah yang sah.
2. Pendapatan transfer sebagai mana di maksud diatas meliputi:
    a. Transfer Pemerintah Pusat terdiri atas

1. Dana perimbangan,
2. Dana otonomi khusus,
3. Dana keistimewaan,
4. Dana desa.

b. Transfer antar-Daerah terdiri atas:
1. Pendapatan bagi hasil, dan
2. Bantuan keuangan.”

Pendapatan Asli Daerah ditingkatkan dengan mengadakan pengukuran sumber-sumber pendapatan asli daerah. Menurut Suparmoko (2002: 57-58):

“Beberapa indikator yang biasa digunakan untuk menilai pajak dan retribusi daerah, yaitu:

1. Hasil (Yeild)
   Memadai tidaknya hasil suatu pajak/retribusi dalam kaitannya dengan berbagai layanan yang dibiayainya; stabilitas dan mudah tidaknya memperkirakan besarnya hasil pajak/retribusi tersebut; perbandingan hasil pajak/retribusi dengan biaya pungut, dan elastisatas hasil pajak/retribusi terhadap inflasi, pertambahan penduduk, pertambahan pendapatan dan sebagainya.
2. Keadilan (Equity)
   Dalam hal ini dasar pajak/retribusi dan kewajiban membayarnya harus jelas dan tidak sewenang-wenang; pajak harus adil secara horizontal, artinya beban pajak/retribusiharus sama antara berbagai kelompokyang berbeda tetapi dengan kedudukan ekonomi yang sama; adil secara vertikal, artinya beban pajak harus lebih banyak ditanggung oleh kelompok yang memiliki sumber daya yang lebih besar, dan pajak haruslah adil dari suatu daerah ke daerah lain, kecuali memang suatu daerah mampu memberikan fasilitas pelayanan sosial yang lebih tinggi.
3. Efisiensi Ekonomi (Economic Efficiency)
   Pajak/retribusi daerah hendaknya mendorong atau setidak-tidaknya menghambat penggunaan sumber daya efisien dan efektif dalam kehidupan ekonomi; mencegah jangan sampai pilihan konsumen dan pilihan produsen menjadi salah arah atau orang menjadi segan bekerja atau menabung dan memperkecil “beban lebih” pajak/retribusi.
4. Kemampuan Melaksanakan (Ability to Implement)
   Dalam hal ini suatu pajak/retribusi haruslah dapat dilaksanakan, baik dari aspek politik maupun administratif.
5. Kecocokan Sebagai Sumber Penerimaan Daerah (Suitstability as Local Revenue Source)
   Hal ini berarti, haruslah jelas kepada daerah mana suatu pajak harus dibayarkan, dan tempat memungut pajak sedapat mungkin sama dengan tempat akhir pajak; pajak tidak mudah dihindari, dengan cara memindahkan obyek pajak dari suatu daerah ke daerah lain; pajak daerah masing-masing; dan pajak hendaknya jangan mempertajam perbedaan-perbedaan antara daerah dari segi potensi ekonomi masing-

> masing; dan pajak hendaknya tidak menimbulkan beban yang lebih besar dari kemampuan tata usaha pajak daerah.”

Dengan kewenangan yang dimiliki suatu daerah untuk mengelola keuangan melalui desentralisasi fiskal perlu dilakukan reformasi manajemen keuangan daerah yang meliputi manajemen penerimaan dan manejemen pengeluaran daerah. Aspek utama manajemen penerimaan daerah yang perlu mendapat perhatian adalah pendapatan asli daerah, karena sumber-sumber penrimaan pendapatan asli daerah merupakan sumber penerimaan yang berasal dari potensi daerah yang secara langsung dikelola oleh Pemerintah Daerah itu sendiri.

Berkaitan dengan upaya peningkatan penerimaan penerimaan pendapatan asli daerahini fenomena yang terjadi di daerah adalah upaya maksimisasi dan bukannya optimisasi pendapatan asli daerah. Pemahaman seperti itu sebenarnya kurang tepat, harus dipahami bahwa otonomi daerah tidak berarti eksploitasi daerah untuk meningkatkan pendapatan asli daerah setinggi-tingginya. Maksimisasi pendapatan asli daerah akan terimplikasi pada peningkatan pungutan pajak dan retribusi daerah, karena penyumbang terbesar pendapatanasli daerah adalah dua komponen tersebut.

2.1.5.3.Peranan Pendapatan Asli Daerah

Desentralisasi pemerintah mengakibatkan demerintah daerah harus berupaya untuk menggali lebih luas, mengelola dan menggunakan sumber daya alam serta potensi-potensi lain yang terdapat di daerahnya sendiri, hal ini dilakukan untuk memperoleh pendapatan guna membiayai pengeluaran-

pengeluaran umum rumah tangga daereah tersebut. Salah satu sumber Pendapatan Daerah berasal dari Pendapatan Asli Daerah.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah pasal 3 “Pendapatan Asli Daerah bertujuan memberikan kewenangan kepada Pemerintah Daerah untuk mendanai pelaksanaan otonomi daerah sesuai dengan potensi daerah sebagai perwujudan Desentralisasi”.

2.1.5.4.Dasar Hukum Pendapatan Asli Daerah

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah.
2. Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 07 Tahun 2003 Tentang Biaya Pemungutan Pendapatan Asli Daerah

2.2. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Sri Watini (2010:199)	Pengaruh Pemungutan Pajak Reklame terhadap Penerimaan Pajak Daerah Kota Bandung	Variabel Independen: Pajak Reklame Variabel Dependen: Penerimaan Pajak Daerah	Pemungutan pajak reklame tidak berpengaruh terhadap penerimaan pajak daerah kota Bandung dan antara pemungutan pajak reklame dan penerimaan pajak daerah kota Bnaudng memiliki hubungan yang sangat lemah dan positif atau searah.
2	Vina (2013:1)	Pengaruh Penerimaan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Banyuasin	Variabel Independen: Pajak Reklame Variabel Dependen: Pendapatan Asli Daerah	Penerimaan pajak reklame mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan asli daerah kabupaten Banyuasin
3	Tamita Kusumah Dewi (2014:87)	Analisis Penerimaan Pajak Reklame Kabupaten Bandung	Variabel Independen: Penerimaan Pajak Variabel Dependen: Pajak Reklame	Potensi pajak reklame sangat potensial. Target penerimaan pajak reklame yang ditetapkan pemerintah Kabupaten Bandung selalu meningkat dari tahun ke tahun dan realisasinya tiap tahun mengalami peningkatan.
4	Rizki Indrawan (2014:184)	Pengaruh Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah (Studi kasus terhadap Dinas Pendapatan Daerah Kota Bandung)	Variabel Independen: Pajak Reklame Variabel Dependen: Penerimaan Pajak Daerah	Kontribusi pajak reklame tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan asli daerah kota Bandung. Besarnya pengaruh kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah adalah sebesar 4,2 % sementara sisanya sebesar 95,8% dippengaruhi oleh pajak lainnya.

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa dari ke empat penelitian yang dilakukan sebelumnya, terkait dengan penelitian ini yaitu membahas tentang Pajak Reklame dan Pendapatan Asli Daerah. Tema pada penellitian sebelumnya tidak ada yang sama dengan tema yang diambil oleh peneliti yaitu tentang Peranan Pajak Reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah.

2.3. Kerangka Pemikiran

Negara Indonesia adalah Negara yang berkembang, dan tujuan Negara Indoenisa adalah mewujudkan masyarakat adil dan makmur. Masyarakat adil dan makmur dapat dicapai dengan pembangunan nasional yang berkesinambungan, sumber pendapatan Negara untuk membiayai pembangunan tersebutbersumber dari pajak, impor, dan bantuan.

"Pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) serta tidak mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum."(Prof. Dr. Rochmat Soemitro, S.H dalam Mardiasmo, 2016)

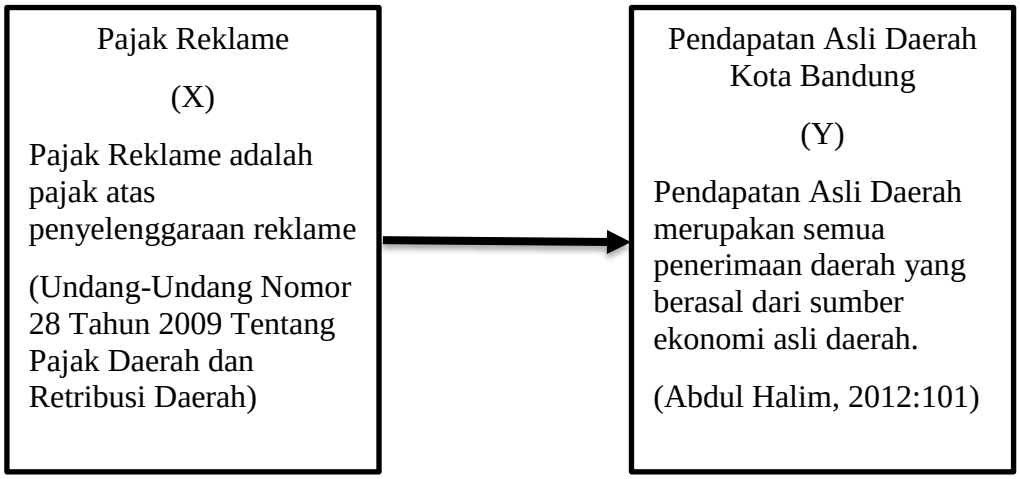
Pajak Daerah Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 ,Pajak Daerah adalah kontribusi wajib kepada Daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan Daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Pajak Daerah merupakan aset pemerintah daerah yang digunakan untuk membiayai penyelenggaran pemerintah daerah dan pembangunan daerah. Melalui Dinas Pendapatan Daerah Kota Bandung dilakukan usaha-usaha dalam meningkatkan penerimaan Pajak Reklame secara optimal. Potensi Pajak Reklame di Kota Bandung sangat potensial mengingat pesatnya pertumbuhan bisnis dan maraknya event-event yang diselenggarakan di Kota Bandung.

Pajak Reklame adalah salah satu sumber penerimaan daerah yang cukup potensial, sehingga pemerintah daerah perlu melakukan optimalisasi. Adapun pengertian Pajak Reklame berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah Pasal 1 angka 26, yaitu: "Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame". Pajak Reklame merupakan Pajak Daerah yang pengelolaannya dan penerimaannya diserahkan kepada pemerintah daerah Kabupaten atau Kota sehingga pemerintah daerah yang bersangkutan dapat memanfaatkan hasil penerimaan pajak tersebut untuk membiayai pembangunan daerahnya masing-masing.

Pendapatan daerah bersumber dari Pendapatan Asli Daerah, dana perimbangan dan lain-lain pendapatan yang sah. Jadi untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah, pemerintah daerah harus meningkatkan sumber-sumber dari Pendapatan Asli Daerah. Pajak reklame adalah komponen dari Pajak Daerah. Dengan demikian, Pajak Reklame merupakan kompenen yang berkontribusi terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung.

Penelitian ini menguji Peranan Pajak Reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen yang digunakan adalah Pajak Reklame dan variabel devendennya adalah Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung. Berikut merupakan kerangka pemikiran mengenai Peranan Pajak Reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung :



Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran

2.4. Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini Pajak Reklame memiliki peranan dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Metode Yang Digunakan

Menurut Sugiyono (2017:2) yang dimaksud dengan metode penelitian adalah sebagai berikut "Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu".

Berdasarkan pengertian di atas metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk untuk menggambarkan dan mengungkapkan suatu masalah, keadaan, peristiwa, sebagaimana adanya atau mengungkap fakta secara lebih mendalam mengenai peran Pajak Reklame terhadap pendapatan asli daerah Kota Bandung.

Menurut Sugiyono (2017:8) penelitian kuantitatif adalah:

> "Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantutatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan".

Pendekatan deskriptif menurut Sugiyono (2017:35) adalah:

> "Metode penelitian deskriptif ini dilakukan untuk mengetahui keberadaan variable mandiri, baik hanya pada sat variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri atau variabel bebas) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain".

Metode deskriptif ini merupakan metode yang bertujuan untuk mengetahui sifat serta hubungan yang lebih mendalam antara dua variabel dengan cara mengamati aspek-aspek tertentu secara lebih spesifik untuk

memperoleh data yang sesuai dengan masalah yang ada dengan tujuan penelitian, dimana data tersebut diolah, dianalisis, dan diproses lebih lanjut dengan dasar teori-teori yang telah di pelajari sehingga data tersebut dapat ditarik sebuah kesimpulan.

Dalam penelitian ini analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui bagaimana peranan Pajak Reklame pada Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung selama 5 tahun dari tahun 2013-2017.

3.2. Operasionalisasi Variabel

Berdasarkan judul penelitian "Peranan Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (Survey Pada Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung)". Operasionalisasi Variabel yang mempengaruhi (independen variabel) dan variabel yang dipengaruhi (dependent variabel).

3.2.1. Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2017:39) variabel adalah: "Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". Dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah Pajak Reklame.

Pajak Reklame berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah Pasal 1 angka 26, yaitu: "Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame".

3.2.2. Variable Dependen

Menurut Sugiyono (2017:39) variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Pendapatan Asli Daerah.

Pendapatan Asli Daerah menurut UU No.23 Tahun 2014 Merupakan "Pendapatan Daerah yang bersumber dari hasil pajak daerah, hasil retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah". Penjelasan tentang variabel dan definisi operasional variabel akan dijelaskan pada tabel 3.1

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Konsep	Dimensi	Indikator	Skala rasio
Pajak Reklame (X)	Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Sedangkan reklame adalah benda, alat, peraturan, atau media yang menurut bentuk corak ragamnya untuk tujuan komersial, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa, atau orang. Wajib Pajak reklame ialah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame. (Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 1 angka 26 & 27)	Penerimaan Pajak Reklame	Jumlah Penerimaan Pajak Reklame	Rasio
Pendaparan Asli Daerah (Y)	Pendapatan Asli Daerah merupakan semua penerimaan daerah yang berasal dari sumber ekonomi asli daerah. (Abdul Halim, 2012:101)	Penerimaan Pendapatan Asli Daerah	Jumlah Pendapatan Asli Daerah pada tahun 2013-2017	Rasio

3.3. Sumber dan Cara penentuan Data/Informasai

3.3.1. Sumber Data

Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer, dan sumber sekunder menurut (Sugiyono, 2017:137)

> "Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen."

Data yang di gunakan dalam penelitian ini berasal dari Data Sekunder. Data sekunder, yaitu data yang di peroleh dari pihak lain, antara lain dari data-data yang pernah di sajikan dalam beberapa artikel-artikel, literature, buku-buku dan lain-lain. Data sekunder dengan mencari data-data mengenai pendapatan Pajak Daerah Kota Bandung, target dan realisasi dari Pajak Reklame dan Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung dari tahun 2013-2017.

3.3.2. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan obyek atau subyek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian.

Menurut Sugiyono (2017:80), definisi populasi adalah sebagai berikut: "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas; obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya".

Sesuai dengan judul yang diambil dalam penelitian ini yaitu Peranan Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (Survey Pada Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung), maka yang menjadi populasi yaitu seluruh penerimaan Pajak Reklame dari tahun 2013 sampai 2017 dan Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung.

Menurut Sugiyono (2017:81), sampel adalah sebagai berikut :

> "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu".

Menurut Sugiyono (2016:82) terdapat dua teknik sampling yang dapat digunakan, yaitu:

> "1. Probability Sampling Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (Anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi, simple random sampling, proportionate stratifed random sampling, disproportionate stratifies random sampling, sampling area (cluser).
> 2. Non Probability Sampling Non Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi, sampling sistematis, kuota, aksidental, purposive, jenuh, snowball."

Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan yaitu nonprobability sampling dengan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2016:85) bahwa: "*Purposive Sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu."

Dalam penelitian ini yang menjadi sampel adalah penerimaan Pajak Reklame, tahun 2013 sampai dengan 2017 yang merupakan data yang paling update dari seluruh populasi. Data dikumpulkan dengan melakukan observasi, yaitu pengamatan secara langsung dan pencatatan terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Bandung tahun 2013-2017.

3.4. Teknik pengumpulan data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Menurut Sugiyono (2017:137) menjelaskan data sekunder adalah sebagai berikut:

> "Sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder ini merupakan data yang sifatnya mendukung keperluan data primer seperti buku-buku, literatur dan bacaan yang berkaitan dan menunjang penelitian ini".

Teknik pengumplan data dengan metode kuantitatif karena penelitian yang di lakukan adalah penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data *numeric* (angka) yang menggunakan rumus kontribusi dengan statistik dalam bentuk presentase. Data yang diperoleh dalam penelitian ini didapat dengan menggunakan teknik sebagai berikut:

1. Studi pustaka

   Studi ini digunakan sebagai landasan teori yang akan digunakan dalam menganalisis kasus. Dasar-dasar ini diperoleh dari buku-buku literatur-literatur maupun tulisan-tulisan yang berhubungan dengan penelitian ini.

2. Studi Dokumen

Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan jalan melihat, membaca, mempelajari, kemudian mencatat data yang ada hubungannya dengan objek penelitian. Mengambil data dari berbagai sumber seperti artikel, dokumen, peraturan pemerintah, atau data dari pemerintah setempat.

3. Studi Lapangan

   Penelitian lapangan merupakan penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh secara langsung. Penelitian lapangan ini dengan mengumpulkan data di Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung.

3.5. Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis

Data yang akan dianalisis dalam penelitian ini berkaitan dengan ada atau tidaknya peranan Pajak Reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung.

3.5.1. Rancangan Analisis

Teknik analisis data merupakan suatu cara untuk mengukur, mnegolah, dan menganalisis data tersebut. Rancangan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis statistik dengan menggunakan software SPSS. Sebelum data dianalisis, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik dan regresi linier sederhana.

3.5.1.1.Uji Asumsi Klasik

3.5.1.1.1. Uji Normalitas

Menurut Imam Ghozali (2011), menyatakan bahwa "Uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen dan dependennya memilki distribusi normal atau tidak. Cara mendeteksi dilakukan dengan analisis statistik.

Menurut imam ghozali (2011), uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan apabila tidak hati-hati secara visual kelihatan normal, padahal secara statistik bisa sebaliknya. Uji statistik untuk menguji normalitas residual bisa dengan menggunakan uji statistik nonparametik *kolomogorof-smirnov (K-S).* Uji K-S ini dilakukan dengan membuat hipotesis berikut ini:

$H_0 = 0$:data residual terdistribusi normal apabila nilai signifikan > 5%

$H_a \neq 0$:data residual tidak terdistribusi normal apabila nilai signifikan < 5%

Apabila probabilitas nilai Z uji K-S ini adalah sebagai berikut:

1. Apabila probabilitas nilai Z uji K-S signifikan secara sistematika maka H_a diterima yang berarti data terdistribusi tidak normal.
2. Apabila probabilitas nilai Z uji K-S tidak signifikan secara statistik maka H_0 diterima, yang berarti data terdistribusi normal.

3.5.1.1.2. Uji Linieritas

Uji Linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variable mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji linieritas dapat dilakukan dengan menggunakan F test atau test for linearity. Dalam penelitian ini uji linieritas dilakukan dengan menggunakan test for linearity

pada taraf signifikan 0,05. Dua variable dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (linearity)kurang dari 0,05 (Imam Ghozali, 2011 : 151-156).

3.5.1.1.3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2013) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Pendeteksian heteroskedastisitas dapat dilakukan melalui analisis grafik dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot dan Uji Glejser. Uji Glejser mengusulkan untuk meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel independen, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Jika probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5%, maka dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas.

3.5.1.2.Korelasi Pearson

Analisis korelasi *Pearson* berguna untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat hubungan suatu variabel dengan variabel lain. Jika tidak mempersoalkan apakah suatu variabel tertentu tergantung kepada variabel lain. Adapun bentuk persamaan analisis korelasi adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n\sum X^2 - (\sum X)^2)(n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Sumber: Sugiyono (2010:248)

Keterangan:

r = koefisien korelasi (*Pearson product Moment)*

$\sum xy$ = jumlah perkalian variabel x dan y

$\sum x$ = jumlah nilai variabel x

$\sum y$ = jumlah nilai variabel y

$\sum x^2$ = jumlah pangkat dua nilai variabel x

$\sum y^2$ = jumlah pangkat dua nilai variabel y

N = banyaknya sampel

Pengolahan data akan diakukan dengan menggunakan alat bantu aplikasi software SPSS *Statisticts* 20 agar pengukuran data yang dihasilkan lebih akurat.

Kriteria untuk analisis koefisien korelasi adalah :

a. Jika koefisien mendekati nol (0), berarti pengaruh variabel *Independent* terhadap variabel *Dependent* rendah.
b. Jika koefisien mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel *Independen* terhadap variabel *Dependent* kuat.

Adapun pedoman untuk memberikan interprestasi koefisien korelasi atau seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas *(Independent)* terhadap variabel terikat *(Dependent)*, digunakan pedoman yang dikemukakan oleh Sugiyono (2013).

Tabel 3.2
Pedoman untuk Memberikan Interprestasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0, 199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

3.5.1.3.Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi pada intinya mengukur sebarapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variable dependen. Nilai r^2 yang mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.(ImamGhozali,2011:84-85).

Untuk mengetahui besar atau kecilnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dipergunakan koefisien determinasi dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Dimana:

KD =KoefisienDeterminasi

r = KoefisienKorelasi

3.5.2. Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Danang Sunyoto (2016:47) menyatakan "Tujuan analisis regresi untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)".

Untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen yaitu Pajak Reklame (X) terhadap variabel dependen yaitu pendapatan asli daerah (Y), maka digunakan analisis linear sederhana. Persamaan rumus regresi linear sederhana adalah sebagai berikut:

$Y = \alpha + bX$

Dimana :

Y : Subyek dalam variabel *dependent* yang diprediksikan

α : Harga Y bila X = 0 (harga konstan)

b :Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukan angka peningktan atau penurunan variabel *dependent* yang didasaran pada variabel *Independent.*

Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.

X = Subyek pada variabel *Independent* yang mempunyai nilai tertentu.

3.5.2. Uji Hipotesis

Menurut Danang Sunyoto (2016:29) menyatakan tujuan uji hipotesis sebagai berikut:

> "Tujuan uji beda atau uji hipotesis ini adalah menguji harga-harga statistik, mean dan proporsi dari satu atau dua sampel yang diteliti. Pengujian ini dinyatakan hipotesis yang saling berlawanan yaitu apakah

> hipotesis awal (nihil) diterima atau ditolak. Dilakukan pengujian harga-harga statistik dari suatu sampel karena hipotesis tersebut bisa merupakan pernyataan benar atau pernyataan salah".

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan pengujian secara parsial (uji t) dan dalam pengujian hipotesis ini peneliti menetapkan dengan menggunakan uji signifikan, dengan penetapan hipotesis (Ho) dan hipotesis alternatif (Hα).

Uji t

Uji signifikan terhadap hipotesis yang telah ditentukan dengan menggunakan uji t. Menurut Sugiyono (2014:243), rumus untuk menguji uji t sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = Nilai Uji t

r = Koefisien korelasi

r^2 = Koefisien determinasi

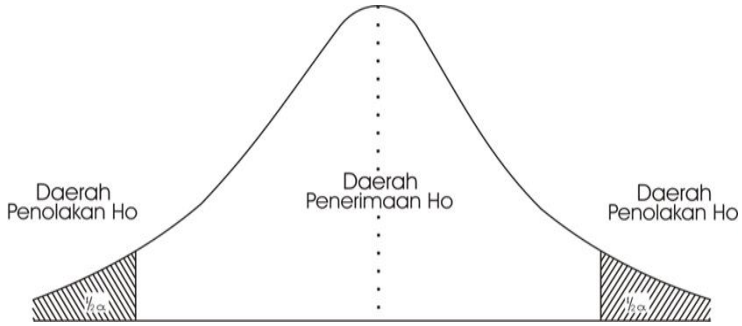
n = Jumlah pengamatan/banyaknya data

Hasil pengujian uji t kemudian dibandingkan dengan t_{tabel} yang diperoleh dengan menggunakan tingkat signifikan (a) dan derajat kebebasan n-2. Hipotesis yang telah di terapkan tersebut akan diuji berdasarkan daerah penerimaan dan daerah penolakan yang di tetapkan sebagai berikut:

- Jika t hitung > t tabel, maka H_0 ditolak, berarti Ha diterima artinya antara variabel Y ada hubungannya, maka tolak H_0 artinya signifikan
- Jika t hitung < t tabel, maka H_0 ada di daerah penerimaan, berarti Ha ditolak artinya antara variabel X dan variabel Y tidak ada hubungannya. Maka terima H_0 artinya tidak signifikan
- T hitung dicari dengan rumus perhitungan t hitung dan
- T tabel di cari di dalam tabel distribusi t *student*

Dalam penelitian ini hipotesis yang di kembangkan adalah sebagai berikut:

- H0 : p = 0 tidak terdapat peranan pajak reklame dalam meingkatkan pendapatan asli daerah kota Bandung
- H1 : p ≠ 0 terdapat peranan signifikan pajak reklame dalam meningkatkan pendapatan asli daerah kota Bandung



Gambar 3 1 Uji T

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum

4.1.1. Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung

Kota Bandung merupakan salah satu kota terbesar di Indonesia. Kota yang memiliki julukan Paris van Java ini kini semakin berkembang menjadi Kota Metropolitan, dengan kemudahan akses dan fasilitas kota yang dapat dirasakan oleh masyarakat maupun wisatawan. Kita seharusnya berbangga diri karena Bandung merupakan salah satu kota dengan pertumbuhan ekonomi terbaik di Indonesia. Salah satunya adalah melalui pembayaran pajak daerah.

Sebagaimana diketahui bahwa sektor pajak daerah merupakan sumber pendapatan utama bagi Pemerintah Kota Bandung, dimana pajak daerah memberikan kontribusi sepertiga dari total pendapatan daerah. Ini lah yang menjadi tugas utama dari dibentuknya Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah. Target pendapatan sektor pajak daerah dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. BPPD berharap agar adanya kesadaran dan kepatuhan masyarakat yang menjadi wajib pajak dalam membayar pajak serta meningkatnya pengawasan atas pelaksanaan sistem perpajakan.

Sektor pajak daerah telah memberikan kontribusi yang besar terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Bandung. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya peningkatan pembangunan, baik sarana maupun prasarana yang diperuntukkan bagi kesejahteraan masyarakat Kota Bandung.

Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah dibentuk dengan tujuan sebagai, Optimalisasi Pengelolaan Pajak Daerah, Optimalisasi Pengelolaan Pendapatan Asli Daerah Bukan Pajak Daerah, dan Tercapainya Kepuasan Masyarakat terhadap Kualitas Pelayanan Pajak Daerah.

Sedangkan sasaran dibentuknya Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah yaitu, Tercapainya Target Pendapatan Pajak Daerah, Meningkatnya Kesadaran dan Kepatuhan Masyarakat dalam Membayar Pajak Daerah, Meningkatnya Pengelolaan Pendapatan Asli Daerah bukan Pajak Daerah, dan Meningkatnya Kualitas Pelayanan dan Akuntabilitas Kinerja Pajak Daerah.

4.1.2. Tugas Pokok dan Fungsi Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah

Tugas Pokok Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah adalah Membantu Walikota dalam menyelenggarakan fungsi penunjang Urusan Pemerintahan yang menjadi kewenangan Daerah di bidang pengelolaan pajak, retribusi, dan pendapatan daerah. Sedangkan fungsi Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung adalah:

1. Penyusunan kebijakan teknis lingkup pengelolaan pendapatan daerah;
2. Pelaksanaan tugas dukungan teknis lingkup pengelolaan pendapatan daerah;
3. Pemantauan, evaluasi, dan pelaporan pelaksanaan tugas dukungan teknis lingkup pengelolaan pendapatan daerah;
4. Pembinaan teknis penyelenggaraan fungsi – fungsi penunjang urusan Pemerintahan Daerah lingkup pengelolaan pendapatan daerah;

5. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan Walikota sesuai dengan tugas dan fungsinya.

4.1.3. Visi dan Misi Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah

Visi

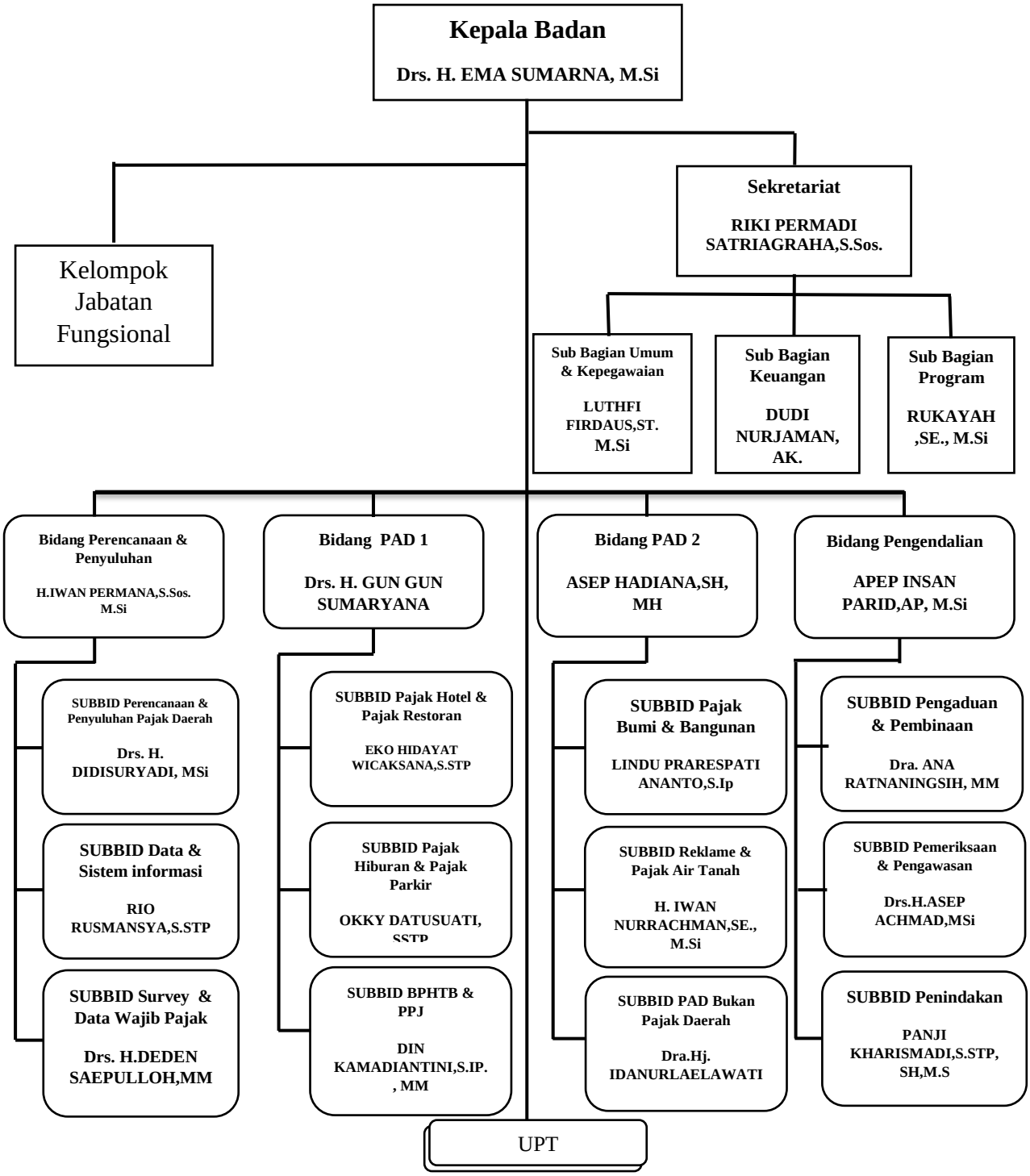
" Terwujudnya Peningkatan Pengelolaan Pendapatan Asli Daerah yang Profesional dan Akuntabel "

Misi

1. Meningkatkan Kualitas Pengelolaan Pendapatan Asli Daerah
2. Meningkatkan Kualitas Pelayanan pajak Daerah.

4.1.4. Struktur Organisasi

Struktur organisasi Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung diatur berdasarkan Peraturan Walikota Bandung Nomor 1405 Tahun 2016, struktur organisasi Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah dapat dilihat pada gambar 4.1 sebagai berikut :



Gambar 4.1
Struktur Organisasi Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung

4.2. Hasil Penelitian

4.2.1. Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Di Kota Bandung

Pajak reklame adalah salah satu pembentuk dari penerimaan pajak daerah yang memiliki kontribusi secara langsung terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD). Untuk mengetahui target dan realisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan pajak reklame pada Kota Bandung untuk tahun anggaran 2013 sampai dengan 2017, dapat dilihat pada pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.1 Tabulasi Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Bandung Tahun Anggaran 2013 – 2017 (dalam rupiah)

Uraian	Tahun				
	2013	2014	2015	2016	2017
Pendapatan Asli Daerah (PAD)	**1.827.775.238.311**	**2.200.291.161.134**	**2.338.094.948.956**	**2.151.696.807.733**	**2.848.359.938.800**
Pajak Daerah	1.579.087.447.004	1.883.832.719.673	1.972.547.682.504	1.708.748.685.327	2.183.314.066.558
Retribusi Daerah	115.508.351.284	99.192.319.387	64.985.847.830	92.006.779.460	262.678.023.845
Hasil Kekayaan Daerah yang Dipisahkan	12.069.972.667	9.356.757.469	8.602.757.430	10.658.411.624	20.000.000.000
Lain-Lain PAD yang sah	121.109.467.356	207.909.364.605	291.958.661.192	340.282.931.322	382.367.848.397

Sumber : Olah data Laporan Keuangan Pemerintah Daerah Kota Bandung bagian Catatan Atas Laporan Keuangan Poin 3.1 Iktisar Realisasi Pencapaian Target Kinerja Keuangan ayat 1 Realisasi Pendapatan Tahun Anggaran yang diteliti.(Oktober 2018)

Tabel 4.2 Target dan Realisasi Pajak Reklame Kota Bandung Tahun Anggaran 2013 – 2017 (dalam rupiah)

Tahun	Target	Realisasi	%
2013	18.500.000.000	17.603.910.298	95,16
2014	23.000.000.000	23.641.404.085	102,79
2015	15.000.000.000	18.107.052.336	120,71
2016	316.716.770.000	25.646.023.584	8,1
2017	240.548.569.530	12.860.399.954	5,35

Sumber: Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah, (Oktober 2018)

Dari hasil tabel 4.2 tersebut, terlihat bahwa selama lima tahun terakhir realisasi untuk Pajak Reklame di Kota Bandung mengalami penurunan terhadap hasil yang ditargetkan. Terlebih untuk tahun 2017 yang hanya memberikan kontribusi sebesar 5,35% dari hasil yang ditargetkan diawal.

Untuk mengetahui kontribusi dari pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Bandung pada tahun 2013 hingga 2017, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.3 Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Bandung Tahun Anggaran 2013 – 2017 (dalam rupiah)

Tahun	Kontribusi		%
	Pajak Reklame	Pendapatan Asli Daerah (PAD)	
2013	17.603.910.298	1.827.775.238.311	0,96
2014	23.641.404.085	2.200.291.161.134	1,07
2015	18.107.052.336	2.338.094.948.956	0,77
2016	25.646.023.584	2.151.696.807.733	1,19
2017	12.860.399.954	2.848.359.938.800	0,45
Jumlah	**97.858.790.257**	**11.366.218.094.934**	**0,86**
Rata-Rata	**19.571.758.051**	**2.273.243.618.987**	**0,86**

Sumber: Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah (2018), diolah oleh penulis

Berdasarkan tabel 4.3, diketahui rata-rata Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Bandung selama tahun 2013 sampai dengan 2017 yaitu sebesar Rp. 2.273.243.618.987 dan rata-rata Pajak Reklame selama 2013 sampai dengan 2017 yaitu sebesar Rp. 19.571.758.051 dan dapat dilihat bahwa penerimaan Pajak Reklame dan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Bandung dari tahun 2013 sampai tahun 2014 mengalami peningkatan, sedangkan tahun 2015 mengalami penurunan dan ditahun 2016 mengalami

kenaikan sedangkan ditahun 2017 mengalami penurunan yang sangat signifikan menjadi 0,45%.

Kontribusi yang diberikan oleh Pajak Reklame dalam menunjang peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Bandung selama lima tahun terakhir rata-rata sebesar 0,86%.

Pada tahun 2013 kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah sebesar 0,96% , pada tahun 2014 kontribusi yang diberikan oleh Pajak Reklame sebesar 1,07% sumbangan yang diberikan lebih besar dari tahun 2013, pada tahun 2015 dan 2017 mengalami penurunan yang masing-masing memiliki kontribusi sebesar 0,77% dan 0,45% dimana nilai kontribusi ini terhitung dibawah rata-rata sebesar 0,86% yang berarti penerimaan dari Pajak Reklame kurang optimal.

Penerimaan Pajak Reklame dan Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung tahun 2013 sampai tahun 2017, yang di sajikan pada tabel 4.2 terlebih dahulu diuji dengan menggunakan uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji linieritas dan uji heteroskedastisitas dengan bantuan program SPSS 20. Selanjutnya data diuji menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui besarnya korelasi dan peranan Pajak Reklame dalam meningkatkan Pemdapatan Asli Daerah Kota Bandung.

4.2.2. Uji Normalitas

Tabel 4.4 Hasil Pengujian Normalitas

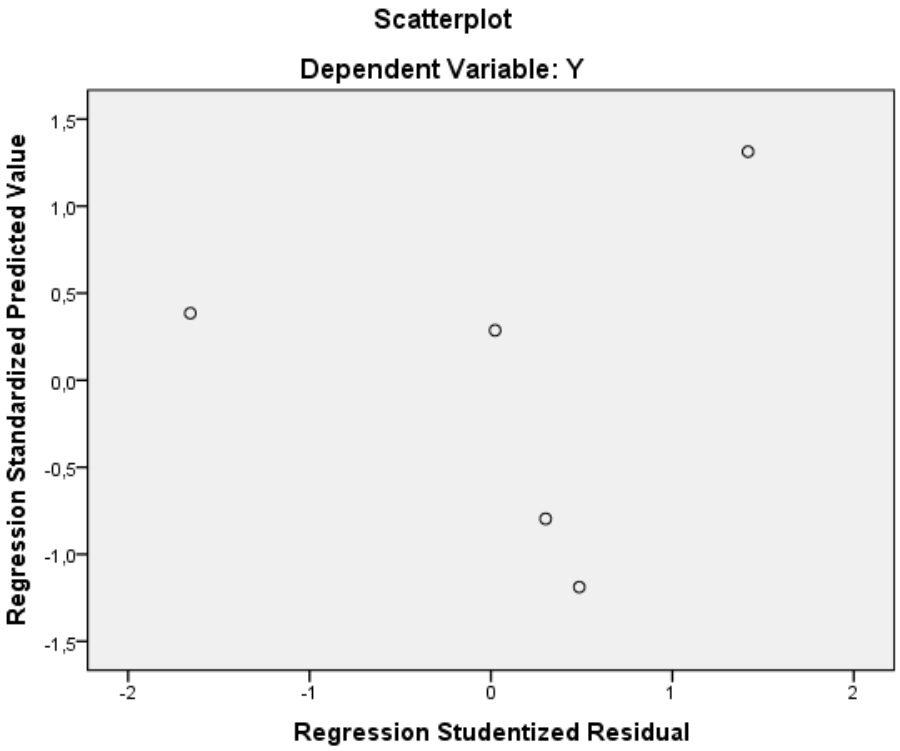
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		X	Y
N		5	5
Normal Parameters[a,b]	Mean	195717580	227324361
		51,4000	8986,8000
	Std.	511172269	371988656
	Deviation	7,00128	725,20980
Most Extreme	Absolute	,213	,231
Differences	Positive	,213	,231
	Negative	-,187	-,172
Kolmogorov-Smirnov Z		,476	,516
Asymp. Sig. (2-tailed)		,977	,953

Sumber: SPSS 20

Terlihat pada kolom signifikan (*Asymp. Sig. (2-tailed)*) adalah 0,977 untuk Pajak Reklame dan 0,953 untuk Pendapatan Asli Daerah, Maka Ho diterima karena nilai signifikansi lebih besar dari nilai signifikansi yang ditetapkan sebesar > 0,05, membuktikan bahwa data berdistribusi normal sehingga analisis dapat dilanjutkan.

4.2.3. Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Output SPSS 20

Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.2 menunjukkan bahwa tidak adanya heteroskedastisitas karena tidak adanya pola yang jelas serta titik yang menyebar di atas dan bawah angka 0 pada sumbu Y sehingga dapat dikatakan uji heteroskedastisitas terpenuhi. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi yang diteliti.

4.2.4. Regresi Linier Sederhana

Tabel 4.5 Regresi Linear Sederhana

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3043498628266,071	710299274240,107		4,285	,023
	x	-39,355	35,341	-,541	-1,114	,347

a. Dependent Variable: y

Sumber: SPSS 20

Dari hasil pengujian model regresi linier sederhana pada tabel di atas dapat diketahui bahwa:

a. Konstanta sebesar 3.043.498.628.266.071 Hal ini berarti apabila X = 0, maka Y akan bertambah sebesar a yaitu 3.043.498.628.266.071
b. Koefisien regresi sebesar -39,355. hal ini berarti setiap penambahan X sebesar 1 (satuan) maka Y akan meningkat sebesar -39,355

Karena nilai koefisien bernilai minus (-), maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa Pajak Reklame (X) berpengaruh negatif terhadap Pendapatan Asli Daerah (Y). Sehingga model atau persamaan regresi dalam penelitian ini adalah :

$$Y = 3{,}043 – 39{,}355X$$

4.2.5. Koefisien Korelasi

Tabel 4.6 Koefisien Korelasi

Correlations

		x	y
x	Pearson Correlation	1	-,541
	Sig. (2-tailed)		,347
	N	5	5
y	Pearson Correlation	-,541	1
	Sig. (2-tailed)	,347	
	N	5	5

Sumber: SPSS 20

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat dapat dilihat bahwa Pajak Reklame (X) berpengaruh negatif terhadap Pendapatan Asli Daerah (Y) sebesar -0.541 (r = -0,541). Adapun interpretasi koefisien disajikan pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.7 Pedoman untuk Memberikan Interprestasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0, 199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui nilai koefisien korelasi (r) sebesar -0,541. Hal ini menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi antara variabel X dan Y memiliki hubungan yang negatif atau berlawanan. Sehingga mengakibatkan penurunan Pendapatan Asli Daerah dan setiap penurunan

pendapatan dari Pajak Reklame akan mengakibatkan pengurangan terhadap Pendapatan Asli Daerah.

4.2.6. Koefisien Determinasi

Tabel 4.8 Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,541[a]	,292	,057	361302382363,76170

a. Predictors: (Constant), x

Sumber: SPSS 20

Dari hasil di atas diperoleh bahwa nilai R Square sebesar 0,292 . Artinya penerimaan Pendapatan Asli Daerah di pengaruhi oleh Pajak Reklame sebesar 0,292 atau 29,2% sisanya 0,708 atau 70,8% dari penerimaan Pajak Asli Daerah di pengaruhi oleh faktor lain diluar penerimaan Pajak Reklame yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Melalui analisis determinasi akan dapat diketahui seberapa besar kontribusi dari Pajak Reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung adalah sebagai berikut:

KD $= (r)^2 \times 100\%$

$= (0{,}541)^2 \times 100\%$

$= (0{,}293) \times 100\%$

$= 29{,}3\%$

4.2.7. Uji T

Tabel 4.9 Hasil Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3043498628266,071	710299274240,107		4,285	,023
	x	-39,355	35,341	-,541	-1,114	,347

a. Dependent Variable: y

Sumber: SPSS 20

Dari hasil diatas diketahui bahwa nilai *p-value* sebesar 0,347 dan t-hitung sebesar -1,114. Nilai *p-value* dan t-hitung yang di peroleh dibandingkan dengan nilai α dan nilai t-tabel. Nilai t-tabel diperoleh sebesar 2,353. Berdasarkan kriteria penerimaan dan penolakan, jika t hitung < t tabel, maka H_0 ada di daerah penerimaan, berarti Ha ditolak artinya antara variabel X dan variabel Y tidak ada hubungannya. Maka H_0 diterima artinya tidak signifikan. H_0 diterima karena nilai *p-value* > α (0,347 > 0,05), dan nilai t-hitung < t-tabel (-1,114 < 2,353). Maka kesimpulannya, Pajak Reklame memiliki peranan yang tidak signifikan dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung.

4.3. Pembahasan

Hasil analisis diatas, maka dapat disimpulkan bahwa peranan Pajak Reklame mempunyai korelasi yang negatif dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah, ditunjukan oleh angka hasil korelasi yaitu -0,541. Pajak Reklame

bukan satu-satunya faktor dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah, hal ini bisa dilihat dari besarnya pengaruh kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah yang ditunjukkan oleh koefisien determinasi 29,3%. Besarnya pengaruh tersebut tergolong lemah karena besarnya kurang dari 50% sehingga peranan Pajak Reklame bukan merupakan faktor utama yang memperngaruhi Pendapatan Asli Daerah.

Pajak daerah yang paling berperan dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung adalah Pajak PBB, Pajak Parkir dan Pajak PPJ. Untuk kondisi sekarang Pajak Reklame bukan faktor utama dalam meingkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhasap pengaruh dependen menunjukkan bahwa pernanan Pajak Reklame memiliki pengaruh tetapi tidak signifikan terhadap penerimaan Pendapatan Asli Daerah hasil penelitian diperoleh koefisien regresi antara Pajak Reklame dengan Pendapatan Asli Daerah sebesar -39,355 dengan nilai signifikansi 0,347. Apabila dilihat dari tingkat signifikansi yang lebih besar dari 0,05 maka berarti variabel peranan Pajak Reklame berpengaruh negatif tidak signifikan dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung.

Faktor-faktor yang mempengaruhi penurunan penerimaan pajak daerah dari sektor Pajak Reklame yaitu adanya moratorium rekleme yang dilakukan oleh Pemerintah Kota bandung, belum sempurnanya data potensi reklame,

masih banyaknya jumlah reklame yang tidak mempunyai ijin, sementara pajak reklame yang dibayarkan harus berdasarkan izin dan kurang optimalnya pemberian *punishment* atas reklame tidak berizin. yang mengakibatkan penurunan penerimaan Pajak Reklame di Kota Bandung.

Potensi Pajak Reklame seharusnya dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung. Namun karena masih banyaknya Wajib Pajak yang belum memiliki kesadaran untuk membayar Pajak Reklame menyebabkan penerimaan Pajak Reklame kurang maksimal, atau tidak sesuai dengan target yang ditetapkan. Adapun upaya-upaya yang telah dilakukan oleh Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah dengan menarik pajak untuk semua reklame, baik yang berizin atau belum. Sebab di tahun 2017 banyakna jumlah reklame yang belum berizin yaitu 12.600 unit dibanding yang berizin sebanyak 5.637 unit, menyiapkan peraturan wali kota untuk mengatur pemungutan pajak dari reklame yang telah tayang, melakukan pendataan dan pengawasan terhadap reklame yang seharusnya memberikan potensi yang besar sebagai salah satu penerimaan Pendapatan Asli Daerah masih kurang optimal.

Dapat disimpulkan bahwa harapan dari adanya pembangunan yang semakin berkembang seiring dengan berlakunya otonomi daerah melalui perdagangan bebas memicu perusahaan-perusahaan terus berkembang dan mempertahankan eksistensinya dengan terus melakukan promosi-promosi untuk memasarkan produknya ke konsumen sehingga perusahaan menggunakan media periklanan (reklame) untuk memasarkan produknya.

Namun yang terjadi antara peran Pajak Reklame untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah memiliki hubungan yang lemah.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

1. Pajak Reklame di Kota Bandung sebenarnya memiliki potensi yang sangat potensial dengan pesatnya pertumbuhan bisnis dan maraknya event-event yang dilaksanakan di Kota Bandung tetapi, untuk penerimaan Pajak Reklame tidak sebanding dengan potensi yang ada di Kota Bandung sebagai kota metropolitan terbesar di Jawa Barat. Pajak Reklame di Kota Bandung belum terpenuhi dengan baik, dimana pelaksanaannya belum sesuai dengan tahapan-tahapan peraturan yang telah ditetapkan. Secara keseluruhan untuk penerimaan Pajak Reklame dari tahun 2013 hingga taun 2017 mengalami kenaikan setiap tahunnya tetapi capaian kinerjanya menurun dari target yang telah ditetapkan. Hal tersebut diakibatkan karena banyaknya reklame ilegal dan reklame dengan masa berlaku yang sudah habis masih terpasang. Pada tahun 2017 ada lebih dari 12.600 reklame yang tidak berizin yang tidak bisa dipungut pajaknya.
2. Pendapatan Asli Daerah terdiri dari Pajak Daerah, Retribusi Daerah, Hasil Kekayaan Daerah yang Dipisahkan dan Lain-lain PAD yang Sah. Pendapatan Asli Daerah bertujuan untuk memberikan keleluasaan kepada daerah dalam menggali potensi daerah dalam pelaksanaan Otonomi Daerah sebagai perwujudan atas Desentralisasi. Penerimaan

Pendapatan Asli Daerah di Kota Bandung mengalami kenaikan setiap tahunnya, tetapi tidak sesuai dengan realisasi yang terjadi sehingga persentase capaiannya mengalami penurunan setiap tahunnya. Salah satu penyebabnya dikarenakan penyerapan pajak reklame yang tidak memenuhi target disebabkan banyaknya reklame ilegal di Kota Bandung dan menjadi hambatan tidak tercapainya penerimaan Pajak Reklame.

3. Pajak Reklame memiliki peranan yang tidak signifikan dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung. Kontribusi peran Pajak Reklame adalah sebesar 29,3% dan sisanya sebesar 70,7% dipengaruhi oleh Pajak lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

5.2. Saran

Adapun saran yang akan disampaikan kepada pihak terkait anatara lain:

1. Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung : Perlu melakukan pengawasan, pendataan dan penagihan secara rutin terhadap reklame yang tidak memiliki ijin ataupun yang sudah habis masa pajaknya, melakukan operasi lapangan, menjalin hubungan yang baik dengan Wajib Pajak serta memberiakn pelayanan yang prima, dan melakukan sosialisasi kepada masyarakat mengenai prosedur dan kewajiban dalam penyelenggaraan

reklame serta sosialisasi kepada masyarakat untuk membayar pajak dengan baik.

2. Untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah pemerintah harus segera mengambil tindakan agar capaian setiap tahunnya bisa terpenuhi. Pemerintah juga harus segera mengambil tindakan seperti memberikan *punishment* secara tegas kepada Wajib Pajak yang melanggar, melakukan pendataan dan pengawasan untuk reklame yang memiliki dan tidak memiliki izin, dan mensosialisasikan Perda mengenai reklame untuk memaksimalkan pendapatan Pajak Reklame di Kota Bandung mengingat Pertumbuhan bisnis dan maraknya event-event di Kota Bandung sehingga Penerimaan Pajak Reklame memiliki peran yang cukup penting terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Bandung.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya: Memperluas periode penelitian dan menambah variabel lainnya, karena masih banyak variabel-variabel lain yang dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah selain pajak daerah misalnya retribusi daerah, hasil kekayaan daerah yang dipisahkan dan lain-lain Pendapatan Asli Daerah yang sah. Menambahakn jumlah periode tahun penelitian yang akan diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

_____. (2013). *Laporan Keuangna Pemerintah Daerah (LKPD) Kota Bandung.*

_____. (2013). *Laporan Kinerja Instansi Pemerintah (LKIP)* . Dinas Pelayan Pajak Kota Bandung.

_____. (2014). *Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (LKPD) Kota Bandung.*

_____. (2014). *Laporan Kinerja Instansi Pemerintah (LKIP).* Dinas Pelayanan Pajak Kota Bandung .

_____. (2015). *Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (LKPD) Kota Bandung* .

_____. (2015). *Laporan Kinerja Instansi Pemerintah (LKIP).* Dinas Pelayanan Pajak Kota Badung.

_____. (2016). *Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (LKPD) Kota Bandung.*

_____. (2016). *Laporan Kinerja Instansi Pemerintah (LKIP).* Dinas Pelayanan Pajak Kota Bandung.

_____. (2017). *Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (LKPD) Kota Bandung* .

_____. (2017). *Laporan Kinerja Instansi Pemerintah (LKIP)* . Dinas Pelayanan Pajak Kota Bandung.

Agoes, S. (2014). *Akuntansi Perpajakan Edisi 3.* Jakarta : Salemba Empat.

Bandung. (2017). *Peraturan Walikota No.239 Tahun 2017 tentang Tata Cara Pemungutan Pajak Reklame.*

Dewi, T. K. (2014). *Analisis Penerimaan Pajak Reklame Kabupaten Bandung* . Bandung : Universitas Widyatama .

Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS.* Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi Ketujuh* . Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Halim , A. (2011). In *Analisis Investasi. Edisi kedua.* Jakarta : Salemba Empat.

Halim, A. (2007). In *Akuntansi Sektor Publik Akuntansi keuangan daerah,Edisi Revisi* . Jakarta: Salemba Empat.

Halim, A. (2012). In dkk, *Akuntansi Sektor Publik Akuntansi Keuangan Daerah.* Jakarta : Salemba Empat.

Indrawan, R. (2015). Pengaruh KontribusiI Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah. *(Studi Kasus Terhadap Dinas Pendapatan Daerah Kota Bandung)*, 166 – 185.

Kota Bandung . (2016). *Peraturan daerah No.06 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Bandung No. 20 Tahun 2011 Tentang Pajak Daerah.*

Kota Bandung. (2003). *Peraturan Daerah No.07 Tahun 2003 Tentang Biaya Pemungutan Pendapatan Asli Daerah* .

Krismayana, M. (2013). *Pengaruh Pendapatan Asli Daerah, Dana Alokasi Umum, Dan Belanja Modal Terhadap Pertumbuhan Ekonomi (Studi pada Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Barat selama Periode 2009-2011).* Skripsi, Fakultas Ekonomi. Universitas Widyatama.

Mardiasmo. (2011). *Perpajakan Edisi Revisi.* Yogyakarta: Penerbit Andi.

Mardiasmo. (2016). In *Perpajakan-Edisi Terbaru 2016.* Yogyakarta: Penerbit Andi.

Republik Indoneisa. (2014). *Undang-Undang No.23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah.*

Republik Indonesia . (2007). *Undang-Undang No.28 Tahun 2007 tentang Perubahan Ketiga Atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan* .

Republik Indonesia . (2009). *Undang-Undang No.28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah* .

Republik Indonesia. (2004). *Undang-Undang No.33 Tahun 2004 Tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah* .

Resmi, S. (2017). *Perpajakan Teori & Kasus (Buku 1) (Edisi 10).* Jakarta : Salemba Empat.

Siahaan, M. P. (2010). *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.* Jakarta : Raja Grafindo Persada.

Suandy , E. (2011). In *Hukum Pajak, Edisi 5.* Jakarta : Salemba Empat.

Sugiyono. (2017). In *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Suparmoko, M. (2002). In *Ekonomi Publik, Untuk Keuangan dan Pembangunan.* Yogyakarta: Andi.

Vina. (2013). *Pengaruh Penerimaan Pajak Reklame Terhadap Pendpatan Asli Daerah Kabupaten Banyuasin* . STIE MDP.

Waluyo. (2011). *Perpajakan Indonesia Edisi 10 Buku 1*. Jakarta : Salemba Empat.

Waluyo. (2013). In *Perpajakan Indonesia* . Jakarta : Salemba Empat.

Waluyo. (2014). *Perpajakan Indonesia.* Jakarta : Salemba Empat.

Wartini , S. (2010). In *Pengaruh Pemungutan Pajak Reklame Terhadap Penerimaan.* Skripsi, Fakultas Ekonomi. Universitas Kristen Maranatha,.

Yadiati, W. (2007). *Teori Akuntansi , Suatu Pengantar.* Jakarta : Kencana.

LAMPIRAN