

Pengaruh Efektivitas Pajak Reklame terhadap Penerimaan Pajak Daerah di Kota Jakarta Barat

Putri Ajeng Maloka¹, Abdillah², Ade Irawan³

^{1,2,3} FEB, Universitas Pertiwi

e-mail: 19110133@pertiwi.ac.id¹, abdillah@pertiwi.ac.id²,
ade.irawan@pertiwi.ac.id³

Abstrak

Pajak Daerah merupakan sumbangan wajib dari masyarakat kepada pemerintah daerah yang dapat di manfaatkan dalam membiayai kepentingan atau bahkan suatu kegiatan pemerintah daerah yang dipungut berdasarkan undang-undang serta bersifat memaksa, dan tidak ada prestasi langsung yang diberikan. Efektivitas akan tercapai jika realisasi melebihi target yang sudah direncanakan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas pajak reklame dan pengaruh efektivitas pajak reklame terhadap penerimaan pajak daerah di kota Jakarta barat. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data sekunder yaitu data target dan realisasi pajak reklame serta data pendapatan pajak daerah. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa target dan realisasi penerimaan pajak daerah dari tahun 2018 – 2022 berubah-ubah di setiap tahun nya. Efektivitas Pajak Reklame pada kota Jakarta Barat ini termasuk dalam kategori Efektif dengan rata – rata 94,43%. Hasil Uji t memperoleh hasil t-hitung 3,322 dan nilai sig 0,045. Dengan demikian, t-hitung 3,322 > t-tabel 2,35336 dan nilai sig 0,045 < 0,05, maka kesimpulannya yakni, terdapat pengaruh yang signifikan antara Efektivitas Pajak Reklame (X) terhadap penerimaan pajak daerah (Y) di Kota Jakarta Barat.

Kata kunci: *Efektivitas, Pajak Daerah, Pajak Reklame.*

Abstract

Regional Tax is a mandatory contribution from the community to the regional government which can be used to finance the interests or even an activity of the regional government which is levied based on law and is coercive in nature, and no direct achievement is given. Effectiveness will be achieved if the realization exceeds the planned target. This research aims to determine the effectiveness of advertising taxes and the influence of the effectiveness of advertising taxes on local tax revenues in the city of West Jakarta. This research uses a descriptive method with a quantitative approach. The data used in this research is secondary data, namely data on targets and realization of advertising tax as well as regional tax revenue data. Based on the research results, it can be concluded that the target and realization of regional tax revenue from 2018 - 2022 changes every year. The

effectiveness of advertising tax in the city of West Jakarta is included in the Effective category with an average of 94.43%. The t test results obtained a t-count of 3.322 and a sig value of 0.045. Thus, the t-count is $3.322 > t\text{-table } 2.35336$ and the sig value is $0.045 < 0.05$, so the conclusion is that there is a significant influence between the effectiveness of advertising tax (X) on local tax revenue (Y) in West Jakarta City.

Keywords: *Effectiveness, Local Tax, Billboard Tax.*

PENDAHULUAN

Pembangunan nasional merupakan suatu kegiatan pembangunan berkelanjutan dan ditujukan pada perbaikan dan kemajuan mewujudkan masyarakat Indonesia yang adil dan makmur melalui meningkatkan standar hidup masyarakat, serta kecerdasan dan kebahagiaan pada rakyat. Pembangunan nasional dimulai dengan membangun landasan perekonomian yang kuat, sehingga menciptakan pertumbuhan ekonomi.

Pertumbuhan ekonomi sering dikaitkan dengan Pembangunan ekonomi. Pembangunan ekonomi merupakan upaya untuk memperbaiki diri Standar hidup suatu negara sering kali diukur berdasarkan tinggi dan rendahnya. pendapatan riil per kapita. Pembangunan ekonomi nasional tidak mungkin dilakukan terpisah dari pembangunan ekonomi lokal atau regional, Pembangunan Pembangunan nasional selalu berorientasi pada pembangunan daerah.

Berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia No. 23 tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah : "Pembangunan daerah pada dasarnya adalah untuk memacu pemerataan pembangunan dan meningkatkan kesejahteraan rakyat dimana peran serta pemerintah dan masyarakat sangat penting dalam pendayagunaan potensi daerah secara optimal dan terpadu sehingga upaya pemerataan pembangunan diseluruh tanah air mulai dari daerah maju, berkembang dan terpencil perlu untuk ditingkatkan demi tercapainya pembangunan wilayah secara nasional."

Pada era pembangunan saat ini, setiap Negara sedang menjalankan pembangunan Negara secara menyeluruh mulai dari segi infrastruktur sampai pada sektor pelayanan masyarakat. Dalam menjalankan pembangunan Negara, dibutuhkan dana yang cukup besar untuk melaksanakan pembangunan tersebut. Salah satu upaya Pemerintahan dalam mendanai pembangunan Negara ialah melalui pendapatan Negara. Salah satu sumber pendapatan Negara yaitu dengan adanya penerimaan pajak. Indonesia merupakan Negara yang menjadikan penerimaan pajak sebagai salah satu sumber pendapatan Negara yang terbesar. Dengan adanya pajak, pembangunan nasional maupun pembangunan daerah akan mudah untuk direalisasikan (Safitri, 2021).

Penerimaan pajak dapat direalisasikan secara optimal untuk pembangunan nasional maupun pembangunan daerah jika penerimaan pajak dari pemerintah pusat dan pemerintah daerah telah dipungut secara optimal. Oleh karena itu, penerimaan pajak dari pemerintah pusat dan pemerintah daerah perlu dioptimalkan terutama pada pemerintah daerah. Salah satu cara agar penerimaan pajak dari pemerintah daerah dapat optimal, pemerintah pusat harus memberikan kewenangan berupa otonomi daerah kepada Pemerintah daerah. Otonomi daerah adalah tujuan dari pemerintah agar dapat merealisasikan pembangunan

yang merata di berbagai wilayah. Kebijakan otonomi daerah menjadikan peluang kepada setiap daerah untuk menggali apapun yang menjadi potensi sumber-sumber dari penerimaan daerah (Safitri, 2021).

Pajak daerah adalah suatu sumber pendapatan daerah yang berpotensi tinggi untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Pajak daerah ialah kontribusi atau sokongan yang terutang oleh wajib pajak orang Pribadi atau wajib pajak badan kepada daerah tanpa menerima bayaran langsung yang boleh dipaksakan. Sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku yang dipakai untuk mendanai pembangunan dan ekonomi daerah.

Pajak daerah sendiri terbagi atas dua macam, yakni pajak provinsi dan pajak kabupaten/kota, dimana berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, pajak provinsi terdiri dari jenis dan pajak kabupaten/kota adalah 11 jenis. Pajak di provinsi meliputi pajak kendaraan bermotor, bea balik nama kendaraan bermotor, pajak bahan bakar kendaraan bermotor, pajak air permukaan, pajak rokok. Pajak di tingkat kabupaten/kota adalah pajak hotel, pajak restoran, pajak hiburan, pajak reklame, pajak penerangan jalan, pajak parkir, pajak air bawah tanah, serta bea perolehan hak atas tanah dan bangunan. Setiap daerah tentunya memiliki target dalam pemungutan pajak daerah sebagai upaya optimalisasi penerimaan daerah dalam mencapai tingkat efektivitas.

Efektivitas pajak daerah sendiri merupakan penilaian kinerja pemungutan pajak daerah yang dilakukan oleh Dinas Pendapatan daerah selama satu tahun anggaran, apakah sudah efektif ataupun belum yang dapat dilihat dari persentase penerimaan pajak daerah yang direalisasikan dibandingkan dengan target yang telah ditetapkan, sedangkan kontribusi pajak daerah sendiri merupakan tingkat sumbangan pajak daerah terhadap penerimaan asli daerah yang dapat diketahui dari membandingkan penerimaan pajak dengan keseluruhan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dalam satu tahun anggaran. Efektivitas akan tercapai jika realisasi melebihi target yang sudah direncanakan. Jika penerimaan pajak reklame belum efektif maka pemerintah daerah memerlukan kebijakan-kebijakan agar dapat meningkatkan penerimaan pajak reklame dan kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah. Semakin tinggi kewenangan fiskal daerah maka semakin besar peran Pendapatan Asli Daerah (PAD) dalam struktur keuangan daerah, begitu pula sebaliknya.

Menurut Peraturan Daerah Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame : “Reklame adalah benda, alat, pembuatan atau benda yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa atau badan yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan dan atau dinikmati oleh umum.” . Pemasangan reklame akan terus meningkat seiring dengan perkembangan dunia usaha, sehingga perlu diolah secara maksimal dan dioptimalkan pemungutan pajaknya oleh Pemerintah Daerah

Wilayah Jakarta Barat merupakan daerah penghubung bagi wilayah Tangerang Provinsi Banten untuk memasuki wilayah Ibukota Jakarta oleh sebab itu Pajak reklame di Kota Administrasi Jakarta Barat masih cukup menjanjikan dimana masyarakat kota lain yang akan masuk maupun keluar dari Kota Jakarta akan melihat perkembangan produk yang ditawarkan perusahaan yang di tawarkan melalui media Iklan Reklame. Wilayah Kota Jakarta Barat juga mempunyai tempat strategis untuk pemasangan reklame yang berbentuk

spanduk, Baliho, bahkan yang lebih canggih lagi yaitu Berupa Layar Laser Compact Disc (LCD) raksasa atau yang sering disebut sebagai reklame megatron yan berbentuk Light Emitting Diode. Pada saat ini penggunaan media reklame masih sangat diminati oleh perusahaan untuk menjual produk yang mereka tawarkan. Sehingga dalam sisi ekonomi saling menguntungkan untuk perusahaan dan masyarakat yang melihat produk yang akan ditawarkan perusahaan. Untuk itu pihak perusahaan seharusnya lebih patuh dalam membayar Pajak Reklame yang terutang kepada Suku Dinas Pelayanan Pajak Kota Administrasi Jakarta Barat.

Pajak memiliki peranan penting dalam kehidupan bernegara, dalam pelaksanaan pembangunan karena pajak merupakan salah satu sumber pendapatan negara untuk membiayai semua pengeluaran termasuk pengeluaran pembangunan. Menurut Mardiasmo (2019:4), fungsi pajak dibagi menjadi dua yaitu: 1) Fungsi anggaran yaitu salah satu sumber dana pemerintah dalam membiayai pengeluaran negara, 2) Fungsi mengatur yaitu yang berfungsi sebagai alat dalam mengatur masyarakat dibidang ekonomi, sosial dan politik pada tujuan tertentu. Pemerintah mengatur semua peraturan dan ketentuan perpajakan tersebut dalam peraturan perundang-undangan perpajakan, agar pembiayaan negara dapat terus berjalan lancar dan baik dengan mengandalkan kontribusi semaksimal mungkin dari Masyarakat.

Berikut merupakan tabel yang menyajikan data Target dan realisasi Penerimaan Pajak Daerah dan Pendapatan Pajak Reklame pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2022 Daerah Kota Jakarta Barat dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 1. Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Daerah di Jakarta Barat Tahun 2018-2022

Tahun	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	Persentase (%)
2018	1.168.276.000.000	1.103.662.214.858	94,47
2019	1.175.070.438.000	1.203.677.021.902	102,43
2020	583.337.000.000	604.919.248.181	103,7
2021	604.744.000.000	643.292.773.966	106,37
2022	4.846.557.246.000	4.352.447.698.004	89,80

Sumber : <https://barat.jakarta.go.id>

Berdasarkan tabel 1 di atas dapat dilihat bagaimana penerimaan pajak daerah dari tahun 2018 – 2022. Target dan realisasi pajak daerah berubah-ubah di setiap tahun nya. Realisasi pajak daerah yang mencapai target hanya pada tahun 2019, 2020, dan 2021 dengan persentase lebih dari 100 persen atau melebihi target yang ditetapkan. Sedangkan di tahun 2018 dan tahun 2022 realisasi pajak tidak mencapai target dan hanya sampai 94,47 persen dan 89,80 persen saja atau kurang dari target yang ditentukan, hal ini dikarenakan adanya penetapan target pajak daerah yang terlalu tinggi. Persentase tertinggi pada tabel tersebut yaitu di tahun 2021 sebesar 106,37 persen dan yang terendah di tahun 2022 yaitu 89,80 persen.

Kepala Suban PRD Jakarta Barat, Rusdian Permana mengatakan, target penerimaan pajak daerah Jakarta barat tahun 2023 sebesar Rp 7.540.633.067.000. Target tersebut didapat dari 11 jenis pajak, yaitu Pajak Hiburan, Pajak Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBN-KB), Pajak Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan (BPHTB), Pajak Hotel, Pajak Parkir, Pajak Air Tanah (PAT), Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor (PBB-KB), Pajak Bumi dan Bangunan Pedesaan dan Perkotaan (PBB-P2), Pajak Kendaraan Bermotor (PKB), serta Pajak Reklame dan Restoran. (<http://m.beritajakarta.id>).

Dengan melihat realisasi dan target dalam beberapa tahun terakhir, penentuan besarnya target yang berdasarkan tahun sebelumnya tanpa melihat potensi yang ada kurangnya bijak, mengingat pajak reklame merupakan salah satu unsur dari pajak daerah, maka apabila penerimaan pajak reklame terus meningkat akan memberikan kontribusi yang lebih besar untuk penerimaan daerah khususnya dari sektor pajak daerah.

Tabel 2. Target dan Realisasi Pajak Reklame di Jakarta Barat Tahun 2018 – 2022

Tahun	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	Persentase (%)
2018	213.429.000.000	185.534.753.480	86,93
2019	178.004.313.000	187.015.630.545	105,06
2020	115.070.000.000	108.192.290.509	94,02
2021	131.448.000.000	135.874.825.874	103,37
2022	205.130.000.000	169.828.626.109	82,79

Sumber : <https://barat.jakarta.go.id>

Berdasarkan tabel 2 di atas dapat dilihat bagaimana pendapatan pajak reklame dari tahun 2018 – 2022. Pendapatan ditahun 2018 sebesar 185.534.753.480

Dengan persentase 86,93 persen atau kurang dari target yang ditentukan. Pendapatan pajak reklame ditahun 2019 mengalami peningkatan sebesar 187.015.630.515 dan dengan persentase 105,06 persen atau sudah melebihi dari 100 persen. Pada tahun 2020 pendapatan pajak reklame mengalami penurunan kembali dengan jumlah sebesar 108.192.290.509 dan dengan persentase 94,02 persen atau kurang dari dari 100 persen dan tidak mencapai target. Ditahun 2021 mengalami kenaikan dengan jumlah pendapatan 135.874.825.874 dan dengan persentase 103,37 dimana tahun tersebut sudah melebihi dari target yang ditentukan. Dan ditahun 2022 jumlah pendapatan menurun dengan selisih 35.301.373.891 dari target yang ditentukan. Dalam kurun waktu 5 tahun terakhir realisasi pajak reklame yang hanya mencapai target hanya pada tahun 2019 dan 2021 saja dengan persentase 105,06 dan pada tahun 2021 realisasi penerimaannya dengan persentase 103,37 dimana tahun tersebut melebihi target yang telah ditetapkan.

Dalam upaya meningkatkan pendapatan pajak reklame Jakarta Barat, pemerintah daerah perlu mengoptimalkan pemungutan pajak, memberikan pengetahuan terhadap wajib pajak supaya mudah untuk menjalankan kewajibannya, memberikan sanksi hukum yang tegas terhadap wajib pajak yang melanggar, dan diberikan pelayanan efektif dari petugas pajak untuk meningkatkan kesadaran wajib pajak dalam membayar pajak, sehingga realisasi

pajak reklame selalu dapat mencapai target dan mampu meningkatkan kontribusinya terhadap pajak daerah untuk membiayai kegiatan pemerintah daerah.

Penelitian yang dilakukan Evi & Verawaty (2019), Inka & Nita (2023), Irene & Khoirunissa (2022), Mulatsih et al (2021), Jundi et al (2022), Rizka et al (2020), Rianda & Usman (2019), Novegya & Emi (2020), R.Haryo et al (2020), Maya et al (2022) menunjukan hasil yang signifikan bahwa efektivitas pajak reklame sangatlah efektif dan berpengaruh terhadap penerimaan pajak daerah, hasil dari persentase setiap tahun nya sudah mencapai target atau melebihi dari target yang ditentukan. Pada penelitian lain yang dilakukan oleh Ratih (2019), Salwa & Suci (2022), mengatakan bahwa tingkat efektivitas pajak reklame sangat tidak berpengaruh atau tidak efektif terhadap penerimaan pajak daerah karna kurangnya mengoptimalkan pelayanan pajak dan kurangnya kesadaran wajib pajak di masyarakat.

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Efektivitas Pajak Reklame Terhadap Penerimaan Pajak Daerah di Kota Jakarta Barat”**.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menganalisis penerimaan pajak daerah Kota Jakarta Barat selama 5 tahun yakni 2018-2022. Data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data sekunder yaitu data target dan realisasi pajak reklame serta data pendapatan pajak daerah. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linear sederhana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Hipotesis

Uji Regresi Linier Sederhana

Tabel 3. Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	40,097	17,912		2,239	,111
	Efektivitas Pajak Reklame	,627	,189	,887	3,322	,045

a. Dependent Variable: Penerimaan Pajak Daerah

Sumber: Penulis, olah data SPSS 25, 2023

Pada tabel 3 diatas, terdapat nilai Constant (a) yaitu 40.097, sedangkan nilai Insentif Pajak (b) yaitu 0,591. Sehingga persamaan regresi linier sederhana :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 40,097 + 0,627X$$

Hasil dari persamaan tersebut dapat disimpulkan seperti berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 40,097 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai X maka Y sebesar 40,097
2. Koefisien regresi X sebesar 0,627 menyatakan bahwa jika setiap penambahan 1 pada X, maka nilai Y bertambah sebesar 0,627.
 Maka, dapat disimpulkan jika Efektivitas Pajak Reklame berpengaruh secara langsung dan positif terhadap Penerimaan Pajak Daerah.

Uji Adjusted R2 (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi berguna untuk mengetahui seberapa besar ukuran keseluruhan variabel independen yang menjelaskan variabel dependen itu sendiri. Berikut adalah hasil dan rumus yang digunakan untuk menghitung koefisien determinasi:

Tabel 4. Uji R2 Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,887 ^a	,786	,715	3,705

a. Predictors: (Constant), Efektivitas Pajak Reklame

b. Dependent Variable: Penerimaan Pajak Daerah

Sumber: Penulis, olah data SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 4 di atas, hasil nilai R Square sebesar 0,786. Artinya adalah, kontribusi yang diberikan dari variabel Efektivitas Pajak Relame (X) dan terhadap Penerimaan Pajak Daerah (Y) yakni sebesar 78,6%. Sedangkan sisanya (100% - 78,6 %) yakni sebesar 21,4% dipengaruhi oleh variabel dan sebab lainnya di luar dari penelitian ini.

Uji t-statistik (Uji Parsial)

Uji t bertujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh antara variabel Insentif Pajak (X) dan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y) dengan dasar pengambilan keputusannya adalah melihat dari t-hitung > t-tabel dan taraf sig < 0,05, maka dinyatakan tolak Ho dan terima Ha.

Tabel 5. Uji t Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	40,097	17,912		2,239	,111
	Efektivitas Pajak Reklame	,627	,189	,887	3,322	,045

a. Dependent Variable: Penerimaan Pajak Daerah

Sumber : Penulis, olahdata SPSS 25, 2023

Sehingga dapat disimpulkan bahwa Efektivitas berpengaruh positif terhadap Penerimaan Pajak Daerah di Jakarta Barat. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima.

Berdasarkan Pada tabel 5 diatas menunjukkan bahwa nilai t hitung 3,322 dan nilai significant nya 0,045. Nilai t berdasarkan tabel ($df = n - k = 5 - 1 = 4$ dan $\alpha = 0,05$) adalah 2,35336 Oleh karena nilai t hitung $>$ t-tabel ($3,322 > 2,35336$) dan nilai signifikansi $<$ 0,05 ($0,045 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa Efektivitas Pajak Reklame berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penerimaan Pajak Daerah di Jakarta Barat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Efektivitas berpengaruh positif terhadap Penerimaan Pajak Daerah di Jakarta Barat. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima.

Uji F (Simultan)

Tabel 6. Uji F ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	151,526	1	151,526	11,039	,045 ^b
	Residual	41,180	3	13,727		
	Total	192,706	4			

a. Dependent Variable: Penerimaan Pajak Daerah

b. Predictors: (Constant), Efektivitas Pajak Reklame

Sumber : Penulis, olahdata SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 6 hasil output tersebut bahwa nilai F hitung yang diperoleh adalah 11,039 dengan nilai signifikansi 0,0. Nilai F berdasarkan tabel ($F_{tabel} = F(k; n-k)$ $F(1; 5-2) = F(1; 3) = 10,13$). Oleh karena itu nilai F hitung $>$ F tabel ($11,039 > 10,13$ dan nilai signifikansi $<$ 0,05 ($0,045 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa Efektivitas Pajak Reklame secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Penerimaan Pajak Daerah di Jakarta Barat.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dianalisis mengenai pengaruh Efektivitas Pajak Reklame terhadap Penerimaan Pajak Daerah di Kota Jakarta Barat maka terdapat hal-hal yang perlu diperhatikan. Berikut ini akan dibahas beberapa temuan hasil penelitian :

Efektivitas Pajak Reklame terhadap Penerimaan Pajak Daerah Di Kota Jakarta Barat tahun 2018-2022

Dari data analisis Efektivitas Pajak Reklame diatas diketahui bahwa tingkat Efektivitas Pajak Reklame pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2022 dengan melihat rata – rata Efektivitas Pajak Reklame sebesar 94,43% setiap tahunnya. Dengan kriteria efektivitas pemungutan pajak reklame, rata-rata rasio efektivitas tergolong efektif karena menunjukkan nilai rasio diatas 90%. Dari angka tersebut dapat diketahui bahwa tidak setiap tahun pajak reklame selalu meningkat tingkat efektivitasnya, bahkan juga kadang mengalami penurunan. Hal ini dikarenakan setiap tahun jumlah subjek maupun objek pajak tidak selalu sama dan juga disebabkan oleh wajib pajak yang tidak membayar pajak tepat waktu.

Dengan melihat rata-rata sebesar 94,43%, hal ini menunjukkan kinerja pemerintah DKI Jakarta Khususnya Daerah Jakarta Barat dalam merealisasikan pajak reklame cukup baik. Oleh karena itu pengelolaan pajak reklame dalam penetapan target penerimaan pajak reklame perlu disesuaikan lagi dengan perkembangan secara historis dimasa lampau, sehingga target penerimaan pajak reklame yang ditetapkan mempunyai dasar yang akurat dan kuat.

Pengaruh Efektivitas Pajak Reklame terhadap Penerimaan Pajak Daerah Di Kota Jakarta Barat Tahun 2018-2022

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh mengenai pengaruh Efektivitas Pajak Reklame Terhadap Penerimaan Pajak Daerah Di Kota Jakarta Barat maka dapat diketahui bahwa Efektivitas pajak reklame mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penerimaan pajak daerah di Kota Jakarta Barat. Hasil penelitian berdasarkan uji secara parsial menunjukkan bahwa nilai t hitung untuk variabel Efektivitas Pajak Reklame adalah 3,322 dan nilai signifikannya 0,045 maka dapat disimpulkan bahwa Efektivitas Pajak Reklame berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penerimaan Pajak Daerah Di Jakarta Barat.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu:

1. Koefisien determinasi menyatakan bahwa hasil Efektivitas Pajak Reklame (X) terhadap Penerimaan Pajak Daerah (Y) yakni sebesar 78,6%. Artinya, besaran kontribusi yang diberikan oleh variabel independen (Efektivitas Pajak Reklame) terhadap variabel dependen (Penerimaan Pajak Daerah) pada penelitian ini adalah sebesar 78,6%. Sedangkan sisanya sebesar 21,4% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.
2. Uji t pada variabel Insentif Pajak (X) memperoleh hasil t-hitung 3,322 dan nilai sig 0,045. Dengan demikian, $t\text{-hitung } 3,322 > t\text{-tabel } 2,35336$ dan nilai sig $0,045 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Kesimpulannya yakni, terdapat pengaruh yang signifikan antara Efektivitas Pajak Reklame (X) terhadap penerimaan pajak daerah (Y) di Kota Jakarta Barat. Variabel Efektivitas Pajak Reklame (X) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak daerah.
3. Secara simultan atau uji F pada variabel pajak reklame berpengaruh signifikan terhadap Penerimaan pajak daerah di Kota Jakarta Barat. Hal ini menunjukkan bahwa hasil uji ANOVA (*Analysis Of Variance*) nilai F hitung yang diperoleh adalah 11,039 dengan nilai signifikansi 0,045. Nilai F berdasarkan tabel ($F\text{ tabel} = F(k; n-k) = F(1; 5-2) = F(1; 3) = 10,13$). Oleh karena itu nilai F hitung $> F\text{ tabel}$ ($11,039 > 10,13$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,045 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya Efektivitas Pajak Reklame secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Penerimaan Pajak Daerah di Jakarta Barat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, R..H., Tinangon.J.J, Elim.I, (2020). *Evaluasi Efektivitas Penerimaan Pajak Hotel, Pajak Reklame, Pajak Hiburan Dan Kontribusi Di Pemerintah Kota Manado*. *Jurnal EMBA* 8(4),261-267. Diakses dari <https://doi.org/10.35794/emba.v8i4.31220>
- Aulia, A., Setyanto, E., (2022). *Pengaruh Kepatuhan Wajib Pajak dan Pemeriksaan Pajak Terhadap Penerimaan Pajak Reklame di Kota Cimahi*. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi)*, 14(2). Diakses dari <http://ojs.stan-im.ac.id/index.php/JSMA/article/view/106>
- Apriliansi, S.A, Sunaningsih, S.N., (2022). *Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame Dan Pajak Restoran Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Bandung Pada Saat Era Pandemi Covid-19*. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(3), 793-802.
- Ariyanti, R., Setiawaan, S., Cahyati, N., (2020). *Analisis Efektivitas Dan Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Pekalongan*, *Economic, Business, Management, and Accounting Journal*, 17(1).
- Damayanti, I., Valianti, R.M., Mursalin, (2021). *Analisis Potensi dan Kontribusi Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Palembang*. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 18(3), 357-370.
- Dewanti, Y.R, (2021). *Analisis Efektifitas Dan Kontribusi Pemungutan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Di Provinsi DKI Jakarta Tahun 2016-2019*. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 7(1). <http://journal.uyr.ac.id/index.php/JAB/article/view/378/0>
- Firmansyah, H., & nurdiana, hadian . (2022). *Efektivitas Pemungutan Pajak Bumi Dan Bangunan Dalam Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Di Desa Padamukti Tahun 2018-2020*. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11(03), 576-588. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i03.15810>
- Hanis, R., Saputra, U. (2019). *Efektivitas dan Kontribusi Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Pontianak*, *Jurnal Ekonomi – JE*, 27(1), 37-46.
<https://m.beritajakarta.id/read/125437/penerimaan-pajak-daerah-di-jakbar-capai-4463-persen>. Diakses pada tanggal 29 september 2023
<https://pajak-reklame.com/perhitungan-tarif-pajak-reklame-2021-s-d-2022/> . Diakses pada tanggal 01 desember 2023
- IchsanA., SiregarH., & SoetartoE. (2018). *Strategi Pemungutan Penerimaan Pajak Reklame Kota Bekasi*. *Jurnal Manajemen Pembangunan Daerah*, 10(-). Diakses dari https://doi.org/10.29244/jurnal_mpd.v10i-.22697
- Kumala, R., (2019). *Analisis Efektivitas Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak Daerah Di Kota Bekasi*. *Jurnal Reformasi Administrasi*, 6(1), 38-41. <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/reformasi/article/view/331/203>
- Mardiasmo. (2019) *Perpajakan Edisi 2019*, Yogyakarta, Andi.
- Mulatsih, M., Kusumawardani, A., & Utomo, R. B. (2021). *Analisis Efektivitas, Kontribusi dan Laju Pertumbuhan Pajak Parkir Dan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Provinsi DKI Jakarta Tahun 2016-2020*. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(3), 3148-3165. https://drive.google.com/file/d/1fuIMNeGBPYP3kxHJc_J2o8yI1bxTIGX/view

- Natalia, Irene and Kusumaningtyas, Khoirunnisa (2022) *Efektivitas dan Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah*. *Jurnal Akuntansi*, 17 (2), 120-126. Diakses dari <https://repository.ubaya.ac.id/43568/>
- Pradana, J.A, Sabijono, H., Tirayoh, F.Z (2022). *Kontribusi dan Efektivitas Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Tidore Kepulauan Provinsi Maluku Utara*. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Hukum)*, 5(2), 1029 – 1038. Diakses <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/lppmekosobudkum/article/view/40557/36343>
- Primandari, N. R., & Dahlia, E. (2020). *Kontribusi dan efektivitas pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah di Kabupaten Ogan Komering Ulu periode tahun 2013 – 2017*. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 1(2), 123–134. Diakses dari <https://doi.org/10.35912/jakman.v1i2.12>
- Resmi, Siti (2019), *Perpajakan Teori dan Kasus*, Edisi 11, Buku I, Jakarta: Salemba Empat.
- Safitri, I. (2021). *Analisis terhadap Kontribusi Pajak Reklame, Pajak Hotel dan Pajak Restoran dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) pada Badan Pendapatan Daerah DKI Jakarta*. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18(1), 76 - 83.
- Saranani, I., Asraf, A., & Hasnita, N. (2023). *Analisis Efektivitas Pajak Hotel dan Pajak Reklame serta Kontribusinya dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Kendari*. *Jurnal Akuntansi STEI*, 6(2), 26 - 49. Retrieved from <https://www.ejournal.stei.ac.id/index.php/AkuntansiSTEI/article/view/967>
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 23 tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 28 tahun 2009 Tentang Pajak Daerah
- Wowor, M.S, Sondakh, J., Tirayoh, V.Z, (2022). *Analisis Perbandingan Efektivitas Dan Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah (Pad) Kota Tomohon Dan Kabupaten Minahasa*. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Hukum)*, 5(2), 1129 – 1140. Di akses dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/lppmekosobudkum/article/view/40128/36378>