

**PENGARUH PENERIMAAN PAJAK REKLAME DAN PAJAK RESTORAN TERHADAP
PENDAPATAN ASLI DAERAH KABUPATEN BANDUNG**

(Studi Kasus Pada Badan Keuangan Daerah Kabupaten Bandung Periode 2009 – 2016)

**Djodi Setiawan
Ujang Tayudin**

Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi Universitas Bale Bandung

ABSTRAK

Penelitian ini menjelaskan bagaimana pengaruh Pajak Reklame dan Restoran terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Bandung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Badan Keuangan Daerah Kabupaten Bandung dengan menggunakan data berupa realisasi penerimaan pendapatan daerah tahun 2009 – 2016.

Dimana hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial pajak reklame mempunyai pengaruh signifikan terhadap pendapatan asli daerah dimana hasil tersebut dibuktikan dengan hasil uji t hitung lebih besar dari t tabel ($5,029 > 2.44691$) dengan signifikansi $0,002 < 0,05$ dan juga terdapat pengaruh yang signifikan antara pajak restoran terhadap pendapatan asli daerah ini dibuktikan dengan hasil uji t dimana t hitung lebih besar daripada t tabel ($11,742 > 2.44691$) dan signifikansi ($0,000 < 0,05$). Dan hasil uji f menunjukkan hasil f hitung lebih besar dari f tabel $61,709 > 4,15$ berdasarkan hasil tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara penerimaan pajak Reklame dan Pajak Restoran terhadap pendapatan asli daerah di Kabupaten Bandung periode tahun 2009 – 2016.

Kata Kunci : Pajak Reklame, Pajak Restoran dan Pendapatan Asli Daerah

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pendapatan Asli Daerah merupakan salah satu sumber utama penerimaan pemerintah daerah untuk membiayai dan memenuhi kebutuhan belanja daerah itu sendiri baik belanja operasional, belanja modal, belanja tak terduga maupun transfer bagi hasil ke pemerintahan kota/kab/desa ataupun pembiayaan lainnya.

Tuntutan Pendapatan Asli Daerah (PAD) semakin besar seiring dengan semakin banyaknya kewenangan pemerintahan yang di limpahkan kepada daerah disertai pengalihan personil, peralatan, pembiayaan dan dokumentasi (P3D) ke daerah dalam jumlah besar. Sumber-sumber penerimaan daerah yang potensial harus digali secara maksimal, namun tentu saja didalam koridor peraturan Perundang-Undangan yang berlaku, termasuk diantaranya adalah pajak daerah dan retribusi daerah yang memang telah sejak lama menjadi unsur pendapatan asli daerah (PAD) yang utama.

Sesuai dengan tempat peneliti yang melakukan penelitian di Pemerintahan Kabupaten Bandung. pendapatan asli daerah Kabupaten Bandung dalam tahun 2009 sampai tahun 2016 rata-rata mengalami peningkatan dalam setiap tahunnya, tetapi terdapat penurunan ditahun 2016. Untuk menjaga agar Pendapatan Asli Daerah (PAD) tetap naik seperti tahun-tahun sebelumnya Pemerintah Kab. Bandung harus mencari solusi supaya pendapatan asli daerah tidak mengalami penurunan, maka dari itu, peneliti ingin melihat hal-hal yang mempengaruhi terhadap total pendapatan asli daerah. Bila melihat dari rencana penganggaran hasil realisasi pada setiap tahunnya selalu melebihi target. Tentu hal ini harus dipertahankan supaya pendapatan asli daerah dapat meningkat dan stabil pada setiap tahunnya.

Dalam hal ini peneliti menekankan pada Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang dapat digambarkan bahwa pendapatan asli daerah merupakan semua penerimaan yang diperoleh dari sumber-sumber dalam wilayahnya sendiri. Maka dari itu, (PAD) harus dapat dipertahankan tingkat penerimaannya bahkan terdapat mungkin ditingkatkan dan bilamana terjadi penurunan maka Pemerintah Kabupaten Bandung harus cepat menyikapinya. agar pendapatan asli daerah ini dapat menjadi salah satu sumber bagi pembelanjaan pada tahun anggaran berikutnya. Disini peneliti mencoba untuk meneliti lebih jauh tentang (PAD) dan hal-hal apa saja yang dapat mempengaruhi naik turunnya pendapatan asli daerah di Kabupaten Bandung.

Sumber-sumber dari Pendapatan Asli Daerah (PAD) telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, dimana dalam Undang-Undang tersebut telah dijelaskan mengenai ketentuan umum dan pembagian sumber-sumber pendapatan daerah baik Provinsi maupun Kabupaten atau Kota.

Pendapatan asli daerah menjadi salah satu hal terpenting bagi pembiayaan Pemerintahan Daerah dalam menjalankan sistem Pemerintahannya. salah satu sumber pendapatan asli daerah yakni yang bersumber dari pajak. Beberapa jenis pajak daerah di Indonesia, yaitu pajak daerah tingkat I Propinsi yang terdiri dari pajak kendaraan bermotor dan kendaraan diatas air, bea milik nama kendaraan bermotor dan kendaraan diatas air, pajak bahan bakar kendaraan bermotor, dan pajak pengambilan dan pemanfaatan air bawah tanah dan air permukaan. Sedangkan pajak Daerah tingkat II yang terdiri dari pajak hotel dan restoran, pajak hiburan, pajak reklame, pajak penerangan jalan, pajak pengambilan bahan galian golongan C, dan pajak parkir. (Siti Kurnia Rahayu, 2010:46).

Dari pemaparan ahli diatas bahwa pendapatan asli daerah (PAD) bersumber dari pajak daerah yang salah satunya adalah bersumber dari pajak reklame. Dengan demikian tidak menutup kemungkinan bahwa pajak reklame dapat mempengaruhi pendapatan asli daerah (PAD). Pajak reklame merupakan pajak atas penyelenggaraan reklame. reklame yaitu benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, digunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan / atau dinikmati oleh umum. (Oyok Abuyamin 2010:394).

Adapun potensi pajak reklame di Kabupaten Bandung juga besar karena luas wilayah Kabupaten Bandung mencapai 31 kecamatan yang menjadi andalan Kabupaten Bandung dalam meraih Pendapatan Asli Daerah, tapi masih kurangnya penertiban dari pajak reklame masih banyak reklame yang dipasang tanpa membayar pajak, oleh karenanya Dinas-dinas terkait harus segera memetakan potensi dari pajak reklame.(Pikiran Rakyat 29/06/2012).

Pengaruh Pajak Reklame dan Restoran Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Bandung | Djodi Setiawan, Ujang Tayudin

Media periklanan (reklame) merupakan strategi yang dilakukan perusahaan hiburan dalam memperkenalkan dan memasarkan produknya sehingga pendapatan perusahaan hiburan menjadi meningkat dan dapat memperluas pangsa pasar mereka. (Tommi Effendi, 2013). dalam ilmu *marketing* terdapat bauran pemasaran yang digunakan oleh perusahaan atau industri yang bertujuan untuk memasarkan atau memperkenalkan produknya, baik barang maupun jasa. salah satu bauran pemasaran tersebut adalah promosi yang terdiri antara lain iklan, reklame dan promosi penjualan. maka dari itu, prospek pajak reklame di Kabupaten Bandung cukup potensial untuk waktu yang akan datang.

Pajak Restoran Merupakan jenis pajak daerah yang memberikan potensi terhadap peningkatan pendapatan asli daerah. Menurut Oyok Abuyamin (2010:394). Pajak Restoran merupakan pajak atas pelayanan yang disediakan oleh restoran. Restoran merupakan fasilitas penyedia makanan dan/atau minuman dengan dipungut bayaran, yang mencakup juga rumah makan, kafetaria, kantin, warung, bar, dan sejenisnya termasuk jasa boga/katering. Adapun pajak restoran di Kabupaten Bandung hingga saat ini masih banyak restoran yang membayarnya secara flat, dari 639 (enam ratus tiga puluh sembilan) restoran yang ada di Kabupaten Bandung hanya 10% (sepuluh persen) dari jumlah tersebut yang sudah membayar pajak restoran. hal ini menyebabkan kurangnya pemasukan pendapatan asli daerah. (Inilah.com).

Pajak Restoran merupakan bagian dari sumber pendapatan asli daerah (PAD) yang diandalkan serta mempunyai peran penting bagi pendapatan asli daerah (PAD) ,karena Kabupaten Bandung menjadi salah satu Kabupaten wisata kuliner dengan besarnya jumlah restoran yang tersebar di Kabupaten Bandung. Pajak restoran sendiri berkontribusi besar pada Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Bandung. Pemerintah Kabupaten Bandung mencatat pendapatan pajak restoran tumbuh cukup signifikan hingga laju pendapatan asli daerah (PAD) dari pajak restoran yang pada akhirnya meningkat dan dapat mempengaruhi pendapatan asli daerah (PAD) di Kabupaten Bandung.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang pajak reklame dan pajak restoran yang merupakan salah satu jenis pajak daerah yang diharapkan dapat memberikan andil yang besar dalam peningkatan pendapatan asli daerah sehingga dapat mensukseskan pembangunan daerah. Maka dalam penelitian ini penulis tertarik dengan mengambil judul “**Pengaruh Penerimaan Pajak Reklame Dan Pajak Restoran Terhadap Pendapatan Asli daerah Kabupaten Bandung (Studi Kasus Pada Badan Keuangan Daerah Kabupaten Bandung Periode 2009 -2016)**”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, maka masalah yang akan diteliti dan dibahas adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh penerimaan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerahsecara parsial pada Pemerintahan Kabupaten Bandung Tahun 2009 - 2016.
2. Bagaimana pengaruh penerimaan pajak restoran terhadap Pendapatan Asli Daerahsecara parsial pada Pemerintahan Kabupaten Bandung Tahun 2009 – 2016.
3. Bagaimana pengaruh penerimaan pajak reklame dan pajak restoran terhadap Pendapatan Asli Daerahsecara simultan pada Pemerintahan Kabupaten Bandung Tahun 2009 – 2016.

1.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Badan Keuangan Daerah Kabupaten Bandung yang beralamat di Komplek Pemerintahan Daerah Kabupaten Bandung Jalan Raya Soreang Km. 17 No. Telpon/Fax. 022 5892926 dengan Waktu pelaksanaan penelitian skripsi ini dilaksanakan dalam waktu kurang lebih enam bulan, dimulai bulan Maret 2017 sampai dengan bulan Agustus 2017

II. Kajian Pustaka, Kerangka Pemikiran Dan Hipotesis

2.1 Kajian Pustaka

1. Pajak Reklame

Menurut Oyok Abuyamin (2010:394) dalam buku perpajakan pusat dan daerah menjelaskan bahwa : "Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame." Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan dinikmati oleh umum.

2. Pajak Restoran

Perda Kab. Bandung No. 6 Tahun 2016 Bab 1 Ketentuan Umum Pasal 1 angka 11 menjelaskan bahwa : "Pajak restoran adalah pajak atas pelayanan yang disediakan oleh restoran".

Menurut Oyok Abuyamin (2010:394) restoran adalah fasilitas penyedia makanan dan atau minuman dengan dipungut bayaran, yang mencakup juga rumah makan, kafetaria, kantin, warung, bar, dan sejenisnya termasuk jasa boga/katering.

3. Pendapatan Asli Daerah

Menurut Marihot P. Siahaan (2009:14) menjelaskan, Pendapatan Asli Daerah (PAD) yaitu pendapatan yang diperoleh daerah dan dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan Perundang-Undangan yang meliputi:

1. "Pajak daerah
2. Retribusi daerah, Termasuk hasil dan pelayanan badan umum (BLU) daerah
3. Hasilpengelolaan kekayaan yang dipisahkan antara lain bagian laba dari BUMD, hasil kerja sama dengan pihak ketiga
4. Lain-lain PAD yang sah".

Dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang perimbangan keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah Bab 1 ketentuan umum pasal 1 ayat 18 Menjelaskan bahwa : "Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah pendapatan yang diperoleh daerah yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan perundang-undangan"

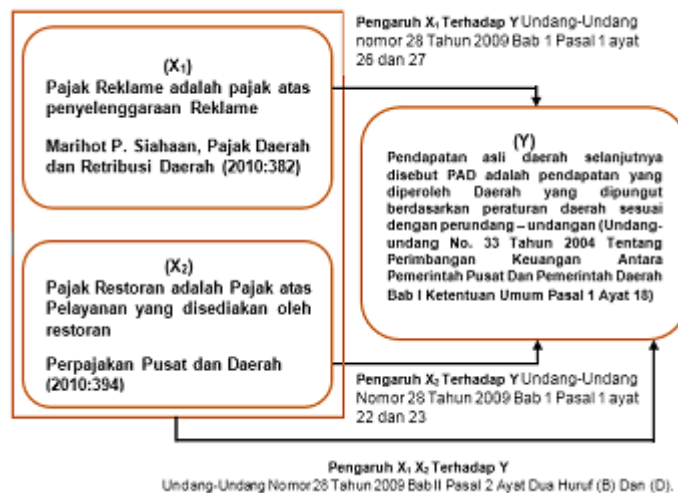
2.2 Kerangka Pemikiran

Pajak reklame termasuk kedalam sumber dari pendapatan pajak daerah dalam upaya meningkatkan pendapatan asli daerah sesuai dengan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Bab II Pasal 2 Ayat 2 huruf (d).

Pajak Restoran menurut Jurnal ilmiah Nur Setyo (Fakultas Ekonomi Universitas Pengaraian) menjelaskan pajak restoran tidak berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah.

Pajak Reklame dan Pajak Restoran juga menunjukkan bahwa secara simultan berpengaruh terhadap Pendapatan Asli Daerah. Berikut paradigma dalam penelitian ini :

Pengaruh Pajak Reklame dan Restoran Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Bandung | Djodi Setiawan, Ujang Tayudin



Gambar 1
Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan judul penelitian dan konsep hipotesis di atas, maka penulis mengemukakan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif secara parsial antara Penerimaan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Bandung periode 2009-2016.
2. Terdapat pengaruh positif secara parsial antara Pajak Restoran terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Bandung periode 2009-2016.
3. Terdapat pengaruh positif secara simultan antara Penerimaan Pajak Reklame dan Pajak Restoran terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Bandung periode 2009-2016.

III. Objek dan Metode Penelitian

3.1 Objek Penelitian

Objek dari penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah Penerimaan Pajak Reklame, Pajak Restoran dan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Bandung. penelitian ini bertempat di Badan Keuangan Daerah (BKD) Pemerintahan Kabupaten Bandung. Selain dari itu Badan Keuangan Daerah Kabupaten Bandung mempunyai data-data yang lengkap dari tiap tahunnya, dengan itu dapat membantu menunjang pelaksanaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian dalam yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian studi kasus dengan menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, karena penelitian ini menekankan pada data-data numerik (angka).

Penulis menggunakan metode tersebut, karena penelitian ini ditujukan untuk menggambar pengaruh Pajak Reklame dan Pajak Restoran terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD), dimana ketiga data tersebut merupakan data kuantitatif.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari lembaga yang diteliti berupa laporan realisasi pendapatan daerah yang kemudian teliti kembali sesuai dengan kebutuhan dalam penulisan penelitian ini.

3.2.1 Operasionalisasi variabel

Tabel 1 : Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Skala
X ₁ Pajak Reklame (Variabel Bebas)	Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum. Oyok Abuyamin Perpajakan Pusat dan Daerah (2010:394)	Rasio
X ₂ Pajak Restoran (Variabel Bebas)	Pajak Restoran adalah pajak atas pelayanan yang disediakan oleh restoran (Perda Kab. Bandung No. 6 Tahun 2016 Bab 1 Ketentuan Umum Pasal 1 angka 11)	Rasio
Y Pendapatan Asli Daerah (Variabel Terikat)	Pendapatan Asli Daerah yaitu pendapatan yang diperoleh daerah dan dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan daerah sesuai dengan peraturan Perundang-Undangan, meliputi Pajak Daerah, Retribusi Daerah, termasuk hasil dan pelayanan badan umum (BLU) Daerah, hasil pengelolaan kekayaan yang di pisahkan, antara lain bagian laba dari BUMD, hasil kerja sama dengan pihak ketiga dan lain PAD yang sah. Marihut P.Siahaan Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (2009:14)	Rasio

3.2.2 Populasi dan Sampel

3.2.2.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono dalam bukunya Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (2014:80) adalah:

“Wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 15 data yang terdapat di Badan Keudangan Daerah Kabupaten Bandung yang berupa rekapitulasi pendapatan daerah.

3.2.2.2 Sampel

Sampel menurut Sugiyono dalam bukunya Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D(2014:81)

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.

Sampel dalam penelitian ini berjumlah 7 data yang berupa data rekapitulasi pendapatan daerah Kabupaten Bandung, dalam menentukan sampel peneliti menggunakan teknik *sampling purposive*, yang mana menurut Sugiyono dalam bukunya Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (2014:85) disebutkan

bahwa: “*sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”.

3.2.3 Metode Analisis

3.2.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan peneliti untuk mengetahui keadaan naik turunnya variabel yang diteliti. Hal ini sesuai dengan pendapat Sugiyono dalam bukunya *Statistika Untuk Penelitian* (2015:275), beliau mengemukakan bahwa:

”Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaikurunkan nilainya). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2”.

3.2.3.2 Analisis Koefisien Korelasi

Korelasi pada dasarnya merupakan nilai yang menunjukkan tentang adanya hubungan antara dua variabel atau lebih serta besarnya hubungan tersebut. Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan sebab akibat yang terjadi antar variabel. Adapun langkah-langkah perhitungan uji statistik dengan menggunakan analisis korelasi dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Koefisien Korelasi Pearson

Koefisien korelasi pearson yaitu untuk mengetahui kuat lemahnya hubungan antara variabel X_1 dengan variabel Y , variabel X_2 dengan variabel Y , serta variabel X_1 dengan variabel X_2 .

2. Koefisien Korelasi Ganda

Koefisien korelasi ganda yaitu untuk mengetahui kuat lemahnya hubungan antara variabel X_1 dan variabel X_2 secara bersama-sama dengan variabel Y .

3.2.3.3 Koefisien Determinasi

Setelah koefisien korelasi ganda (R) diketahui serta untuk membuktikan hasil pengaruh secara simultan, maka selanjutnya adalah menghitung koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \cdot 100\%$$

Sumber : Sugiyono (2012:240)

Keterangan :

Kd = Koefisien Determinasi

r^2 = Koefisien Korelasi Dikuadratkan

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah:

1. Jika Kd mendekati nol (0), maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat lemah.
2. Jika Kd mendekati satu (1), maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat kuat.

3.2.3.4 Pengujian Hipotesis

Menurut Sugiyono dalam bukunya *Metode Penelitian Bisnis* (2012:64) bahwa : “Hipotesis diartikan sebagai dugaan atas jawaban sementara mengenai suatu masalah yang masih perlu diuji secara empiris untuk mengetahui apakah pernyataan atau dugaan jawaban itu dapat diterima atau tidak”.

Hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian iniberkaitan dengan ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hipotesis nol (H_0) tidak terdapat pengaruh yang signifikan dan hipotesis alternatif (H_a) menunjukkan adanya dampak antar variabel bebas dan variabel terikat. Adapun rancangan pengujian hipotesis yang akan digunakan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Uji Signifikansi Parsial (Hasil Uji t)

Setelah diketahui nilai t_{hitung} selanjutnya membuat kesimpulan mengenai kesimpulan diterima atau tidaknya hipotesis setelah dibandingkan antara t_{hitung} dengan ketentuan uji kriteria sebagai berikut:

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ untuk koefisien positif, maka H_0 ditolak dan H_a diterima (berpengaruh)
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ untuk koefisien negatif, maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak berpengaruh)
- Jika nilai $t - sig < \beta 0,05$ maka H_0 ditolak

2. Uji Signifikansi Parsial (Hasil Uji F)

Setelah menghitung nilai f_{hitung} selanjutnya membuat kesimpulan mengenai kesimpulan diterima atau tidaknya hipotesis setelah dibandingkan antara f_{hitung} dan f_{tabel} dengan ketentuan uji kriteria sebagai berikut:

- Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ untuk koefisien positif, maka H_0 ditolak dan H_a diterima (berpengaruh)
- Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ untuk koefisien negatif, maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak berpengaruh)
- Jika menggunakan program komputer (*software SPSS*) dan nilai $sig < \alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak.

IV. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 2 : Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a		
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients
	B		Beta
(Constant)	58,763	200,975	
1 Pajak_Reklame	-74,068	124,268	-,151
Pajak_Restoran	84,258	19,019	1,120

a. Dependent Variable: y_PAD

Sumber : Pengolahan data dengan menggunakan IBMS SPSS Statistic 20

Dari data diatas dapat dibuat persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 58,728 + -74,040 X_1 + 84,252 X_2$$

Keterangan:

- Y = Pajak Reklame
 X_1 = Pajak Restoran
 X_2 = Pendapatan Asli Daerah

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan bahwa:

- Konstanta sebesar 58,728

**Pengaruh Pajak Reklame dan Restoran Terhadap
Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Bandung | Djodi
Setiawan, Ujang Tayudin**

Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel independen ditiadakan atau penerimaan pajak reklame (X_1) dan Pajak Restoran (X_2) nilainya 0, maka variabel (Y) pendapatan asli daerah adalah 58,728.

2. Koefisien regresi penerimaan pajak reklame (X_1) sebesar -74,040 Hal ini menunjukkan indikasi adanya hubungan yang tidak searah yang artinya jika nilai variabel penerimaan pajak reklame (X_1) naik 1% (0,01) maka akan menyebabkan penurunan pendapatan asli daerah sebesar -74,040 dengan asumsi variabel lain tetap.
3. Koefisien regresi pajak restoran (X_2) sebesar 84,252 Hal ini menunjukkan indikasi adanya hubungan yang searah yang artinya jika nilai variabel pajak restoran (X_2) naik 1% (0,01) maka akan menyebabkan kenaikan pendapatan asli daerah sebesar 84,252 dengan asumsi variabel tetap.

4.1.2 Analisis Korelasi Ganda

Tabel 3 : Hasil Uji Korelasi Pearson

		x1_Pajak_Reklame	x2_Pajak_Restoran	y_PAD
x1_Pajak_Reklame	Pearson Correlation	1	,937 ^{**}	,899 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		,001	,002
	N	8	8	8
x2_Pajak_Restoran	Pearson Correlation	,937 ^{**}	1	,979 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,001		,000
	N	8	8	8
y_PAD	Pearson Correlation	,899 ^{**}	,979 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	
	N	8	8	8

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Pengolahan data dengan IBM SPSS Statistic 20

Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai koefisien korelasi parsial X_1 terhadap Y adalah sebesar 0,899, X_2 terhadap Y adalah sebesar 0,979, X_1 terhadap X_2 adalah sebesar 0,937, maka hasil-hasil tersebut sesuai dengan perhitungan manual yang dilakukan peneliti dengan menggunakan rumus korelasi ganda dua variabel.

Berikut adalah hasil uji korelasi secara simultan dengan menggunakan *IBM SPSS Statistic 20*:

**Tabel 4 : Hasil Uji Korelasi Secara Simultan (R)
Model Summary^p**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,980 ^a	,961	,945	62,14553

a. Predictors: (Constant), x2_Pajak_Restoran, x1_Pajak_Reklame

b. Dependent Variable: y_PAD

Sumber : Pengolahan data dengan IBM SPSS Statistic 20

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai R adalah 0,980 nilai tersebut sama dengan nilai koefisien korelasi secara simultan (bersama-sama) antara variabel X_1 pajak reklame dan X_2 pajak restoran terhadap Y pendapatan asli daerah. Korelasi positif menunjukkan bahwa hubungan antara pajak reklame dan pajak restoran terhadap

pendapatan asli daerah secara simultan adalah searah. artinya jika pajak reklame dan pajak restoran naik, maka pendapatan asli daerah pun akan mengalami kenaikan. jika melihat dari interval koefisien, angka 0,980 berada di antara 0,80-1,000 yang artinya variabel X_1 pajak reklame dan X_2 pajak restoran memiliki hubungan yang sangat kuat dengan variabel Y pendapatan asli daerah (lihat tabel 3.4 Pedoman untuk Memberikan Interpretasi terhadap Koefisien Korelasi).

4.1.3 Uji t (Parsial) dan Uji F (Simultan)

1. Uji t (Parsial)

Tabel 5 : Hasil Uji t

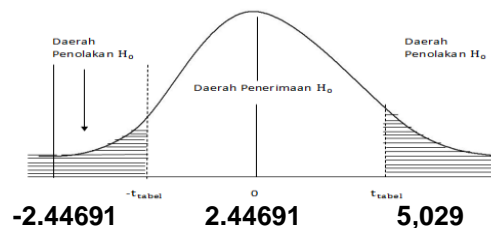
Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-671,481	232,962		-2,882	,028
	x1_Pajak_Reklame	441,858	87,870	,899	5,029	,002
	x2_Pajak_Restoran	73,635	6,271	,979	11,742	,000

a. Dependent Variable: y_PAD

Sumber : Pengolahan data dengan IBM SPSS Statistic 20

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa :

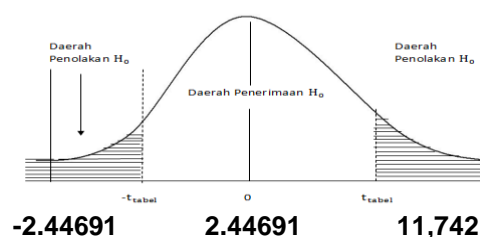
- Nilai t_{hitung} untuk variabel Pajak Reklame adalah sebesar 5,029. Selanjutnya untuk menggambarkan daerah penerimaan dan penolakan terhadap sebuah hipotesis dapat digambarkan dengan uji dua pihak daerah penerimaan dan penolakan hipotesis.



Gambar 2 : Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 X_1 Y

Diketahui nilai t_{hitung} menunjukkan X_1 yaitu variabel yaitu pajak reklame memiliki nilai lebih besar dari t_{tabel} dengan nilai $5,029 > 2,44691$ ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dan signifikansi ($0,002 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah Kab. Bandung periode 2009-2016.

- Nilai t_{hitung} untuk variabel Pajak Restoran dapat dilihat yaitu sebesar 11,742. Selanjutnya untuk menggambarkan daerah penerimaan dan penolakan terhadap sebuah hipotesis dapat digambarkan dengan uji dua pihak daerah penerimaan dan penolakan hipotesis.



Gambar 3 : Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 X_2

Diketahui nilai t_{hitung} menunjukkan X_2 yaitu variabel pajak restoran memiliki nilai lebih besar dari t_{tabel} dengan nilai $11,742 > 2.44691 (t_{hitung} > t_{tabel})$ dan signifikansi $(0,000 < 0,05)$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara pajak restoran terhadap pendapatan asli daerah Kab. Bandung periode 2009-2016.

2. Uji F (Simultan)

Tabel 6 : Hasil Uji F

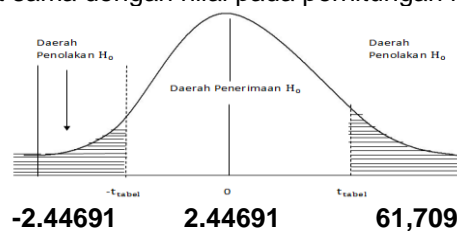
ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	476650,523	2	238325,261	61,709	,000 ^b
	Residual	19310,337	5	3862,067		
	Total	495960,860	7			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x2, x1

Sumber: *Pengolahan Data dengan IBM SPSS Statistic 20*

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} adalah sebesar 61,709 yang jika dilihat maka nilai tersebut sama dengan nilai pada perhitungan manual.



Gambar 4 : Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 $X_1 X_2$ terhadap Y

Dari tabel dan gambar di atas dapat diketahui bahwa nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($61,709 > 4,15$) dan signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan yang secara sama-sama antara pajak reklame dan pajak restoran terhadap pendapatan asli daerah Kab. Bandung periode 2009-2016.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Parsial Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kab. Bandung Periode 2009-2016

Berdasarkan hasil uji pengaruh secara parsial (Uji t) yang menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel (X_1) pajak reklame lebih besar dari t_{tabel} yaitu $5,029 > 2.44691 (t_{hitung} > t_{tabel})$ dengan signifikansi $0,002 < 0,05$, berdasarkan perhitungan tersebut, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah Kab. Bandung periode 2009-2016.

4.2.2 Pengaruh Parsial Pajak Restoran Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kab. Bandung Periode 2009-2016

Berdasarkan hasil uji pengaruh secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel pajak restoran terhadap pendapatan asli daerah lebih besar dari t_{tabel} yaitu $11,742 > 2.44691 (t_{hitung} > t_{tabel})$ dengan signifikansi $(0,000 < 0,05)$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara pajak restoran terhadap pendapatan asli daerah Kab. Bandung periode 2009-2016.

4.2.3 Pengaruh Simultan Pajak Reklame Dan Pajak Restoran Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kab. Bandung Periode 2009-2016

Berdasarkan pada tabel 4.15 diatas hasil dari pengujian hipotesis (Uji F) diperoleh nilai signifikansi model regresi secara simultan sebesar 0,000 nilai ini lebih kecil dari *significance level* 0,05 (5%), yaitu $0,000 < 0,05$. selain itu dapat dilihat dari hasil perbandingan antara F_{hitung} dan F_{tabel} yang menunjukkan nilai F_{hitung} yaitu sebesar 61,709 sedangkan F_{tabel} sebesar 4,15. dari hasil tersebut bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $61,709 > 4,15$, berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa secara simultan H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dari itu menunjukkan bahwa secara simultan variabel bebas penerimaan pajak reklame dan pajak restoran berpengaruh signifikan terhadap pendapatan asli daerah. besar pengaruh pajak reklame dan pajak restoran yaitu sebesar 96,01% sesuai hasil perhitungan korelasi secara simultan dengan dibuktikan oleh tabel 4.12 hasil uji korelasi simultan dengan menggunakan bantuan program pengolahan data dengan *IBM SPSS Statistic 20* dan sisanya 3,09% dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar model penelitian ini seperti dari sumber jenis-jenis pajak daerah, retribusi daerah, badan usaha milik daerah BUMD atau pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan dan lain-lain PAD yang sah.

V. Simpulan dan Saran

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan di Badan Keuangan Daerah Pemerintahan Kabupaten Bandung, penulis mengambil judul pengaruh penerimaan pajak reklame dan pajak restoran terhadap pendapatan asli daerah Kab. Bandung periode 2009-2016, maka dari hasil penelitian ini penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pajak reklame mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan asli daerah, dari hasil analisis uji pengaruh antara pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel penerimaan pajak reklame lebih besar dari pada t_{tabel} ($t_{hitung} > t_{tabel}$), dalam hal ini berarti penerimaan pajak reklame mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan asli daerah Kabupaten Bandung dalam periode 2009-2016.
2. Pajak restoran mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan asli daerah, hal ini dapat dibuktikan dengan hasil analisis uji parsial variabel pajak restoran t_{hitung} pajak restoran lebih besar dari t_{tabel} ($t_{hitung} > t_{tabel}$) untuk periode 2009-2016.
3. Secara simultan kedua variabel independen (bebas) X_1 pajak reklame dan X_2 pajak restoran berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (terikat) Y pendapatan asli daerah pada periode 2009-2016. hal ini bisa ditunjukkan dengan hasil analisis uji simultan yang menunjukkan perbandingan antara F_{hitung} dan F_{tabel} bahwa F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel} pada periode 2009-2016.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian dengan judul penerimaan pajak reklame dan pajak restoran terhadap pendapatan asli daerah Kab. Bandung selama periode 2009-2016, penulis dapat memberikan saran yang dapat bermanfaat dari hasil penelitian yang dilakukan ini. dari hasil penelitian ini Pemerintah Kabupaten Bandung mampu menggali sumber-sumber yang dapat meningkatkan pendapatan asli daerah yang dapat membiayai daerahnya sendiri. adapun saran hasil dari penelitian ini yaitu :

1. Peningkatan pengawasan petugas pemungut pajak harus di tingkatkan dengan cara mengawasi secara langsung terjun ke lapangan dan mendata ulang setiap badan/orang yang sudah terdaftar sebagai wajib pajak untuk mencegah terjadinya manipulasi dan kecurangan oleh pemungut pajak. dengan hal ini pajak reklame harus dipertahankan dan lebih ditingkatkan karena pajak reklame setiap tahunnya terus mengalami peningkatan, adapun Pemerintah Kabupaten Bandung harus terus mencari potensi-potensi yang ada di wilayah Kabupaten Bandung untuk dijadikan

**Pengaruh Pajak Reklame dan Restoran Terhadap
Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Bandung | Djodi
Setiawan, Ujang Tayudin**

- sumber penerimaan pajak reklame, antara lain dengan menggali objek-objek reklame baru yang dapat dikenakan pajak reklame karena potensi pajak reklame cukup diandalkan untuk meningkatkan pendapatan asli daerah di Kabupaten Bandung.
2. Penerimaan pajak restoran di Kabupaten Bandung sudah cukup baik sehingga harus dipertahankan dan harus lebih ditingkatkan dengan cara mensosialisasikan peraturan daerah kepada setiap orang/badan yang sudah dikenakan wajib pajak restoran untuk menumbuhkan tingkat kesadaran dalam membayar pajak, dengan hal itu penerimaan pajak restoran dapat terus meningkat pada setiap tahunnya, karena penerimaan pajak restoran cukup berpotensi besar untuk meningkatkan pendapatan asli daerah di Kabupaten Bandung.
 3. Pendapatan asli daerah harus dapat dipertahankan dan terus ditingkatkan agar mampu membiayai daerahnya sendiri. pendapatan asli daerah dalam periode 2009-2016 selalu mengalami peningkatan yang salah satu sumber nya yaitu dari pajak reklame dan pajak restoran, kedua jenis pajak tersebut dapat mempengaruhi besar/kecilnya pendapatan asli daerah pada setiap tahunnya, adapun peningkatan pendapatan asli daerah di Kabupaten Bandung yaitu dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yaitu jenis-jenis pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah yang peneliti tidak diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Abuyamin Oyok. 2010 *Perpajakan Pusat dan Daerah*. Bandung. Humaira.
- Agoes Sukrisno. Trisnawati Estralita. 2013. *Akuntansi Perpajakan*, Jakarta. Salemba Empat
- Bastian Indra. 2010. *Akuntansi Sektor Publik*. Suatu Pengantar. Edisi Ketiga. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Fahmi, Irham. 2014. *Analisis Kinerja Keuangan*. Bandung: ALFABETA.
- Kasmir. 2015. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Mursyidi. 2010. *Akuntansi Dasar*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Mardiasmo. 2009. *Akuntansi Sektor Publik*. Yogyakarta. C.V Andi Offset.
- Mochammad Nazir. 2010 *Metode Penelitian*. Bogor. Galia Indonesia
- Murhadi, R. Werren. 2013. *Analisis Laporan Keuangan, Proyeksi dan Valuasi Saham*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rahardjo Adisasmita. 2011. *Pembiayaan Pembangunan Daerah*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Samryn. 2012. *Pengantar Akuntansi : mudah membuat jurnal dengan pendekatan siklus transaksi*. Jakarta. Rajawali Pers
- Sadeli, Lili M. 2012. *Dasar-dasar Akuntansi*.
- Siahaan 2010. *Pajak Daerah dan Retibusi Daerah*. Edisi Revisi Cetakan Ke 4. jakarta : Rajawali Pers
- Sofyan Syafri Harahap. *Teori Akuntansi*. 2011. Jakarta. Rajawali Pers.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit: Alfabeta.

Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. 2012. Bandung Alfabeta.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. 2014. Bandung. Alfabeta.

e-Jurnal Eka Arif Rustanto, Siti Nurlaela, Anita Wijayanti Fakultas Ekonomi. Universitas Islam Batik Surakarta Vol 11. Tahun 2014.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah Dan Retribusi Daerah

e-Jurnal Sayugo Adi Purwanto. Universitas. STIE Muhammadiyah Tanjung Redeb Vol. Paramita, Vidya. 2013. Pengaruh Hasil Pemungutan Pajak Hotel dan Pajak Restoran Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung. Bandung.

Hadis Nirbeta. 2013. Pengaruh Pemungutan Pajak Reklame, Hotel, Pajak, Hiburan, Pajak Penerangan Jalan, Pajak Restoran, dan Pajak Parkir Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Tanjungpinang Periode 2010-2012.

Siti Kurnia Rahayu, 2010 .PERPAJAKAN INDONESIA : Konsep dan Aspek Formal, Yogyakarta : Graha Ilmu.

Tommi Effendi. (2013). Pengaruh Pemungutan Pajak Hiburan dan Pajak Reklame Terhadap Penerimaan Pajak Daerah: Studi Empirik Pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Cimahi. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2004 Tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintahan Pusat dan Pemerintahan Daerah.

Undang-Undang UU No. 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.