

ANALISIS PENGARUH PAJAK REKLAME TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH KABUPATEN SIDOARJO TAHUN 2013-2017

Novera Intan Hapsari Suwarno Putri

S1 Ilmu Administrasi Negara, Jurusan Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum
Universitas Negeri Surabaya
noverahapsari96@gmail.com

Muhammad Farid Ma'ruf, S.Sos., M.AP.

S1 Ilmu Administrasi Negara, Jurusan Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum
Universitas Negeri Surabaya
muhammadfarid@unesa.ac.id

Abstrak

Otonomi daerah yang diberlakukan di Indonesia menuntut daerah untuk menjadi daerah yang mandiri dengan dapat mengelola urusan pemerintahannya sendiri. Dengan adanya beban otonomi daerah diharapkan pemerintah daerah bisa memaksimalkan potensi daerahnya. Potensi yang dapat dioptimalkan oleh pemerintah daerah salah satunya adalah sektor keuangan yang nantinya akan dijadikan modal untuk dijadikan pembangunan infrastruktur maupun sumber daya manusia yang nantinya akan memberikan efek dalam mensejahterakan masyarakat. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah di Kabupaten Sidoarjo. Jenis penelitian yang digunakan menggunakan pendekatan kuantitatif dan data sekunder berupa *time series* periode 2013-2017. Variabel penelitian terdiri dari variabel dependen yaitu pendapatan asli daerah (Y) dan variabel independen yaitu pajak reklame (X). Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan regresi linier sederhana. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pajak reklame berpengaruh terhadap pendapatan asli daerah, namun tidak secara signifikan. Dibuktikan melalui pengujian dimana variabel pajak reklame dengan t hitung sebesar 2,576 lebih kecil daripada t tabel 3,182 ($t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$) atau nilai signifikan lebih besar daripada α $0,082 > 0,05$. Tetapi pajak reklame memiliki hubungan yang positif antara pajak reklame dengan pendapatan asli daerah.

Kata Kunci: Pengaruh, Pajak, Reklame.

Abstract

Regional autonomy imposed in Indonesia requires the regions to become independent regions by being able to manage their own government affairs. With the burden of regional governments can maximize their regional potential. One of the potentials that can be optimized by the regional government is the financial sector which will later be used as capital to be used as infrastructure development and human resources which will later have an effect on the welfare on society. The formulation of the problem in this study is to find out how much influence the advertisement tax has on regional income in Sidoarjo Regency. The type of research used is using quantitative estimation and secondary data in the form on time series for the 2013-2017 period. The research variable consisted of the dependent variable namely regional original income (Y) and the independent variable namely advertisement tax (X). the collected data will be analyzed using simple linear regression. Based on the results of the study show that advertisement tax has an effect on local revenue, but not significantly. It is proven by testing where advertisement tax variable with t count equal to 2.576 is smaller than t table 3.182 ($t \text{ count} < t \text{ table}$) or significant value greater than α $0.082 > 0.05$. But advertisement tax has a positive relationship between advertisement tax and regional real income.

Keywords: Influence, Tax, Advertisement.

PENDAHULUAN

Definisi Otonomi Daerah menurut Undang-Undang No. 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah yaitu daerah memiliki hak, kewenangan, dan kewajiban untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintah dan kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku yang bertujuan untuk kesejahteraan masyarakat.

Setelah diberlakukannya otonomi daerah dan adanya beban yang diberikan kepada pemerintah daerah untuk mengurus urusannya sendiri, maka daerah diberi kewenangan oleh pemerintah pusat mengenai pengaturan tentang keuangan daerah. Wewenang tersebut meliputi anggaran untuk penerimaan dan juga anggaran belanja yang merupakan sumber pembiayaan dalam menyelenggarakan pemerintahan daerah. Hal ini biasa disebut dengan desentralisasi fiskal. Menurut Bahl (2008) :

“Desentralisasi fiskal merupakan transfer tanggung jawab dan kewenangan anggaran untuk penerimaan dan belanja dari pemerintah pusat kepada pemerintah daerah serta memberikan mereka kekuatan untuk membuat keputusan.”

Daerah dituntut untuk mengelola potensi-potensi yang dimiliki serta memiliki kemampuan dalam pengelolaan yang baik untuk meningkatkan sumber pendapatan daerah. Hal ini dapat ditunjukkan dalam kinerja pengelolaan pendapatan daerah yang meningkatkan penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) karena pada dasarnya Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan sumber pendapatan daerah yang cukup potensial apabila dikelola dengan baik. Abdul Halim (2004) menyatakan bahwa :

“Pendapatan Asli Daerah adalah penerimaan yang diperoleh dari sumber-sumber dalam wilayahnya sendiri yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.”

Salah satu sumber pendapatan daerah yang dapat digunakan sebagai biaya dalam pembangunan daerah adalah melalui pajak. Di dalam Undang-Undang No. 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah, menyatakan bahwa pemerintah daerah berhak mengelola dan mengoptimalkan keuangan daerah salah satunya pajak daerah. Karena pada dasarnya pajak daerah merupakan sumber pendapatan daerah yang cukup potensial apabila dikelola dengan baik. Pajak daerah merupakan salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang digunakan untuk pembiayaan penyelenggaraan pemerintah daerah. Untuk dapat melayani kebutuhan masyarakat daerah, maka daerah perlu diberi kewenangan baik dalam hal politik pemerintahan maupun dalam hal keuangan guna membiayai kegiatan-kegiatannya (Darwin, 2010).

Dalam Undang-Undang No.28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah memuat jenis pajak yang harus dibayarkan kepada daerah. Pajak dipungut oleh negara baik oleh pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Kemudian alokasi pajak adalah untuk pengeluaran-pengeluaran pemerintah yang bila dari

pemasukannya masih terdapat surplus, dipergunakan untuk membiayai investasi publik. Darwin (2010), mengungkapkan pajak merupakan salah satu sumber penerimaan utama bagi sebuah negara yang dibayarkan oleh masyarakat.

Menurut Rinawati (2013) pajak juga sebagai iuran pemungutan yang dapat dipaksakan oleh pemerintah berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan serta sebagai perwujudan peran serta masyarakat atau wajib pajak secara langsung dan bersama-sama melaksanakan kewajiban perpajakan yang diperlukan untuk pembiayaan negara dan pembangunan nasional. Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 Tentang Pajak Daerah telah memberikan keleluasaan bagi pemerintah dalam mengelola pajak daerah sebagai salah satu upaya mewujudkan otonomi daerah.

Kabupaten adalah pembagian wilayah administratif di Indonesia setelah provinsi, yang dipimpin oleh bupati. Kabupaten dan kota juga memiliki wewenang yang sama. Kabupaten/Kota bukan bawahan dari provinsi, maka bupati atau walikota tidak bertanggung jawab kepada gubernur (Zulkarnaen, 2012). Kabupaten atau kota merupakan suatu daerah otonom yang diberikan wewenang untuk mengatur urusan pemerintahannya sendiri dengan prinsip menggunakan otonomi daerah seluas-luasnya. Menurut Sunarno (2009) arti seluas-luasnya ini mengandung makna bahwa daerah diberikan kewenangan membuat kebijakan daerah untuk memberi pelayanan, peningkatan peran serta prakarsa dan pemberdayaan masyarakat untuk peningkatan kesejahteraan rakyat.

Pajak reklame adalah salah satu jenis pajak kabupaten/kota menurut UU No. 28 Tahun 2009. Pajak Reklame merupakan pajak yang dikenakan atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah suatu 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. Kabupaten Sidoarjo merupakan salah satu kawasan potensial dalam pemberdayaan pajak reklame sebagai sumber Pendapatan Asli Daerah. Lokasi kabupaten Sidoarjo yang cukup strategis berbatasan dengan kota Surabaya, Gresik dan beberapa kota besar lainnya. Selain itu, pada beberapa tahun terakhir kabupaten Sidoarjo mengalami kemajuan pesat di bidang ekonomi dimana banyaknya mall, hotel, dan pelaku bisnis yang melakukan produksi dan pemasaran produk.

Reklame berfungsi memperkenalkan atau mempromosikan sebuah produk industri yang ada di wilayah Sidoarjo maupun luar wilayah Sidoarjo. Bahkan reklame juga dapat berfungsi sebagai sarana komunikasi politik menjelang musim pemilu. Selain itu di Kabupaten Sidoarjo juga terdapat bandara, stasiun dan juga terminal besar yang bisa menjadi lokasi strategis untuk menempatkan reklame agar dapat dijangkau oleh lebih banyak orang. Banyaknya papan reklame yang ditemui di kawasan Sidoarjo, mengindikasikan adanya pemasukan besar dari pajak reklame untuk Pemerintah Daerah

Kabupaten Sidoarjo. Selain itu dengan meningkatnya Pendapatan Asli Daerah yang dimiliki oleh Kabupaten Sidoarjo akan meningkatkan pembangunan daerah dan juga dapat dilaksanakannya program untuk mensejahterakan rakyat.

Tabel 1
Realisasi PAD Kabupaten Sidoarjo Tahun 2016-2017

Uraian	Tahun 2016	Tahun 2017
Pendapatan Asli Daerah	1.335.283.958. 792,70	1.671.549.690.540, 53
Pajak Daerah	753.767.679.18, 50	925.569.237.852, 49
Retribusi Daerah	106.606.736.349, 00	80.087.712.759,50
Hasil Pengelolaan Kekayaan Daerah Yang Dipisahkan	26.888.797.901, 00	29.304.699.967,00
Lain-lain PAD yang sah	466.020.745.360, 20	636.588.039.961, 54

Sumber: Laporan Realisasi APBD Kabupaten Sidoarjo Tahun 2016-2017

Dari Tabel diatas mengenai realisasi pendapatan asli daerah kabupaten sidoarjo tahun 2016-2017 di atas, dapat dilihat bahwa realisasi pendapatan asli daerah tahun 2017 meningkat daripada tahun 2016. Peningkatan pendapatan asli daerah Kabupaten Sidoarjo pada tahun 2017 meningkat sebanyak Rp. 336,265,731,784 dibandingkan tahun 2016. Jika dilihat kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Sidoarjo pada tahun 2017, pajak reklame berkontribusi sebesar 0,006%. Namun terjadi masalah ditahun 2014, dimana pajak reklame tidak memenuhi target yang ditetapkan. Berdasarkan data yang sudah didapat, kuantitas wajib pajak reklame terus mengalami peningkatan, sedangkan pertumbuhan realisasi pajak reklame tidak sebanding dengan kuantitasnya. Dan juga pajak reklame yang menduduki peringkat ke 8 padahal dalam data yang diperoleh, kuantitas wajib pajak reklame selalu naik pertahunnya. Penerimaan pajak reklame yang terendah terjadi pada tahun 2014. Hal tersebut ditunjukkan pada tabel berikut ini:

Tabel 2
Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Tahun 2013-2015 Kabupaten Sidoarjo

Tahun	Kuantitas Wajib Pajak Reklame	Target Pajak Reklame	Realisasi Pajak Reklame (Rp)
2013	5.120	8.750.000.000	8.900.173.479
2014	5.364	8.500.000.000	8.446.985.777
2015	5.417	8.500.000.000	9.494.420.662

Sumber: Badan Pelayanan Pajak Daerah Kabupaten Sidoarjo Tahun 2013-2015

Alasan memilih Kabupaten Sidoarjo disebabkan Kabupaten Sidoarjo merupakan salah satu daerah yang berkembang di Jawa Timur. Di Kabupaten Sidoarjo sendiri memiliki aktivitas ekonomi yang cukup maju dan padat. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS)

Jawa Timur, Kabupaten Sidoarjo merupakan kabupaten dengan jumlah perusahaan industri besar dan sedang paling banyak di Jawa Timur, dimana pada tahun 2015 terdapat 978 perusahaan industri besar dan sedang. Dengan menjadi kabupaten yang memiliki perusahaan industry paling banyak di Jawa Timur, media periklanan melalui reklame akan sangat menguntungkan baik pengusaha maupun pemerintahan. Karena dengan banyaknya reklame yang dipasang oleh perusahaan maka pajak yang didapat oleh Kabupaten Sidoarjo akan semakin besar. Bahkan sekarang ini banyak pembangunan seperti mall, hotel dan juga apartemen baru yang dibangun di Sidoarjo. Hal ini dapat menjadi potensi untuk meningkatkan jumlah pajak reklame yang dapat digunakan sebagai sarana promosi.

Berdasarkan pemaparan mengenai pajak reklame dan pendapatan asli daerah, maka perlu kiranya untuk mencermati kembali mengenai pajak reklame dan pendapatan asli daerah. Lebih luas lagi, perlu adanya sebuah kajian atau penelitian mengenai pengaruh pajak reklame dalam meningkatkan pendapatan daerah. Untuk itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Sidoarjo Tahun 2013-2017”.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian dengan metode kuantitatif dan bersifat deskriptif analisis. Sedangkan fokus penelitian ini adalah teori Pendapatan Asli Daerah (PAD) menurut Mardiasmo (2009). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan target dan realisasi pajak reklame Kabupaten Sidoarjo selama 5 tahun yaitu tahun 2013-2017. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui pengumpulan data primer yang terdiri dari kuisisioner, wawancara, dan pengumpulan data sekunder yang diperoleh dari literatur, arsip atau dokumentasi (Sugiyono, 2014). Pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan informasi terkait dengan fenomena, kondisi, variabel tertentu dan tidak dimaksud untuk melakukan mengujian hipotesis (Maksum, 2012). Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, pengujian asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana, analisis korelasi, serta uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian tentang Analisis Pengaruh Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Sidoarjo Tahun 2013-2017 dengan menggunakan teori Pendapatan Asli Daerah (PAD) menurut Mardiasmo (2009), maka dapat dijelaskan dalam pengujian data beserta analisisnya sebagai berikut:

1. Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai maksimum, nilai minimum, nilai rata-rata (*mean*), dan nilai standar deviasi, dari variabel

pajak reklame, dan pendapatan asli daerah (PAD). Berikut ini adalah hasil uji dari perhitungan deskriptif:

Tabel 3
Statistik Deskriptif dari Pajak Hotel dan Pendapatan Asli Daerah
Descriptive Statistics

	Pendapatan Asli Daerah	Pajak Reklame	Valid N (listwise)
N	5	5	5
Minimum	8584336702 1795	8446985777	
Maximum	1671549690 54053	1058412731 2	
Mean	1250609382 00071.60	9552393080. 60	
Std. Deviation	2987218182 2973.250	912359102.0 27	

Sumber: Data Diolah SPSS 2019

Diketahui nilai minimum pajak reklame adalah 8.446.985.777 dan nilai maksimum adalah 10.584.127.312. Sedangkan nilai rata-rata dari pajak reklame adalah 9.552.393.080,60 dan standar deviasi dari pajak reklame adalah 912.359.102,027. Sementara itu, nilai minimum PAD adalah 858.433.670.217,95 dan nilai maksimum adalah 1.671.549.690.540,53. Sedangkan nilai rata-rata dari PAD adalah 125.060.938.200.071,60 dan standar deviasi dari PAD adalah 29.872.181.822.973,250.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Dalam penelitian ini, uji normalitas terhadap residual dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*, yang bertujuan untuk menguji apakah model regresi variabel independen dan variabel dependen berdistribusi secara normal atau tidak. Hasil uji normalitas seperti terlihat pada tabel berikut:

Tabel 4
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		5
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0199219
	Std. Deviation	16666165023102, 02000000
	Most Extreme Differences	Absolute Positive Negative
Test Statistic		,201
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Diolah SPSS 2019

Berdasarkan Tabel 4.6, diketahui bahwa nilai probabilitas atau *Asymp.Sig.(2-tailed)* sebesar 0,200. Karena nilai probabilitas , yakni 0,200 lebih besar daripada tingkat signifikansi yakni 0,05 ($0,200 > 0,05$). Hal ini berarti asumsi normalitas terpenuhi/ nilai probabilitas berdistribusi normal.

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dalam penelitian ini menggunakan uji Run Test. Berikut ini adalah hasil dari uji autokorelasi:

Tabel 5
Hasil Uji Autokorelasi
Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	37589468671.8664
Cases < Test Value	3
Cases >= Test Value	2
Total Cases	3
Number of Runs	5
Z	4
Asymp. Sig. (2-tailed)	,109
	,913

a. Median

Sumber: Data Diolah SPSS 2019

Berdasarkan output SPSS diatas, diketahui nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar 0,913 lebih besar > dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala atau masalah autokorelasi, maka asumsi non autokorelasi terpenuhi. Dengan kata lain data penelitian, tidak terjadi gejala autokorelasi sehingga analisis bisa dilanjutkan.

3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi sederhana dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh mekanisme pemungutan pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah, maka hasil regresi yang dapat disajikan pada berikut ini:

Tabel 6
Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-134,499	101,111		-1,330	,276		
Pajak Reklame	27,172	10,546	,830	2,576	,082	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Pendapatan Asli Daerah

Sumber: Data Diolah SPSS 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa persamaan regresi menunjukkan nilai konstanta sebesar -134,499 menunjukkan bahwa pada saat variabel pajak reklame tidak ada atau dalam keadaan konstan, maka besarnya PAD di

Kabupaten Sidoarjo akan berkurang sebesar 134,499 atau sebesar Rp.134.499.000.000,00. Sementara itu, berdasarkan persamaan regresi menunjukkan koefisien regresi positif dengan penyerapan $b_1 = 27,172$ bertanda positif sebesar 27,172 artinya menunjukkan apabila setiap kenaikan 1% pajak reklame, maka penerimaan PAD akan mengalami kenaikan sebesar 27,172 atau Rp.27.172.000.000,00. Hasil penelitian koefisien regresi bernilai positif berarti terjadi hubungan positif antara pajak reklame dan pendapatan asli daerah. Jika semakin bertambah jumlah penerimaan pajak reklame di Kabupaten Sidoarjo maka semakin meningkat penerimaan PAD di Kabupaten Sidoarjo. Sebaliknya jika semakin berkurang jumlah penerimaan pajak reklame, maka semakin menurun penerimaan PAD di Kabupaten Sidoarjo.

4. Uji Hipotesis

Pada penelitian ini melakukan uji hipotesis dengan menggunakan pengujian signifikansi parsial (Uji-t). Uji t digunakan untuk menguji signifikansi koefisien variabel bebas dalam memprediksi variabel terikat. Uji ini dilakukan dengan membandingkan t-hitung dengan ketentuan H_0 diterima dan H_a ditolak, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ untuk $\alpha = 5\%$, H_0 ditolak dan H_a diterima, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ untuk $\alpha = 5\%$

Tabel 7
Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-134.499	101.111		1.330	.276		
Pajak Reklame	27.172	10.546	.830	2.576	.082	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Pendapatan Asli Daerah

Sumber: Data Diolah SPSS 2019

Berdasarkan hasil pengujian regresi secara parsial pada tabel di atas menunjukkan bahwa variabel pajak reklame tidak berpengaruh signifikan terhadap PAD di Kabupaten Sidoarjo. variabel pajak reklame dengan t hitung sebesar 2,567 lebih kecil dari pada t tabel yaitu sebesar 3,1824 atau nilai signifikan lebih besar dari pada nilai alpha yaitu $0,082 > 0,05$. Berdasarkan hal tersebut dapat diartikan jika H_0 diterima sedangkan H_a ditolak.

5. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) merupakan suatu nilai yang mengukur seberapa besar kemampuan variabel-variabel bebas yang digunakan dalam persamaan regresi, dalam menerangkan variasi variabel bebas.

Tabel 8
Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.830 ^a	.689	.585	192.444
a. Predictors: (Constant), Pajak Reklame				

Sumber: Data Diolah SPSS 2019

Berdasarkan Tabel 4.10 diketahui bahwa nilai koefisien determinasi adalah 0,689. Nilai tersebut dapat diartikan seluruh variabel bebas, seara bersama sama atau simultan dapat mempengaruhi PAD sebesar 68,9%. Sisanya sebesar 31,1% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis pada sub paragraf sebelumnya, maka dapat dijelaskan sebagai berikut. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui analisa secara kuantitatif, menunjukkan bahwa dari kedua variabel yang diteliti yaitu variabel independen (pajak reklame) dan variabel dependen (PAD) tidak berpengaruh seara simultan. Hal ini ditunjukkan dengan uji hipotesis yang memiliki nilai signifikan lebih besar daripada alpha 0,05 yaitu 0,082 ($0,05 < 0,082$).

Dari hasil pengujian regresi secara parsial menunjukkan bahwa variabel pajak reklame berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap PAD di Kabupaten Sidoarjo, dengan koefisien -134,499 yang menunjukkan bahwa saat variabel pajak reklame tidak ada atau 0, maka besaran pendapatan asli daerah akan berkurang sebesar -134,499 atau Rp. 134.499.000.000,00 tetapi pajak reklame memiliki arah positif dengan nilai koefisien regresi sebesar 27,172 yang memiliki tanda positif yang berarti apabila kenaikan 1% pajak reklame, maka penerimaan pendapatan asli daerah akan mengalami kenaikan sebesar 27,172 atau Rp. 27.172.000.000,00. Variabel pajak reklame dengan t hitung 2,57 lebih kecil daripada t tabel yaitu 3,1824 t hitung $< t_{tabel}$ atau nilai signifikan lebih besar dari alpha ($0,082 > 0,05$).

Pembangunan daerah merupakan seluruh pembangunan yang dilaksanakan di daerah dan meliputi aspek kehidupan masyarakat. Tujuan dari pembangunan daerah adalah untuk menapai tujuan yang telah ditetapkan, baik jangka panjang maupun jangka pendek. Di era otonomi daerah, dimana adanya kebebasan daerah untuk mengurus urusannya sendiri membuat daerah ingin mengembangkan potensinya. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah dengan melakukan pembangunan daerah. Untuk memperlancar pembangunan daerah maka diperlukannya suatu dana yang berasal dari penerimaan daerah. Otonomi daerah yang membuat

daerah bebas untuk mengurusinya sendiri juga membuat daerah memiliki kebebasan dengan memaksimalkan sumber-sumber pendapatan yang berasal dari pemungutan pajak dan retribusi daerah.

Sumber-sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Sidoarjo terdiri dari: hasil pajak daerah, hasil retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain PAD yang sah. Dan salah satu pembentuk dalam penerimaan pajak daerah yaitu pajak reklame. Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Sedangkan reklame sendiri adalah benda, alat, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang dengan tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan atau mempromosikan terhadap barang, jasa, orang atau badan yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan dan dinikmati oleh umum.

Kabupaten Sidoarjo memiliki tingkat pendapatan daerah yang cukup tinggi. Hal itu karena letak Kabupaten Sidoarjo yang strategis yang membuat banyaknya industri dan juga adanya aktivitas ekonomi yang cukup maju dan padat yang dibuktikan dengan banyaknya mall, hotel dan juga apartemen baru yang dibangun di Sidoarjo. Karena letaknya yang strategis dan berbatasan langsung dengan ibu kota provinsi Jawa Timur yaitu kota Surabaya, dan juga adanya stasiun dan terminal besar, bahkan adanya bandara yang bertaraf internasional membuat Kabupaten Sidoarjo dilewati oleh banyak orang dari daerah lain sehingga dengan adanya reklame yang digunakan untuk promosi makin bisa dilihat oleh banyak orang. Dan hal ini merupakan suatu potensi bagi para pelaku bisnis dalam melakukan promosi untuk memperkenalkan dan memasarkan produknya dengan media reklame dan akan membuat berkembangnya jumlah reklame di Sidoarjo. Melihat potensi yang dimiliki oleh Kabupaten Sidoarjo terhadap reklame seharusnya pajak reklame bisa ditingkatkan.

Di Kabupaten Sidoarjo, pajak reklame merupakan salah satu pajak daerah yang dalam kurung waktu 5 tahun (tahun 2013-2017) nilainya atau besarnya cukup besar. Dalam 5 tahun pajak reklame terus mengalami kenaikan dan memenuhi target yang ditetapkan, kecuali pada tahun 2014 dimana pajak reklame tidak memenuhi target dan mengalami penurunan dari tahun sebelumnya yaitu tahun 2013. Pajak reklame yang memiliki nilai cukup besar dan mengalami kenaikan tiap tahunnya juga belum mampu memberi kontribusi yang besar terhadap pendapatan asli daerah karena pendapatan asli daerah dalam kurun waktu 5 tahun (2013-2017) juga selalu mengalami kenaikan.

Pajak reklame seharusnya mampu untuk meningkatkan penerimaan pajak daerah. Walaupun pengaruhnya tidak signifikan, atau kontribusi yang diberikan oleh pajak reklame terhitung kecil akan tetapi memiliki potensi yang besar dilihat dari banyaknya jumlah reklame yang tersebar di Kabupaten Sidoarjo. Namun penerimaan pajak reklame dinilai tidak signifikan dikarenakan faktor

pembentuk Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Sidoarjo tidak hanya dari pajak reklame saja sebagai salah satu pembentuk penerimaan dari pajak daerah melainkan juga dari hasil retribusi daerah, pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan dan lain-lain Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang sah.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak daerah dari sektor pajak reklame menurut pada tahun 2014 yaitu dikarenakan pada tahun 2014 banyak wajib pajak yang menurunkan iklan mereka dari papan reklame sehingga tidak adanya pembayaran pajak dimana hal tersebut mempengaruhi penerimaan pajak atas pajak reklame dan juga karena adanya penataan kembali ruang milik jalan (jalur hijau) yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Sidoarjo sehingga mengakibatkan penerimaan pajak reklame turun pada tahun 2014. Tetapi saat dilihat jumlah obyek pajak reklame tahun 2014 dilihat, ternyata penerimaannya meningkat daripada tahun sebelumnya. Hal ini karena wajib pajak yang menurunkan iklan mereka adalah pada reklame dengan nilai pajak yang besar seperti reklame megatron. Tetapi reklame yang nilai pajaknya kecil semakin banyak. Penataan kembali ruang milik jalan tersebut bertujuan untuk mengurangi reklame-reklame yang tidak memiliki ijin ataupun reklame yang sudah habis masa pajaknya.

Dilihat dari potensinya, pajak reklame seharusnya dapat memberikan kontribusi yang besar lebih besar terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Sidoarjo melihat dari potensi yang dimilikinya. Namun karena masih banyak wajib pajak yang belum memiliki kesadaran untuk membayar pajak reklame menyebabkan penerimaan dari pajak reklame tersebut kurang maksimal, atau tidak sesuai dengan yang ditargetkan. Adapun upaya-upaya yang telah dilakukan oleh BPPD Kabupaten Sidoarjo yaitu dengan memberikan surat pemberitahuan atas reklame yang sudah habis masa pajaknya atau yang terutang, melakukan tagihan secara langsung (*door to door*) dan melakukan peninjauan kembali atas ukuran reklame yang didaftarkan dengan realitas reklame yang sesungguhnya. Serta memberikan sanksi atau peringatan terhadap reklame yang telah habis masa pajaknya dengan menggunakan satu tanda silang merah dan yang untuk tidak memiliki ijin serta tidak membayar pajak dengan dua tanda silang merah.

Apabila surat pemberitahuan tersebut tidak ada tanggapan dari wajib pajak, maka akan diberikan surat teguran sebanyak tiga kali. Namun apabila hal ini juga masih belum ada tanggapan, maka pihak BPPD Kabupaten Sidoarjo akan menerjunkan tim juru sita yang akan menyita barang milik wajib pajak yang tidak patuh terhadap kewajiban pajaknya. Dimana hasil penyitaan tersebut akan diserahkan ke balai lelang untuk dilelang.

Namun disisi lain, sampai saat ini masih kurangnya petugas dari BPPD Kabupaten Sidoarjo untuk melakukan pengawasan dibanding jumlah reklame yang tersebar di Kabupaten Sidoarjo.

Sehingga pengawasan terhadap reklame yang seharusnya memberikan potensi yang besar sebagai salah satu penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) masih kurang optimal.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis mengenai Analisis Pengaruh Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Sidoarjo Tahun 2013-2017 dari pemaparan sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut: pengaruh penerimaan pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah Kabupaten Sidoarjo hasilnya pengujian regresi linier sederhana konstanta menunjukkan bahwa pada saat nilai variabel pajak reklame tidak ada maka PAD Kabupaten Sidoarjo akan berkurang sebesar -134,499 atau Rp. 134.499.000.000,00 dan menunjukkan koefisien regresi positif. Hal ini berarti apabila setiap kenaikan 1% pajak reklame maka penerimaan PAD akan mengalami kenaikan sebesar 27,172 atau Rp. 27.172.000.000,00 koefisien regresi bernilai positif berarti terjadi hubungan positif antara pajak reklame dengan pendapatan asli daerah. Dengan kata lain, ada pengaruh antara pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) tetapi tidak signifikan. Berdasarkan uji hipotesis yang menggunakan pengujian signifikansi parsial (Uji t) dapat diketahui pajak reklame berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap pendapatan asli daerah Kabupaten Sidoarjo dengan t hitung yang lebih kecil daripada t tabel yaitu $2,567 < 3,1824$ atau nilai signifikan lebih besar daripada nilai alpha yaitu $0,082 > 0,05$.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan saran terkait Analisis Pengaruh Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Sidoarjo Tahun 2013-2017 yaitu sebagai berikut:

1. Meningkatkan efektivitas pendataan terhadap wajib pajak yang tidak memiliki NPWPD dengan cara observasi lapangan berkala dan mengupdate setiap tahunnya terkait titik-titik penyebaran reklame di Kabupaten Sidoarjo sehingga akan berpengaruh terhadap kenaikan pendapatan.
2. Penerapan sanksi bagi mereka yang melakukan penunggakan tanpa alasan yang jelas atau bahkan berupaya untuk menghindari pembayaran pajak dikenakan tidak hanya berupa denda namun sanksi yang lain yang dapat menimbulkan efek jera.
3. Peningkatan pengawasan dan pengendalian baik secara teknis maupun penatausahaan.
4. Meningkatkan kemampuan SDM dengan cara melakukan pelatihan dan program – program pendidikan yang berkaitan dengan pengolahan pajak dan PAD.
5. Pada penelitian selanjutnya diharapkan menambahkan beberapa variabel lain atau mengubah variabel terkait untuk memperoleh hasil yang lebih akurat.

Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada pihak-pihak yang berkontribusi dalam penulisan jurnal ini diantaranya :

1. Para dosen S1 Ilmu Administrasi Negara FISH UNESA.
2. M. Farid Ma'ruf S.Sos, M.AP. selaku dosen pembimbing.
3. Eva Hany Fanida, S.AP., M.AP. dan Fitrotun Niswah, S.AP., M.AP. selaku dosen penguji.
4. M. Farid Ma'ruf S.Sos, M.AP. yang telah membimbing dan menelaah jurnal yang ditulis peneliti.
5. Dan pihak-pihak lainnya yang memberi dukungan moral maupun material kepada peneliti sehingga penulisan jurnal ini dapat terselesaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bahl, Roy W. 2008. *Subnational Taxes in Developing Countries: The Way Forward*. (online). (http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1273753 diakses 23 Desember 2018)
- Darwin. 2010. *Pajak Daerah & Retribusi Daerah*. Jakarta: Mita Wacana Media.
- Halim, Abdul. 2004. *Manajemen Keuangan Daerah*. Yogyakarta: Manajemen Perusahaan YKPN.
- Mardiasmo. 2009. *Perpajakan, Edisi: Revisi*. Yogyakarta: ANDI.
- Pemerintah Republik Indonesia. *Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 tentang Pajak Daerah*. Jakarta: Kementerian Keuangan.
- Pemerintah Republik Indonesia. *Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah*. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Rinawati, Reny. 2013. *Analisis Pengaruh Pemungutan Pajak Reklame Terhadap Upaya Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surabaya*. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya (online). (<http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnal-akutansi/article/download/757/541> diakses 23 Desember 2018)
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sunarno, Siswanto. 2009. *Hukum Daerah di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Zulkarnaen, Saebani. 2012. *Hukum Konstitusi*. Bandung: Pustaka Setia.