

PENGARUH PAJAK REKLAME DAN PAJAK HIBURAN TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH DI KOTAMEDAN (STUDI KASUS PADA BADAN PENDAPATAN DAERAH KOTA MEDAN)

¹Kristin Silalahi*, ²Siti Aisyah²,

^{1,2}Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Potensi Utama Medan

Jl. KL. Yos Sudarso Km. 6,5 No. 3-A Tanjung Mulia Kec. Medan Deli, Kota Medan, 20241

e-mail: Kristin2407@gmail.com¹, aisyah10041993@gmail.com²

Abstrak

Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah pendapatan yang diperoleh dari potensi daerah baik dari sektor pajak, retribusi atau hasil daerah yang sah yang digunakan untuk pendanaan dan pembangunan daerah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Pajak Reklame dan Pajak Hiburan Terhadap Pendapatan Asli Daerah. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi penelitian ini ialah seluruh perusahaan Populasi dalam penelitian ini adalah data historis dari Badan Pendapatan Daerah Kota Medan Periode 2018-2022. Pengambilan sampel yang digunakan penelitian ini adalah sampling jenuh yaitu dengan penelitian penentuan sampel dengan keseluruhan populasi. Penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linier berganda dilengkapi dengan uji asumsi klasik. Hasil analisis secara parsial menunjukkan bahwa Pajak Reklame dan Pajak Hiburan berpengaruh Terhadap Pendapatan Asli Daerah. Hasil secara simultan dimana Pajak Reklame dan Pajak Hiburan berpengaruh Terhadap Pendapatan Asli Daerah.

Kata kunci: Pajak Reklame dan Pajak Hiburan berpengaruh Dan Pendapatan Asli Daerah.

Abstract

Original Regional Income (PAD) is income obtained from regional potential, whether from taxes, levies or legitimate regional revenues which are used for regional funding and development. This research aims to determine the effect of Advertising Tax and Entertainment Tax on Regional Original Income. This research is quantitative research with an associative approach. The population of this research is all companies. The population in this research is historical data from the Medan City Regional Revenue Agency for the 2018-2022 period. The sampling used in this research is saturated sampling, namely by research determining the sample with the entire population. This research uses multiple linear regression analysis tools equipped with classical assumption tests. The partial analysis results show that Advertisement Tax and Entertainment Tax have an effect on Regional Original Income. Simultaneous results where Advertising Tax and Entertainment Tax have an effect on Regional Original Income

Keywords: Advertisement Tax and Entertainment Tax have an influence on Regional Original Income

1 Pendahuluan

Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 dalam Resmi, (2016) menyatakan bahwa, pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang sifatnya memaksa berdasarkan undang-undang dengan tidak mendapat timbal balik secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Pemerintah daerah provinsi, kabupaten dan kota memiliki kewenangan untuk mengatur sendiri urusan rumah tangga dan kebijakan-kebijakan daerah sesuai dengan asas otonomi daerah dan tugas pembantuan. Sejak diberlakukannya Otonomi Daerah yang sesuai dengan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004, pemerintah daerah dipacu untuk dapat berkreasi dan berinisiatif untuk mencari dan menciptakan sumber penerimaan daerah yang dapat mendukung pembiayaan





pengeluaran daerah. Undang-Undang tentang Pemerintah Daerah menetapkan pajak daerah menjadi salah satu sumber penerimaan yang berasal dari daerah sendiri dan dikembangkan sesuai dengan kondisi masing-masing daerah Manullang, (2019).

Pemerintah melakukan otonomi pada daerah Kabupaten dan Kota dimulai dengan adanya penyerahan beberapa kewenangan dari pemerintah pusat ke pemerintah daerah. Sumber pembiayaan untuk membiayai kegiatan yang ada di daerah dikenal dengan istilah PAD. Untuk memperoleh Pendapatan Asli Daerah dapat diperoleh diantaranya pajak daerah dan redistribusi daerah. Seluruh jenis pendapatan yang diterima oleh pemerintah daerah serta seluruh pengeluaran daerah yang dilakukan dengan program pembangunan secara jelas tercantum pada Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) Mutiarahajaran, (2018).

Berdasarkan Undang-Undang No. 28 Tahun 2009, sumber pendapatan daerah berasal dari pajak daerah, retribusi daerah dan pendapatan lainnya. Diantara sumber-sumber pendapatan lokal, pajak daerah yang memiliki peran yang sangat penting untuk mempertahankan pendapatan pemerintah daerah. Pajak daerah yang dipungut pemerintah diantaranya pajak hotel, pajak hiburan, pajak restoran, pajak parkir, pajak penerangan jalan dan sebagainya sebagai upaya untuk memperoleh Pendapatan Asli Daerah Kurniawan, (2018).

Pemerintah daerah terus dirangsang dalam pengelolaan penerimaan daerah untuk terus berupaya menggali potensi daerah yang dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Pengelolaan keuangan daerah juga berpola pada pengeluaran daerah agar tepat sasaran,serta pengeluaran daerah yang memberikan kontribusi besar dalam pembangunan daerah, baik dalam hal tata kelola dan infrastruktur yang tersedia. Sebagaimana upaya pengelolaan keuangan daerah dalam Pembangunan daerah, yang nantinya dapat memberikan umpan balik dalam penerimaan daerah. Ketersediaan sarana dan prasarana penunjang pelayanan yang baik bagi masyarakat dapat meningkatkan perekonomian daerah, sehingga dapat merangsang penerimaan daerah. Sebagaimana pemerintah daerah terus berupaya meingkatkan penataan kawasan-kawasan wiata,yang merangsang kunjungan dan minat dari wisatawan luar negeri. Diharapkan peningkatan tersebut juga memberikan kontribusi positif terhadap pendapatan yang diterima daerah Mulyani, (2019).

Tabel 1.1
Pendapatan Asli Daerah Kota Medan Tahun 2018-2022

Tahun	Pendapatan Asli Daerah	Penerimaan Pajak Reklame	Penerimaan Pajak Hiburan
2018	Rp 1.636.204.514.683	Rp 39.814.000.000	Rp 43.079.908.039
2019	Rp 1.829.669.955.348	Rp 19.017.920.055	Rp 43.768.753.146
2020	Rp 1.509.831.081.747	Rp 18.128.387.583	Rp 14.648.947.982
2021	Rp 1.300.512.189.047	Rp 15.449.943.526	Rp 11.145.988.440
2022	Rp 22.305.544.954.764	Rp 77.633.894.478	Rp 50.227.760.033

Sumber: data diolah 2024

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa pendapatan asli daerah 5 tahun tidak selalu mengalami peningkatan yaitu dari tahun 2018-2022 dimana pendapatan asli daerah pada tahun 2018 sebesar Rp. 1.636.204.514.683 sedangkan penerimaan pajak raklame rendah sebesar Rp. 39.814.000.000 sedangkan penerimaan pajak hiburan Rp. 43.079.908.039, sedangkan pendapatan asli daerah pada tahun 2019 sebesar Rp. 1.829.669.955.348 sedangkan penerimaan pajak reklame menurun dari tahun 2018 sebesar Rp. 19.017.920.055 sedangkan pajak hiburan mengalami peningkatan Rp. 43.768.753.146. Pada tahun 2020 pendapatan asli daerah menurun dikarenakan pandemi covid 19 sebesar Rp. 1.509.831.081.747 sedangkan penerimaan pajak hiburan menurun sebesar Rp. 18.128.387.583 sedangkan penerimaan pajak hiburan sebesar Rp. 14.648.947.982, pada tahun 2021 pendapatan asli daerah mencapai mengalami penurunan sebesar Rp.





1.300.512.819.047 sedangkan penerimaan pajak reklame sebesar Rp. 15.449.943.526 sedangkan penerimaan pajak hiburan sebesar Rp. 11.145.988.440. Kemudian pada tahun 2022 pendapatan asli daerah sebesar Rp. 22.305.544.954.764 sedangkan penerimaan pajak reklame mengalami peningkatan sebesar Rp. 77.633.894.478 sedangkan penerimaan pajak hiburan sebesar Rp. 500.2.27.760.033. Dari hasil wawancara oleh Bapak Brida yang dilakukan pendapatan asli daerah yang tidak selalu mengalami peningkatan hal ini dikarenakan umumnya pemerintah daerah belum mampu mengidentifikasi potensi sumber pendapatannya sehingga Sebagian besar daerah masih belum dapat mengoptimalkan penerimaan pajak daerah, retribusi daerah atau bahkan penerimaan dari hasil kekayaan daerah yang dipisahkan yang mendasari hal tersebut dikarenakan lemahnya pengawasan atau pelaksanaan pemungutan pajak daerah dan retribusi daerah sehingga belum efektifnya pengawasan ini juga terjadi pada pengawasan kinerja pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan yang dilaksanakan oleh Badan Usaha Milik Daerah (BUMD).

Adapun Faktor pertama yang mempengaruhi pendapatan asli daerah yaitu Pajak Reklame. Semakin pesatnya pertumbuhan suatu perusahaan maka akan meningkatkan Pendapatan Asli Daerah melalui pajak reklame karena salah satu bauran pemasaran sebuah industri adalah promosi yang terdiri antara lain iklan, reklame, dan promosi penjualan.

Faktor Kedua yang mempengaruhi pendapatan asli daerah yaitu, Pajak Hiburan. Pajak Hiburan Adalah Pajak atas penyelenggaraan Hiburan. Pajak Hiburan Juga adalah semua jenis Tuntutan, Permainan, atau Keramaian yang dinikmati dengan dipungut bayaran. Objek Pajak Hiburan adalah Jasa Penyelenggaraan hiburan dengan dipungut bayaran. Hiburan dimaksud adalah Tontonan Film, Pagelaran kesenian, Musik, Tari atau Busana, Kontes Kecantikan, Binaraga, dan sejenisnya, Pameran, Diskotik, karaoke, klab malam, Pertandingan Olahraga, dan lain-lain. Subjek Pajak Hiburan adalah orang pribadi atau badan yang menikmati Hiburan. Sedangkan wajib Pajak Hiburan Adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan Hiburan.

Berdasarkan Fenomena yang diatas, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pajak Reklame dan Pajak Hiburan Terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Medan (Studi Kasus Pada Badan Pendapatan Kota Medan)”**

2 Tinjauan Literatur

A. Pengertian Pendapatan Asli Daerah

1) Pengertian Pendapatan Asli Daerah

Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah semua penerimaan daerah yang bersumber dari ekonomi asli daerah itu sendiri Menurut Mardiasmo, (2018) adalah penerimaan yang bersumber dari sektor pajak daerah, retribusi daerah, hasil perusahaan milik daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah. Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah pendapatan yang diperoleh dari potensi daerah baik dari sektor pajak, retribusi atau hasil daerah yang sah yang digunakan untuk pendanaan dan pembangunan daerah.

B. Pengertian Pajak Reklame

1) Pengertian Pajak Reklame

Pengertian pajak reklame menurut Djaenuri, (2012) adalah: “Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa atau orang, ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa, atau orang yang ditempatkan atau dapat dilihat, dibaca, dan atau didengar dari suatu tempat oleh umum kecuali yang dilakukan oleh pemerintah.”





C. Pengertian Pajak Hiburan

1) Pengertian Pajak Hiburan

Pajak hiburan adalah pajak atas penyelenggaraan hiburan. Selain itu, pajak hiburan dapat pula diartikan sebagai pungutan daerah atas penyelenggaraan hiburan. pengenaan pajak hiburan tidak mutlak ada pada seluruh daerah kabupaten atau kota yang ada di Indonesia. Hal ini berkaitan dengan kewenangan yang diberikan kepada pemerintah kabupaten atau kota untuk mengenakan atau tidak mengenakan suatu jenis pajak kabupaten/kota.

3 Metode Penelitian

1) Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan strategi penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono (2019) penelitian asosiatif merupakan suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini strategi penelitian asosiatif digunakan untuk mengidentifikasi sejauh mana pengaruh variabel X (variabel bebas) yang terdiri atas Pajak Reklame (X1), Pajak Hiburan (X2) terhadap variabel Y yaitu Pendapatan Asli Daerah (variabel terikat), baik secara parsial maupun simultan

2) Sumber Data

Jenis data yang digunakan yakni data sekunder yang diperoleh secara tidak langsung dari pihak ketiga atau dokumen. Pada penelitian ini data sekunder yang digunakan berbentuk arsip-arsip serta dokumen yang berkaitan dengan objek penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini adalah Laporan Realisasi Pendapatan Asli Daerah yang diperoleh dari Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) Kota Medan. Selain itu, peneliti juga menggunakan Peraturan Daerah dan Peraturan Regional Pemerintah, buku, jurnal, artikel serta laporan tertulis lainnya yang berkaitan dengan topik penelitian

3) Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Badan Pendapatan Daerah Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Badan Riset dan Inovasi Daerah Jl. Jend. Besar Abd. Haris Nasution No. 32 Medan. Waktu penelitian yang direncanakan pada bulan Maret 2024 sampai dengan Agustus 2024

4) Populasi Dan Sampel

1) Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah data historis dari Badan Pendapatan Daerah Kota Medan Periode 2018-2022.

2) Sampel

Sampel penelitian ini adalah data mengenai Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) Kota Medan yaitu berupa data historis dan data yang menyediakan informasi tentang realisasi Pendapatan Pajak dan Penerimaan Asli Daerah. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan sampling jenuh yaitu dengan penelitian penentuan sampel dengan keseluruhan populasi. Sampel dari penelitian ini adalah seluruh data rekapitulasi pendapatan asli daerah Kota Medan, yang terdiri dari Pendapatan Asli Daerah, Pajak Reklame dan Pajak Hiburan selama 5 tahun anggaran 2018-2022, dengan 12 bulan x 5 tahun = 60

4 Hasil dan Pembahasan

A. Uji Asumsi Klasik





1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018). Uji normalitas juga melihat apakah model regresi yang digunakan sudah baik. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	178.12175043
Most Extreme Differences	Absolute	.133
	Positive	.133
	Negative	-.059
Test Statistic		.133
Asymp. Sig. (2-tailed)		.010 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.227
Point Probability		.000
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber Output SPSS 25

Berdasarkan hasil uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* diperoleh nilai *Exact. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,227 dimana nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi yaitu sebesar 0,05

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Uji multikolonieritas dilihat dari tolerance value dan VIF. Nilai cut-off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai toleran $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 .

Tabel 3. Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	318.618	116.228		6.741	.000		
	Pajak Reklame	.154	.124	.058	3.433	.001	.985	1.030
	Pajak Hiburan	.134	.005	-.097	3.725	.002	.996	1.050
a. Dependent Variable: Pendapatan Asli Daerah								
Coefficientsa								

Sumber : Output SPSS 25

Berdasarkan hasil output uji multikolonieritas tersebut nilai tolerance dan nilai VIF sudah memenuhi syarat yaitu tolerance $\geq 0,01$ dan VIF ≤ 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas serta memenuhi syarat normalitas data.





3) Uji Heterokedastisitas

Tabel 4. Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	214.869	80.573		4.729	.000
	Pajak Reklame	.890	.086	-.105	-5.914	.121
	Pajak Hiburan	.970	.034	-.148	-2.362	.222

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber : Output SPSS 25

Dari tabel diatas terlihat bahwa nilai sign lebih besar dari > 0,05. Pada nilai sign pajak reklame sebesar 0,121 sedangkan nilai sign pajak hiburan sebesar 0,222. Hal ini berarti tidak ada gejala heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga dapat dikatakan layak untuk dijadikan sebagai alat prediksi hubungan antara Pajak Reklame dan Pajak Hiburan dengan Pendapatan Asli Daerah.

B. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	318.618	116.228		6.741	.000		
	Pajak Reklame	.154	.124	.058	3.433	.001	.985	1.030
	Pajak Hiburan	.134	.005	-.097	3.725	.002	.996	1.050

a. Dependent Variable: Pendapatan Asli Daerah

Coefficientsa

Sumber : Data diolah SPSS 25.0

Hasil tersebut dimasukkan kedalam persamaan regresi linier berganda sehingga diketahui persamaan sebagai berikut:

$$Y = 318,618 + 0,154 X_1 + 0,134 X_2$$

Koefisien-koefisien persamaan regresi linier berganda diatas dapat diartikan sebagai berikut :

- 1) Diketahui nilai konstanta sebesar 318,618 menyatakan bahwa apabila semua variabel bebas seperti Pajak Reklame (X1), Pajak Hiburan (X2), dalam keadaan konstanta atau tidak mengalami perubahan (sama dengan nol), maka Pendapatan Asli Daerah (Y) adalah sebesar 318,618
- 2) Nilai koefisien variabel Pajak Reklame sebesar 0,154 Nilai koefisien regresi yang positif ini menunjukkan bahwa Pajak Reklame berpengaruh positif terhadap Pendapatan Asli Daerah. Hal ini berarti setiap Bea Perolehan Hak Atas Tanah dan Bangunan sebesar 1 persen maka Pajak Reklame akan mengalami kenaikan sebesar 0,154 persen dengan asumsi bahwa variabel-variabel bebas lainnya dianggap konstanta.
- 3) Nilai koefisien variabel Pajak Hiburan sebesar 0,134 Nilai koefisien regresi yang positif ini menunjukkan bahwa Pajak Hiburan berpengaruh positif terhadap Pendapatan Asli Daerah. Hal ini berarti setiap Pajak Hiburan sebesar 1 persen maka nilai Pajak Hiburan akan mengalami penurunan sebesar 0,134 persen dengan asumsi bahwa variabel-variabel bebas lainnya dianggap konstanta.





C. Uji Hipotesis

1) Uji Parsial (Uji t)

Tabel 6. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	318.618	116.228		6.741	.000		
	Pajak Reklame	.154	.124	.058	3.433	.001	.985	1.030
	Pajak Hiburan	.134	.005	-.097	3.725	.002	.996	1.050

a. Dependent Variable: Pendapatan Asli Daerah

Coefficientsa

Sumber : Data diolah SPSS 25.0

Hasil uji t pada tabel diatas dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Untuk kriteria uji t dilakukan pada tingkat $\alpha = 0,05:2 (0,025)$ dengan nilai t untuk $n = 60 - 3 = 57$ untuk nilai thitung = 3,433 dan ttabel = 2,00247. Nilai thitung untuk variabel Pajak Reklame adalah 3,433 dan ttabel dengan $\alpha = 5\%$ diketahui sebesar 2,00247 dengan demikian thitung lebih besar dari ttabel, nilai signifikan Pajak Reklame sebesar $0,001 < 0,05$ artinya dari hasil tersebut didapat kesimpulan bahwa variabel Pajak Reklame berpengaruh Signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah.
 - 2) Untuk kriteria uji t dilakukan pada tingkat $\alpha = 0,05:2 (0,025)$ dengan nilai t untuk $n = 60 - 3 = 57$ untuk nilai thitung = 3,725 dan ttabel = 2,00247. Nilai thitung untuk variabel Pajak Hiburan adalah 3,725 dan ttabel dengan $\alpha = 5\%$ diketahui sebesar 2,00247 dengan demikian thitung lebih besar dari ttabel, nilai signifikan Pajak Hiburan sebesar $0,002 < 0,05$ artinya dari hasil tersebut didapat kesimpulan bahwa variabel Pajak Air tanah berpengaruh Signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah.
- 2) Uji Simultan (uji f)

Tabel 7. Hasil Uji Simultan (Uji f)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2095.846	2	1047.923	13.636	.000 ^p
	Residual	849579.671	57	14904.907		
	Total	851675.517	59			

a. Dependent Variable: Abs_Res

b. Predictors: (Constant), Pajak Hiburan, Pajak Reklame

Sumber : Data diolah SPSS 25.0

Dari table di atas dapat diketahui nilai sign untuk pengaruh Pajak Reklame dan Pajak Hiburan adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan $f_{hitung} 13,636 >$ nilai $f_{table} 3,16$. Hal tersebut membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh Pajak Reklame dan Pajak Hiburan berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah.

3) Uji Koefisien Determinasi

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.650 ^a	.422	.391	208.02053

a. Predictors: (Constant), Pajak Hiburan, Pajak Reklame

Sumber : Data diolah SPSS 25.0





Berdasarkan table 4.8 diatas dapat dilihat bahwa nilai dari *Adjusted R Square* sebesar 0,391 yang berarti 39,1% dan hal ini menyatakan bahwa variabel Pajak Reklame dan Pajak Hiburan sebesar 39,1% untuk mempengaruhi variabel Pendapatan Asli Daerah. Selanjutnya selisih $100\% - 39,1\% = 60,9\%$. Hal ini menunjukkan 60,9% tersebut adalah variabel lain yang tidak berkontribusi dalam penelitian ini.

D. Pembahasan

1) Pengaruh Pajak Hiburan terhadap Pendapatan Asli Daerah

Berdasarkan penelitian yang telah diperoleh mengenai pengaruh Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah pada hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa Untuk kriteria uji t dilakukan pada tingkat $\alpha = 0,05:2$ (0,025) dengan nilai t untuk $n = 60-3 = 57$ untuk nilai $t_{hitung} = 3,433$ dan $t_{tabel} = 2,00247$. Nilai t_{hitung} untuk variabel Pajak Reklame adalah 3,433 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ diketahui sebesar 2,00247 dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , nilai signifikan Pajak Reklame sebesar $0,001 < 0,05$ artinya dari hasil tersebut didapat kesimpulan bahwa variabel Pajak Reklame berpengaruh Signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah.

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa realisasi penerimaan pajak reklame mengalami fluktuatif cenderung menurun hal ini dapat dilihat bahwa pada tahun 2018 dengan tingkat persentase sebesar 35% sedangkan pada tahun 2019 mengalami penurunan sebesar 16% kemudian pada tahun 2020 mengalami peningkatan sebesar 71%. Pada tahun 20221 mengalami penurunan sebesar 37%. Dan pada tahun 2022 menurun sebesar 30% sehingga dapat disimpulkan nilai persentase pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah terendah terjadi pada tahun 2019 sebesar 16% hal ini menyatalan bahwa Pajak Reklame memberikan sumbangan yang paling besar pada Pendapatan Asli Daerah. Pengelolaan Pajak Harus dilakukan secara cermat dan hati- hati, Pemerintah daerah perlu memiliki pengendalian yang memadai untuk menjamin ditaatinya sistem dan prosedur kebijakan manajemen yang telah ditetapkan. Selain itu perlu dilakukan penyederhanaan prosedur administrasi yang bertujuan untuk membayar pajak sehingga dapat diharapkan meningkatkan kepatuhan membayar pajak dengan harapan dimasa yang akan datang bisa meningkatkan penerimaan pendapatan asli daerah.

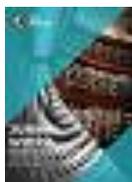
Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lis Lestari Sukartiningsih, (2024) dan Henny Yulisiati Henny, (2024) menyatakan bahwa pajak reklame berpengaruh terhadap pendapatan asli daerah.

2) Pengaruh Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah

Berdasarkan penelitian yang telah diperoleh mengenai pengaruh Pajak Hiburan terhadap Pendapatan Asli Daerah pada hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa Untuk kriteria uji t dilakukan pada tingkat $\alpha = 0,05:2$ (0,025) dengan nilai t untuk $n = 60-3 = 57$ untuk nilai $t_{hitung} = 3,725$ dan $t_{tabel} = 2,00247$. Nilai t_{hitung} untuk variabel Pajak Hiburan adalah 3,725 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ diketahui sebesar 2,00247 dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , nilai signifikan Pajak Hiburan sebesar $0,002 < 0,05$ artinya dari hasil tersebut didapat kesimpulan bahwa variabel Pajak Air tanah berpengaruh Signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah.

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa Pajak Hiburan Mengalami Fluktuasi setiap tahunnya cenderung menurun. Persentase terendah terjadi pada tahun 2018 sebesar 33% dengan realisasi Rp. 43.079.908.039, kemudian persentase tertinggi terjadi pada tahun 2019 sebesar 97%. Dari hasil wawancara yang dilakukan dikarenakan kurangnya kontribusi wajib pajak hiburan untuk membayar pajak. Faktor penyebab tidak tercapainya target realisasi karena kurangnya pemahaman kepatuhan wajib pajak dan lemahnya sanksi yang diberikan terhadap wajib pajak tersebut.





Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Rafli Hudhawi Nasution, (2024) dan Henny Yulisiasi, (2024) menyatakan bahwa pajak hiburan berpengaruh terhadap pendapatan asli daerah.

3) Pengaruh Pajak Hiburan dan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah

Berdasarkan penelitian yang telah diperoleh mengenai nilai sign untuk pengaruh Pajak Reklame dan Pajak Hiburan adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan $f_{hitung} 13,636 >$ nilai $f_{table} 3,16$. Hal tersebut membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh Pajak Reklame dan Pajak Hiburan berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah.

Berdasarkan table dapat dilihat bahwa nilai dari *Adjusted R Square* sebesar 0,391 yang berarti 39,1% dan hal ini menyatakan bahwa variabel Pajak Reklame dan Pajak Hiburan sebesar 39,1% untuk mempengaruhi variabel Pendapatan Asli Daerah. Selanjutnya selisih $100\% - 39,1\% = 60,9\%$. Hal ini menunjukkan 60,9% tersebut adalah variabel lain yang tidak berkontribusi dalam penelitian ini.

5 Kesimpulan

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan penelitian yang dilakukan bahwa secara parsial Pajak Reklame berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah Pada Badan Pendapatan Asli Daerah Kota Medan.
2. Berdasarkan penelitian yang dilakukan bahwa secara parsial Pajak Hiburan berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah Pada Badan Pendapatan Asli Daerah Kota Medan.
3. Berdasarkan Penelitian yang dilakukan bahwa secara simultan Pajak Reklame dan Pajak Hiburan berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah.

B. Saran

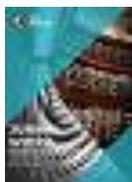
Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan maka selanjutnya peneliti memberikan saran agar kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait. Berikut merupakan saran yang diberikan oleh peneliti sebagai berikut :

1. Bagi Penulis
Dapat menjadi bahan pembelajaran, dan mengaplikasikan ilmu pengetahuan Pajak Reklame dan Pajak Hiburan
2. Bagi Pemerintah
Hasil penelitian memberikan informasi bagi pemerintah untuk mengetahui lebih mendalam mengenai pemungutan Pajak Reklame dan Pajak Hiburan memiliki pengaruh atau tidak dengan Pendapatan Asli Daerah (PAD) sehingga pemerintah dapat melakukan evaluasi dan mengembangkan potensi sumber-sumber PAD untuk menambah pendapatannya.
3. Bagi Akademik
Dengan adanya penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi penmabahan ilmu pengetahuan dipergustakaan universitas dan dapat memberikan referensi bagi mahasiswa lain.

Ucapan Terima Kasih

Saya Mengucapkan terima kasih kepada Universitas Potensi Utama yang telah menerima saya menjadi mahasiswa sehingga saya dapat menyelesaikan pendidikan saya sampai selesai. Saya Juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh dosen yang mengajar di Universitas Potensi Utama yang telah bersedia membimbing dan mengajar saya sampai saya menggapai gelar sarjana. Dan Saya Juga berterima kasih kepada staff staff Universitas Potensi Utama yang telah bersedia memberi arahan dan segala informasi yang ada di Universitas Potensi Utama.





Referensi

- [1] AAlfian Dandar Azmy, dan A. I. (2020). Pengaruh Kompensasi, Motivasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT Mustika Citra Rasa. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- [2] Abdul Halim, Icuk Rangga Bawono, dan A. D. (2016). *Perpajakan Konsep, Aplikasi, Contoh dan Studi Kasus*. Salemba Empat.
- [3] Ajzen. (1991). *The Theory Of Planned Behavior Organizational Behavior and Human Decision Processes*.
- [4] Arinandini. (2018). Pengaruh profitabilitas, Leverage, dan Kepemilikan Institutional pada Tax Avoidance. *E- Jurnal Akuntansi*.
- [5] Djaenuri, A. (2012). *Hubungan Keuangan Pusat daerah*. Ghalia Indonesia.
- [6] Firdausy, C. M. (2017). *Kebijakan dan Strategi Peningkata Pendapatan Asli daerah dalam Pembangunan Nasional*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- [7] Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Universitas Diponegoro.
- [8] Godfrey, J. (2010). *Accounting Theory (Edisi 7)*.
- [9] Halim, A. (2014). *Akuntansi Sektor Publik: Akuntansi Keuangan Daerah*. Salemba Empat.
- [10] Idiantoro, Nur Supomo, B. (2016). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Bisnis*. BPFE.
- [11] Indri Hawa Yani Indri Hawa Yani, henny Yulisiati Henny, D. I. (2024). Pengaruh Pajak Hotel, Pajak restoran, Pajak Hiburan, dan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Pada Kabupaten/ Kota di Provinsi Sumatera Selatan. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 10, 143–159.
- [12] Jensen., M. C. dan W. M. (1976). *Theory Of The Firm : Managerial Behavior Agency Cost and Ownership Structure*. *Journal Finance Economic*.
- [13] Lis Lestari Sukartiningsih, D. faisal. (2024). Analisis Pengaruh Pendapatan Pajak Reklame, Pajak Bumi dan Bangunan, Pajak Hiburan, Pajak Air Tanah Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Tobelo Kabupaten Halmahera Utara. *Akubis: Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 10, 29–40.
- [14] Manullang. (2019). *Manajemen Personal*. Ghalia Indonesia.
- [15] Mardiasmo. (2018). *Perpajakan (Edisi Revisi)*. Andi.
- [16] Muhammad Rafli Hudhawi Nasution, M. I. H. (2024). Pengaruh Pajak Hotel, Pajak Restoran, dan Pajak Hiburan Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kota Medan. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 3, 84–90.
- [17] Mutiarahajaran, Hapsari, & K. (2018). Pengaruh Pemungutan Pajak Hotel, Pajak restoran, dan Pajak Hiburan Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Semarang Tahun 2013-2017. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 2.
- [18] Rahmayani. (2019). Pengaruh Model Pembelajaran Discovery Learning dengan Menggunakan Media Video Hasil Belajar. *Ilmiah Sekolah Dasar*.
- [19] Resmi, S. (2016). *Perpajakan : Teori dan Kasus (Edisi Revi)*. Salemba Empat.
- [20] Resmi, S. (2019). *Perpajakan : Teori & Kasus (Edisi Sebe)*. Salemba Empat.
- [21] Siahaan, M. P. (2010). *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. Raja Grafindo Persada.
- [22] Soemitro, D. R. (2013). *Perpajakan (Edisi Revi)*.
- [23] Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- [24] Syahputri. (2019). Pengaruh profitabilitas, Likuiditas, Ukuran perusahaan Eksternal Pada perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI 2013 -2017.
- [25] TMBBooks. (2013). *Perpajakan Esensi dan Aplikasi*. Andi Offset.
- [26] Yuniati. (2016). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000. *Ilmu Dan Riset Manajemen*.

