

## ANALISIS KONTRIBUSI PAJAK REKLAME DAN PAJAK HIBURAN

Pipit Mutiara<sup>1</sup>, Intan Noor Fauziah<sup>2</sup>, Catur Martian Fajar<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas ARS, mutiara.pipit@ars.ac.id

<sup>2</sup>Universitas ARS, intannoorf31@gmail.com

<sup>3</sup>Universitas ARS, cm.fajar91@gmail.com

### ABSTRAK

Sistem otonomi daerah di Indonesia membuat pemerintah daerah perlu melakukan upaya dalam meningkatkan sumber penerimaan daerahnya. Pendapatan Asli Daerah merupakan penerimaan pendapatan yang digunakan sebagai sumber biaya dalam segala macam bentuk kegiatan pemerintah. Pajak daerah yang dapat berkontribusi untuk meningkatkan penerimaan Pendapatan Asli Daerah adalah pajak reklame dan pajak hiburan, dapat dibuktikan dengan semakin berkembangnya sektor pariwisata yang dapat mendorong pertumbuhan tempat hiburan serta semakin berkembangnya sektor perusahaan barang dan jasa yang menggunakan media reklame di Kota Cimahi seiring dengan pertumbuhan pembangunan Kota Cimahi yang semakin pesat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pajak reklame dan pajak hiburan terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Cimahi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pajak reklame berpengaruh tidak signifikan secara parsial terhadap Pendapatan Asli Daerah. Pajak hiburan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Pendapatan Asli Daerah. Secara simultan pajak reklame dan pajak hiburan berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Cimahi.

**Kata Kunci :** Pajak Reklame, Pajak Hiburan, Pendapatan Asli Daerah.

### ABSTRACT

*The regional autonomy system in Indonesia makes local governments need to make efforts to increase their regional revenue sources. Regional Original Revenue is revenue that is used as a source of costs in all forms of government activities. Local taxes that can contribute to increasing local revenue are advertisement taxes and entertainment taxes, as evidenced by the growing development of the tourism sector which can encourage the growth of entertainment venues and the development of the goods and service company sector that uses advertising media in Cimahi City along with the growth of development. The city of Cimahi is growing rapidly. The purpose of this study was to determine the effect of the advertisement tax and entertainment tax on Regional Original Income in Cimahi City. The research method used is descriptive and verification methods with a quantitative approach. The results showed that the advertisement tax had a partially insignificant effect on Regional Original Income. Entertainment tax partially significant effect on local revenue. Simultaneously, the advertisement tax and entertainment tax have a significant effect on Local Original Income in Cimahi City.*

**Keywords:** Advertising Tax, Entertainment Tax, Regional Original Income.

**PENDAHULUAN**

Indonesia diakui memiliki banyak pulau yang jumlahnya bahkan tidak bisa dihitung oleh jari, maka pembangunan daerah sangat diperlukan untuk meningkatkan berbagai macam potensi sumber daya yang terdapat di daerah tersebut demi kepentingan kesejahteraan rakyatnya (Pundissing, 2020). Selain itu Indonesia juga selalu berusaha untuk meningkatkan pembangunan yang terdapat di negaranya baik pembangunan secara nasional maupun pembangunan daerah (Mutiara & Rufaidah, 2020).

Pemerintah daerah diberikan wewenang oleh pemerintah pusat dalam mengurus daerahnya secara mandiri sesuai dengan asas otonomi daerah yang dianut oleh Negara Indonesia, sehingga pemerintah daerah diharapkan mampu untuk meningkatkan sumber penerimaan daerah sesuai dengan kebijakan atau aturan-aturan hukum yang berlaku (Julia, 2017). Untuk dapat menjalankan kewenangannya pemerintah daerah membutuhkan dana yang tidak sedikit dari Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang tidak lain berasal dari pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, serta lain-lain Pendapatan Asli Daerah yang sah pada daerah tersebut (Adi et al., 2020).

Pajak daerah adalah salah satu indikator yang memiliki peran cukup besar dalam meningkatkan penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) (Mulyadi & Nawangsari, 2020). Sehingga pemerintah daerah perlu memberikan perhatian khusus terhadap darimana sumber pajak daerah diolah dan perlu membuat peraturan-peraturan yang berkaitan dengan pengelolaan sumber daya tersebut (Bustomi, 2021). Karena pajak daerah adalah bagian dari kewenangan pemerintah daerah dalam pengelolaannya (Mutiara & Rufaidah, 2020). Serta besarnya realisasi penerimaan pajak daerah yang diterima merupakan indikator dari mampu atau tidaknya keuangan yang di kelola oleh pemerintah daerah (Harahap & Effendi, 2020).

Kota Cimahi merupakan salah satu kota yang mengandalkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) sebagai sumber biaya dalam pembangunan daerah sesuai dengan jalannya kebijakan otonomi daerah yang berlaku di Indonesia, kemajuan Kota Cimahi pun terbilang cukup

pesat dalam pertumbuhan ekonomi dan perkembangan pembangunan daerahnya, serta kedudukan strategis Kota Cimahi baik dalam segi ekonomi, sosial, budaya, dan industrinya yang akan meningkatkan penerimaan pajak daerah serta Pendapatan Asli Daerah (PAD) (Rahmawati & Sudrajat, 2020). Tabel Penerimaan Pendapatan Asli Daerah Kota Cimahi dan Penerimaan Pajak Daerah Kota Cimahi periode tahun 2013-2019 dapat dilihat dibawah ini:

**Tabel I.1**  
**Penerimaan Pendapatan Asli Daerah dan Pajak Daerah Kota Cimahi Tahun 2013-2019**

Tahun	Penerimaan PAD	Pencapaian	Penerimaan Pajak Daerah	Pencapaian
2013	Rp 191.599.456.904	115,67%	Rp 91.644.684.568	47,83%
2014	Rp 227.949.120.160	109,68%	Rp 91.773.018.952	40,26%
2015	Rp 268.816.074.333	118,94%	Rp 112.124.308.126	42,00%
2016	Rp 286.049.615.484	113,18%	Rp 112.060.908.223	39,00%
2017	Rp 383.911.991.301	123,18%	Rp 165.395.183.082	43,08%
2018	Rp 334.988.775.100	102,49%	Rp 134.780.319.817	40,23%
2019	Rp 379.663.505.399	103,28%	Rp 163.137.074.872	42,96%

Sumber: Badan Pengelola Pendapatan Daerah Kota Cimahi

Dari tabel I.1 diketahui bahwa penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan pajak daerah di Kota Cimahi dari tahun 2013-2019 cenderung selalu meningkat namun pada beberapa tahun terjadi penurunan. Pada tahun 2018 penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) mengalami penurunan dengan jumlah penerimaan sebesar Rp 334.988.775.100 yang diikuti dengan menurunnya jumlah penerimaan pajak daerah dengan jumlah penerimaan sebesar Rp 165.395.183.082, hal tersebut terjadi karena adanya kebijakan Pemerintah Kota Cimahi yang kurang matang dalam memutuskan perencanaan target pajak daerah sehingga menyebabkan ada tiga jenis pajak daerah yang melenceng dari target yang telah ditetapkan yaitu pajak reklame, pajak hiburan, dan pajak BPHTB, meskipun ada sembilan jenis pajak daerah lainnya yang melebihi target namun dengan adanya target yang melenceng dari pajak reklame, pajak hiburan dan pajak BPHTB tersebut tetap berpengaruh terhadap besarnya penerimaan pajak daerah di tahun 2018 (Jabarekspres.com, 2019).

Pada tahun 2019 penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) mengalami peningkatan yang diikuti dengan pajak daerah yang juga mengalami peningkatan yang disebabkan oleh adanya kebijakan Bappenda Kota Cimahi untuk mendata kembali para wajib pajak di Kota Cimahi agar target pendapatan daerah dapat tercapai untuk mengoptimalkan penerimaan pajak daerah dan Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang digunakan dalam membangun dan mendukung jalannya kegiatan pemerintahan di Kota Cimahi meskipun dalam keadaan pandemi (Rri.co, 2019).

Salah satu sumber yang dapat meningkatkan penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Cimahi adalah pajak daerah karena pajak daerah mempunyai peran kontribusi cukup besar jika dibandingkan dengan indikator penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) lainnya (Haryati & Resanti, 2017). Dalam hal ini pajak daerah yang dimaksud adalah pajak reklame serta pajak hiburan jika dilihat dari besarnya tarif yang dipungut berdasarkan Peraturan Daerah Kota Cimahi Nomor 9 Tahun 2011 Tentang Pajak Daerah untuk pajak reklame sebesar 25% dan pajak hiburan sebesar kisaran dari 10% sampai dengan 50%. Target dan realisasi pajak reklame Kota Cimahi periode tahun 2013-2019 adalah sebagai berikut:

**Tabel I.2**  
**Target dan Realisasi Pajak Reklame Kota Cimahi Tahun 2013-2019**

Tahun	Target	Realisasi	Pencapaian
2013	Rp 1.481.087.199	Rp 1.783.275.198	120,40%
2014	Rp 2.133.723.900	Rp 2.239.080.538	104,94%
2015	Rp 1.902.145.000	Rp 2.209.522.607	116,16%
2016	Rp 1.564.398.734	Rp 1.568.673.807	100,27%
2017	Rp 1.715.772.595	Rp 2.134.111.358	124,38%
2018	Rp 2.844.167.550	Rp 2.727.190.144	95,89%
2019	Rp 2.209.522.607	Rp 2.408.147.250	108,99%

Sumber: Badan Pengelola Pendapatan Daerah Kota Cimahi

Berdasarkan tabel I.2 diketahui bahwa penerimaan pajak reklame di Kota Cimahi dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2019 cenderung mengalami peningkatan namun ada beberapa tahun yang mengalami penurunan serta pada tahun 2018 target tidak terealisasi.

Pada tahun 2015 dengan jumlah realisasi penerimaan sebesar Rp 2.209.522.607 mengalami penurunan penerimaan realisasi dari tahun sebelumnya dikarenakan banyaknya reklame ilegal terpasang di Kota Cimahi dengan jumlah titik-titik reklame ilegal sebanyak 200 dengan jumlah wajib pajaknya sebanyak 2.500 orang, hal tersebut yang membuat penerimaan pajak reklame mengalami penurunan hingga mencapai 17% dari tahun sebelumnya (Bisnis.com, 2015).

Pada tahun 2016 dengan jumlah realisasi penerimaan sebesar Rp 1.568.673.807 mengalami penurunan penerimaan realisasi dari tahun sebelumnya dikarenakan banyaknya reklame liar tidak berizin yang terpasang dan tidak terdaftar di Badan Pengelola Pendapatan Daerah Kota Cimahi seperti di salah satu jalan di Kota Cimahi yaitu Jalan Gandawijaya terdapat 157 buah reklame ilegal dipasang oleh pihak yang tidak bertanggung jawab (Kabar24bisnis, 2017).

Pada tahun 2018 target penerimaan pajak reklame tidak terealisasi dengan jumlah target sebesar Rp 2.844.167.550 dan realisasi penerimaan sebesar Rp 2.727.190.144 yang diikuti dengan menurunnya jumlah penerimaan pajak daerah dan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Cimahi pada tahun 2018. Hal tersebut terjadi karena minat masyarakat untuk menggunakan reklame sangat kurang dikarenakan banyak masyarakat yang sudah beralih menggunakan media sosial dalam mengkomersilkan usahanya sehingga penggunaan media reklame mengalami penyusutan, serta adanya kebijakan yang dibuat oleh Pemerintah Kota Cimahi dalam penyesuaian program mengenai K3 yaitu ketertiban, kebersihan dan keindahan yang menyebabkan tidak semua daerah di Kota Cimahi dapat dipasangi media reklame sehingga besarnya penerimaan yang diperoleh hanya mencapai 95,89% saja (Rmoljabar, 2019).

Pada tahun 2019 dengan jumlah realisasi penerimaan sebesar Rp 2.408.147.250 mengalami penurunan realisasi penerimaan dari tahun sebelumnya dikarenakan banyaknya penunggak pajak yang tidak membayarkan pajaknya seperti adanya salah satu wajib pajak yang menunggak tidak membayarkan pajaknya tercatat selama kurun waktu 5 tahun dengan jumlah tunggakan mencapai Rp 11.212.500

padahal media peringatan sudah dilakukan mengenai objek pajak tersebut untuk memberikan teguran keras kepada penunggak pajak di Kota Cimahi sehingga jumlah penerimaan pajak reklame mengalami penurunan dari tahun sebelumnya (Pikiran Rakyat, 2019).

Pajak hiburan juga mempunyai peran kontribusi dalam meningkatkan sumber penerimaan pajak daerah yang akan digunakan dalam meningkatkan penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) (Marviana, 2018). Target dan realisasi pajak hiburan Kota Cimahi periode tahun 2013-2019 adalah sebagai berikut:

**Tabel I.3**

**Target dan Realisasi Pajak Hiburan Kota**

Tahun	Target	Realisasi	Pencapaian
2013	Rp 367.844.014	Rp 476.013.686	129,41%
2014	Rp 588.227.000	Rp 606.675.989	103,14%
2015	Rp 536.675.989	Rp 606.398.392	112,14%
2016	Rp 464.404.000	Rp 649.392.176	139,83%
2017	Rp 698.081.477	Rp 764.475.150	109,51%
2018	Rp 756.603.100	Rp 735.783.567	97,25%
2019	Rp 655.757.776	Rp 781.622.970	119,19%

Sumber: Badan Pengelola Pendapatan Daerah Kota Cimahi

### Cimahi Tahun 2013-2019

Berdasarkan tabel I.3 diketahui penerimaan pajak hiburan di Kota Cimahi dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2019 cenderung selalu meningkat namun terdapat beberapa tahun yang mengalami penurunan serta pada tahun 2018 target penerimaan tidak terealisasi. Pada tahun 2015 dengan jumlah realisasi penerimaan sebesar Rp 606.398.392 mengalami penurunan realisasi penerimaan dari tahun sebelumnya dikarenakan faktor keberadaan wilayah Kota Cimahi yang berada diantara dua kota lainnya yaitu Kota Bandung dan Kabupaten Bandung yang menyebabkan faktor kurangnya jumlah fasilitas hiburan yang tersedia seperti tidak adanya fasilitas hiburan bioskop, dan *waterpark* atau *waterboom* di Kota Cimahi karena masyarakat cenderung memilih untuk berwisata atau bermain ke Kota Bandung (Rahmawati & Sudrajat, 2020).

Pada tahun 2018 target penerimaan pajak hiburan tidak terealisasi dengan jumlah target

sebesar Rp 756.603.100 dan realisasi penerimaan sebesar Rp 735.783.567 serta jumlah realisasi penerimaan pun terjadi penurunan dari tahun sebelumnya yang diikuti dengan menurunnya jumlah penerimaan pajak daerah serta Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Cimahi pada tahun 2018, hal tersebut terjadi karena minimnya fasilitas tempat hiburan yang tersedia seperti kurangnya tempat pagelaran seni dan budaya, kurangnya tempat seni ketangkasan, kurangnya tempat pemandian, tidak adanya bioskop, minimnya tempat pagelaran, dan kolam renang di Kota Cimahi (Rmoljabar, 2019).

Pada tahun 2019 penerimaan pajak hiburan mengalami peningkatan dengan jumlah penerimaan sebesar Rp 781.622.970 yang diikuti dengan meningkatnya penerimaan pajak daerah serta Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Cimahi pada tahun 2019, yang disebabkan oleh adanya keberadaan bioskop yang sangat diminati oleh masyarakat Kota Cimahi sehingga berpotensi meningkatkan pendapatan pajak hiburan sebesar 119% dan melebihi target yang telah ditetapkan dari jumlah wajib pajak sebanyak 20 (Pikiranrakyat, 2020).

Berdasarkan fenomena peningkatan dan penurunan yang terjadi pada pajak reklame dan pajak hiburan yang telah dipaparkan maka dapat dikatakan bahwa besarnya penerimaan dari pajak reklame dan pajak hiburan memiliki kontribusi dalam mempengaruhi penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Cimahi, maka penulis bermaksud untuk melakukan penelitian mengenai “**Pengaruh Pajak Reklame dan Pajak Hiburan Terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Cimahi Tahun 2013-2019**”.

### KAJIAN LITERATUR Pendapatan Asli Daerah

Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan penerimaan pendapatan yang berasal dari daerah itu sendiri yang mempunyai tujuan untuk membangun dan meningkatkan sumber dana daerah dengan melakukan upaya menggali dan mengelola sumber daya pada daerah tersebut yang bersumber dari pajak di daerah, retribusi di daerah dan pajak lain-lain yang sah di daerah serta hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan (Pundissing, 2020).

Menurut Anggoro dalam (Gheta, 2017) menyatakan bahwa Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah pendapatan yang berasal dari pemanfaatan sumber potensi-potensi yang terdapat pada daerah tersebut serta penerimaan hasil dari berbagai bentuk kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah daerah dalam melayani masyarakat di daerahnya.

Menurut Mardiasmo dalam (Damayanti, 2020) menyatakan bahwa Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan hasil dari penerimaan sumber-sumber daerah yang kemudian perlu dikelola oleh pemerintah daerah agar dapat digunakan untuk membiayai kegiatan pemerintah dalam meningkatkan tingkat kemandirian wilayah tersebut demi berlangsungnya sistem pemerintahan di daerah.

Adapun sumber-sumber dalam penerimaan Pendapatan Asli Daerah adalah sebagai berikut:

### 1. Pajak Daerah

Pajak daerah merupakan pajak yang dalam sistem pemungutannya dilakukan oleh pemerintah daerah (Mutiara & Rufaidah, 2020). Serta pungutan pajaknya wajib dibayarkan oleh wajib pajak pribadi ataupun wajib pajak badan dari hasil adanya peraturan pemerintah daerah yang berlaku pada daerah tersebut yang sifatnya memaksa dan bertujuan untuk meningkatkan dan melaksanakan segala macam bentuk kebutuhan pembangunan daerah demi kesejahteraan masyarakat (Rahayu & Kurniawati, 2020). Pajak yang termasuk ke dalam pajak daerah contohnya adalah pajak media reklame, pajak tempat hiburan, dan lain sebagainya (Mutiara & Rufaidah, 2020).

### 2. Retribusi Daerah

Retribusi daerah merupakan pungutan yang wajib dibayarkan oleh masyarakat sebagai wajib pajak kepada pemerintah daerah karena adanya suatu kepentingan tertentu yang balas jasanya dapat diterima dengan langsung atas pemberian izin dan pembayaran jasa yang khusus dilakukan dan difasilitasi oleh pemerintah daerah (Rosa et al., 2020). Contoh jenis retribusi daerah adalah retribusi jasa kesehatan, retribusi jasa pendidikan, retribusi jasa kebersihan, retribusi jasa pelayanan pasar,

dan lain sebagainya (Utomo & Wiwoho, 2017).

### 3. Hasil pengelolaan kekayaan Daerah yang dipisahkan

Hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan adalah sumbangan dari hasil sumber daya daerah yang dikelola secara terpisah oleh pemerintah daerah yang merupakan bagian dari perencanaan belanja daerah contohnya seperti penyertaan modal atas laba pada usaha yang dimiliki oleh lembaga-lembaga seperti lembaga pihak daerah, pihak negara maupun pihak swasta yang terdapat pada daerah tersebut (Fajar, 2017).

### 4. Lain-lain Pendapatan Asli Daerah yang sah

Lain-lain Pendapatan Asli Daerah yang sah adalah penerimaan lain-lain yang dimiliki oleh pemerintah daerah selain dari jenis-jenis pendapatan-pendapatan lainnya seperti penerimaan pendapatan hasil dari adanya bunga, penerimaan pendapatan dari hasil jasa giro, penerimaan pendapatan dari hasil adanya penjualan aset di daerah yang tidak dipisahkan, dan lain sebagainya (Syah et al., 2019).

### **Pajak Reklame**

Pajak reklame merupakan salah satu pajak daerah yang dapat berkontribusi menjadi sumber penerimaan dalam Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang pajaknya dikenakan kepada tiap perorangan atau badan atas berdirinya media reklame dengan tujuan untuk mempromosikan atau mengiklankan untuk menarik perhatian banyak orang yang melihat terhadap barang ataupun jasa yang sedang ditayangkan dalam media reklame tersebut (Utomo & Wiwoho, 2017).

Menurut Mardiasmo dalam (Tombokan et al., 2019) menyatakan bahwa pajak reklame adalah iuran wajib dari terselenggaranya atau berdirinya media reklame, kemudian objek pajak pada pemungutan reklame adalah semua wajib pajak baik itu wajib pajak badan ataupun wajib pajak perorangan yang mendirikan reklame tersebut dengan berbagai macam bentuk media, kecuali reklame yang didirikan oleh pemerintah tidak dikenakan pungutan atas pajak reklamennya.

Pajak reklame juga merupakan kontribusi atau sumber penerimaan yang dikenakan atas alat atau media yang digunakan dalam pendirian

reklame yang digunakan untuk kebutuhan promosi atau komersil serta penerimaannya dihitung berdasarkan hasil dari satu tahun setelah pendirian reklame tersebut (Sukmawati & Ishak, 2019).

Objek pajak dalam pajak reklame berdasarkan Peraturan Daerah Kota Cimahi Nomor 9 Tahun 2011 Tentang Pajak Daerah BAB II Pasal 19 adalah semua penyelenggara reklame yang meliputi:

1. Reklame dalam bentuk papan atau sejenisnya.
2. Reklame dalam bentuk benda melekat, atau sejenisnya.
3. Reklame dalam bentuk brosur.
4. Reklame dalam bentuk media berjalan.
5. Reklame dalam bentuk media udara.
6. Reklame dalam bentuk media apung.
7. Reklame dalam bentuk suara.
8. Reklame dalam bentuk film atau sejenisnya.
9. Reklame dalam bentuk pertunjukan.

### **Pajak Hiburan**

Menurut Soelarno dalam (Fahreja et al., 2019) menyatakan bahwa hiburan merupakan suatu hal yang bisa membuat seseorang merasakan kebahagiaan, kesenangan atau kegembiraan dalam dirinya. Sedangkan pajak hiburan merupakan iuran yang wajib dibayarkan oleh pihak bersangkutan atau wajib pajak yang bertanggung jawab atas berdirinya tempat hiburan tersebut.

Menurut Peraturan Pemerintah Daerah Kota Cimahi Nomor 9 Tahun 2011 Tentang Pajak Daerah BAB I Pasal 1, hiburan merupakan seluruh jenis tontonan, pertunjukan, permainan, atau keramaian yang dapat dinikmati dengan dipungut bayaran. Sedangkan pajak hiburan adalah pajak atas penyelenggaraan hiburan yang sifatnya bisa diperlihatkan oleh banyak pihak atau banyak orang.

Pajak hiburan merupakan pungutan yang wajib dibayarkan oleh wajib pajak atas berdirinya salah satu jenis hiburan yang dapat dinikmati oleh banyak orang dengan harus mengeluarkan biaya sebelum memasuki area hiburan tersebut (Julia, 2017). Selain itu, pajak hiburan juga merupakan iuran yang ditagih oleh daerah atas berdirinya tempat hiburan yang pengenaan pajaknya tidak diberlakukan pada semua daerah (Triyono, 2018).

Tidak semua daerah yang ada di Indonesia dapat dikenai sistem tagihan iuran atau pungutan pajak dalam penyelenggaraan atau dalam mendirikan fasilitas hiburan tersebut di daerahnya karena tidak semua daerah yang terdapat di Indonesia diberikan kewenangan oleh pemerintah pusat secara penuh dalam mengelola pajak daerahnya tersebut terutama pajak hiburan karena beberapa alasan (Prabowo & Herawati, 2018).

Objek pajak hiburan yang dikenakan berdasarkan Peraturan Daerah Kota Cimahi Nomor 9 Tahun 2011 Tentang Pajak Daerah BAB II Pasal 14 atas terselenggaranya hiburan adalah sebagai berikut:

1. Tempat menonton film.
2. Tempat pagelaran berbagai macam jenis kesenian seperti seni musik, seni tari, atau sejenisnya.
3. Tempat perlombaan kecantikan.
4. Tempat pementasan.
5. Tempat karaoke.
6. Tempat sirkus.
7. Tempat permainan bola bilyar, dan sejenisnya.
8. Tempat balap pacuan kuda, balap motor dan sejenisnya.
9. Tempat pijat atau refleksi, dan sejenisnya.
10. Tempat pertandingan olahraga, seperti tempat pertandingan sepak bola, tempat pertandingan futsal, dan sejenisnya.

### **METODE PENELITIAN**

#### **Tipe Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai hubungan antara populasi atau sampel berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan berdasarkan hipotesis yang telah ditentukan, kemudian hipotesis tersebut akan diuji atau dianalisis menggunakan alat statistik (Samosir, 2020).

Penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif menurut Masyhuri dalam (Utomo & Wiwoho, 2017) menyatakan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang mempunyai tujuan untuk memberikan gambaran mengenai suatu kondisi atau permasalahan secara deskriptif. Sedangkan penelitian verifikatif merupakan penelitian yang dilakukan untuk menguji keabsahan dari hipotesis atau jawaban

sementara yang telah ditentukan mengenai hubungan antara variabel (Sastrawan et al., 2018).

Menurut Sugiyono (2018:11) penelitian kuantitatif adalah metode yang memiliki tujuan untuk menguji hipotesis atau jawaban sementara yang telah ditentukan dengan meneliti populasi dan sampel yang berdasarkan pada filsafat positivisme dengan mengumpulkan data yang bersifat statistik berupa angka.

### Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dengan menggunakan perantara pihak lain atau secara tidak langsung (Setiawan & Tulidawiyah, 2020). Data sekunder yang digunakan adalah data Laporan Realisasi Penerimaan Pendapatan Daerah Kota Cimahi Tahun 2013-2019 yang sudah diolah dan diperoleh dari Badan Pengelola Pendapatan Daerah Kota Cimahi.

### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah data Laporan Realisasi Penerimaan Pendapatan Daerah Kota Cimahi. Dalam pengambilan sampel digunakan teknik *nonprobability sampling* dan *purposive sampling* untuk mengambil sampel Pendapatan Asli Daerah, pajak reklame dan pajak hiburan dengan menggunakan pertimbangan pada data Laporan Realisasi Penerimaan Pendapatan Daerah Kota Cimahi tahun 2013-2019.

### Rancangan Analisis Data dan Hipotesis

Analisis data yang dilakukan adalah analisis statistik deskriptif, analisis verifikatif serta analisis linier berganda.

#### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif menurut Sugiyono (2018:199) adalah statistik yang bertujuan untuk mendapatkan sebuah gambaran mengenai data yang telah dikumpulkan dengan tidak memiliki maksud memberikan kesimpulan untuk banyak orang. Dalam penelitian ini teknik analisis statistik deskriptif yang digunakan adalah rata-rata, nilai maksimum, nilai minimum serta standar deviasi.

#### 2. Analisis Verifikatif

Penelitian verifikatif merupakan penelitian yang dilakukan dengan bertujuan untuk menguji keabsahan dari hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018:201). Analisis verifikatif yang digunakan dalam penelitian menurut Sugiyono (2018:203) adalah uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi serta uji hipotesis.

## PEMBAHASAN

Tabel IV.1

Klasifikasi Kriteria Indikator Kontribusi

Persentase	Kriteria
0,00%-10%	Sangat Kurang
10,10%-20%	Kurang
20,10%-30%	Sedang
30,10%-40%	Cukup baik
40,10%-50%	Baik
Diatas 50%	Sangat baik

Sumber: Depdagri (Hasannudin, 2020)

### Analisis Deskriptif Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame Kota Cimahi Tahun 2013-2019

Tabel IV.2

Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame Kota Cimahi Tahun 2013-2019

Tahun	Realisasi Pajak Reklame	Realisasi PAD	Kontribusi	Kriteria
2013	1.783.275.198	191.599.456.904	0,93%	Sangat Kurang
2014	2.239.080.538	227.949.120.160	0,98%	Sangat Kurang
2015	2.209.522.607	268.816.074.337	0,82%	Sangat Kurang
2016	1.568.673.807	286.049.615.484	0,54%	Sangat Kurang
2017	2.134.111.358	383.911.991.301	0,55%	Sangat Kurang
2018	2.727.190.144	334.988.775.100	0,81%	Sangat Kurang
2019	2.408.147.250	379.663.505.399	0,63%	Sangat Kurang
Total			5,26%	Sangat Kurang
Rata-rata			0,75%	Sangat Kurang

Sumber: Badan Pengelola Pendapatan Daerah Kota Cimahi, diolah

Berdasarkan tabel IV.2 menunjukkan bahwa kontribusi dari pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2019 pada setiap tahunnya masih sangat kurang karena jumlah kontribusi pada setiap tahunnya berada diantara 0,00%-10% yang klasifikasi kriterianya adalah sangat kurang, jika dilihat dari besarnya total yang diberikan selama masa periode tersebut dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2019 hanya sebesar 5,26%. Pada tahun 2015, 2016 dan 2019 jumlah kontribusi yang diberikan oleh pajak reklame mengalami

penurunan dari tahun-tahun sebelumnya, besarnya kontribusi pada tahun-tahun tersebut masih sangat kurang terjadi karena permasalahan atau fenomena yang sering terjadi dalam pemungutan pajak reklame seperti banyaknya reklame ilegal, reklame tidak berizin, kurangnya minat masyarakat, adanya program pemerintah daerah mengenai K3, serta banyaknya penunggak pajak di Kota Cimahi yang menyebabkan realisasi penerimaan pajak reklame mengalami penurunan, serta jumlah kontribusi yang diperoleh dari pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) pada setiap tahunnya masih sangat kurang. Meskipun pada tahun 2013, 2014, 2017 dan tahun 2018 penerimaan pajak reklame mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya tetapi berdasarkan jumlah kontribusi yang diberikan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) pada setiap tahunnya masih sangat kurang. Jumlah kontribusi paling besar terdapat pada tahun 2014 sebesar 0,98%, jumlah kontribusi terkecil pada tahun 2017 sebesar 0,55%, serta rata-rata jumlah kontribusi yang diberikan selama kurun waktu 7 tahun adalah sebesar 0,75% dan klasifikasinya masih sangat kurang jika dilihat dari besarnya persentase menurut Depdagri.

**Analisis Deskriptif Kontribusi Penerimaan Pajak Hiburan Kota Cimahi Tahun 2013-2019**

**Tabel IV.3**  
Kontribusi Penerimaan Pajak Hiburan Kota Cimahi Tahun 2013-2019

Tahun	Realisasi Pajak Hiburan	Realisasi PAD	Kontribusi	Kriteria
2013	476.013.686	191.599.456.904	0,24%	Sangat Kurang
2014	606.675.989	227.949.120.160	0,26%	Sangat Kurang
2015	606.398.392	268.816.074.337	0,22%	Sangat Kurang
2016	649.392.176	286.049.615.484	0,23%	Sangat Kurang
2017	764.475.150	383.911.991.301	0,19%	Sangat Kurang
2018	735.783.567	334.988.775.100	0,21%	Sangat Kurang
2019	781.622.970	379.663.505.399	0,20%	Sangat Kurang
Total			1,54%	
Rata-rata			0,22%	Sangat Kurang

Sumber: Badan Pengelola Pendapatan Daerah Kota Cimahi, diolah

Berdasarkan tabel IV.3 jumlah kontribusi dari pajak hiburan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) pada tahun 2013 sampai dengan tahun 2019 masih sangat kurang berdasarkan pada klasifikasi indikator kontribusi berada diantara 0,00%-10% yang klasifikasinya adalah sangat kurang, dengan jumlah total kontribusi selama periode 7 tahun tersebut sebesar 1,54%. Pada tahun 2015, 2017, 2019

mengalami penurunan jumlah kontribusi dari tahun-tahun sebelumnya hal tersebut terjadi karena adanya permasalahan pada pajak hiburan yang terjadi di Kota Cimahi yang disebabkan oleh kurang tersedianya objek pajak hiburan, serta keberadaan Kota Cimahi yang kurang strategis yang menyebabkan penerimaan pajak hiburan dan kontribusi pajak hiburan tidak maksimal yang berpengaruh terhadap penerimaan kontribusi Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang masih sangat kurang. Meskipun pada tahun-tahun yang lainnya penerimaan pajak hiburan mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya tetapi berdasarkan jumlah kontribusi yang diberikan pada setiap tahunnya masih sangat kurang. Kontribusi terkecil terdapat pada tahun 2017 yaitu sebesar 0,19%, jumlah kontribusi terbesar pada tahun 2014 yaitu sebesar 0,26%, serta rata-rata kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah selama kurun waktu 7 tahun adalah sebesar 0,22% yang klasifikasinya menurut Depdagri (Departemen Dalam Negegeri Republik Indonesia) adalah sangat kurang.

**Uji Parsial (Uji Statistik t)**

**Tabel IV.4**  
Hasil Uji Statistik t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	22908759066,310	9712653467,137		-2,359	,038
Pajak Reklame (X1)	14,869	4,560	,116	3,261	,008
Pajak Hiburan (X2)	467,635	15,799	1,055	29,600	,000

a. Dependent Variable: PAD (Y)

Sumber: Hasil pengolahan SPSS 22

**Pengaruh Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Cimahi Tahun 2013-2019**

Berdasarkan tabel IV.4 hasil uji parsial t Pajak reklame mendapatkan hasil signifikan sebesar 0,008 > 0,05, selain itu nilai t-hitung dan t-tabel menunjukkan hasil t-hitung sebesar 3,261 dan t-tabel sebesar 2,20099. Dari hasil tersebut dapat diketahui nilai t-hitung 3,261 > t-tabel 2,20099, yang artinya Hipotesis ditolak, maka pajak

reklame secara parsial berpengaruh namun tidak signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD).

**Pengaruh Pajak Hiburan Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Cimahi Tahun 2013-2019**

Berdasarkan tabel IV.4 hasil uji parsial t Pajak hiburan mendapatkan hasil signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ , selain itu nilai t-hitung dan t-tabel menunjukkan hasil t-hitung sebesar 29,600 dan t-tabel sebesar 2,20099. Dari hasil tersebut dapat diketahui nilai t-hitung  $29,600 > t\text{-tabel } 2,20099$ , yang artinya Hipotesis diterima, maka pajak hiburan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD).

**Pengaruh Pajak Reklame dan Pajak Hiburan Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Cimahi Tahun 2013-2019**

**Tabel IV.5**  
**Hasil Uji Simultan f**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2142672070625	2	1071336035312	282,956	,000 <sup>b</sup>
		70840000000,00		85420000000,00		
Residual		4164844830195	11	3786222572904		
		281000000,000		80100000,000		
Total		2184320518927	13			
		66120000000,00				

a. Dependent Variable: PAD (Y)

b. Predictors: (Constant), Pajak Hiburan (X2), Pajak Reklame (X1)

Sumber: Hasil pengolahan SPSS 22

Berdasarkan tabel IV.5 uji f mendapatkan hasil signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ , selain itu nilai f-hitung dan f-tabel menunjukkan hasil f-hitung sebesar 282,956 dan t-tabel sebesar 3,98 ( $df = 11 ; 2$ ). Dari hasil tersebut dapat diketahui nilai f-hitung  $282,956 > f\text{-tabel } 3,98$  yang artinya Hipotesis diterima, maka pajak reklame dan pajak hiburan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD).

**PENUTUP**

Berdasarkan hasil analisis data baik analisis deskriptif ataupun analisis verifikatif serta hasil pembahasan mengenai pajak reklame dan pajak hiburan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Cimahi tahun 2013-

2019 yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kontribusi penerimaan pajak reklame di Kota Cimahi pada setiap tahunnya masih sangat kurang sesuai dengan klasifikasi kriteria kontribusi, hal tersebut terjadi karena adanya fenomena atau permasalahan yang terjadi yaitu banyaknya reklame liar atau reklame ilegal yang terpasang, banyaknya penunggak pajak yang tidak mau membayarkan pajaknya, kurangnya minat masyarakat dalam menggunakan reklame sebagai media promosi, serta adanya peraturan pemerintah daerah mengenai K3 yang membuat penerimaan pajak reklame tidak dapat maksimal dan kontribusinya pun sangat kurang di Kota Cimahi Tahun 2013-2019.
2. Kontribusi penerimaan pajak hiburan di Kota Cimahi pada setiap tahunnya masih sangat kurang sesuai dengan klasifikasi kriteria kontribusi, hal tersebut terjadi karena adanya fenomena atau permasalahan seperti kurangnya fasilitas tempat hiburan yang tersedia di Kota Cimahi seperti tidak adanya bioskop, wahana bermain air, tempat pagelaran seni budaya dan lain sebagainya, serta keberadaan Kota Cimahi yang berada diantara dua kota besar lainnya yang menyebabkan penerimaan pajak hiburan tidak dapat maksimal dan kontribusinya pun sangat kurang di Kota Cimahi Tahun 2013-2019.
3. Pajak Reklame berpengaruh namun tidak signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Cimahi Tahun 2013-2019 secara parsial, artinya apabila pajak reklame mengalami peningkatan maka akan berpengaruh terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) namun tidak signifikan.
4. Pajak Hiburan berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Cimahi Tahun 2013-2019 secara parsial, artinya apabila pajak hiburan mengalami peningkatan maka akan berpengaruh terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD).
5. Pajak Reklame dan Pajak Hiburan berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Cimahi Tahun 2013-2019 secara simultan, artinya apabila pajak reklame dan pajak hiburan mengalami peningkatan maka akan

berpengaruh terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD).

#### REFERENSI

- Adi, R Haryo Wiratama., Jantje J. Tinangon., & Inggriani Elim. (2020). Evaluasi Efektivitas Penerimaan Pajak Hotel, Pajak Reklame, Pajak Hiburan Dan Kontribusi Di Pemerintah Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(4), 3–5.
- Bisnis.com. (2015). Penerimaan Pajak Reklame Cimahi Diperkirakan Turun. *Bisnis.Com*.<https://m.bisnis.com/amp/read/20150915/12/472630/penerimaan-pajak-reklame-cimahi-diperkirakan-turun>
- Bustomi, Thomas. (2021). Implementasi Kebijakan Pajak Reklame pada Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Bandung Barat Implementation of the Advertising Tax Policy at the Regional. 3(April), 21–27.
- Damayanti, Wahyu Suci Rizqi. (2020). Pengaruh Pajak Hotel, Pajak Restoran, Pajak Hiburan Dan Pajak Penerangan Jalan Terhadap Pendapatan Asli Daerah. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Fahreja, Zaid., Yani Rizal., & Nasrul Kahfi. (2019). Analisis Kontribusi Penerimaan Pajak Hotel, Pajak Restoran, Dan Pajak Hiburan Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Langsa. *Jurnal Penelitian Ekonomi Akuntansi (JENSI)*, 3(2), 139–150.
- Fajar, Acmarul. (2017). Kontribusi Pajak Hiburan Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) pada Dinas Pendaptan Kabupaten Pamekasan. *AKTIVA Jurnal Akuntansi Dan Investasi*, 2(1), 19–33.
- Gheta, Antonius Philipus Kurnia. (2017). Analisis Kontribusi Pajak Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Sikka Tahun 2013-2017. *Kajian Bisnis STIE Widya Wiwaha*, 22(1), 38–46.
- Harahap, Baru., & Syahril Effendi. (2020). Analisis Kinerja Pemungutan dan Retribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Batam. 92–99.
- Haryati, Risna., & Gardes Maita Resanti. (2017). Pengaruh Penerimaan Pajak Hiburan Terhadap Pendapatan Asli Daerah Pada Kantor Pemerintah Daerah Kabupaten Bandung Barat (Studi Kasus pada Kantor Pemerintah Daerah Kabupaten Bandung Barat). 2(1), 18–28. *Jabarekspres.com*. (2019). Realisasi Pajak Lebih Target. <https://jabarekspres.com/berita/2019/01/07/realisasi-pajak-lebihi-target/?amp>
- Julia, Catherine. (2017). Analisis Efektivitas dan Kontribusi Pajak Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Kuantan Singingi Tahun 2014-2017. 1–18.
- Kabar24bisnis. (2017). DPRD Cimahi Minta Papan Reklame Liar Ditindak. *Kabar24bisnis.Com*.<https://kabar24.bisnis.com/read/20170804/78/677999/dprd-cimahi-minta-papan-reklame-liar-ditindak>
- Marviana, Ratna Dina. (2018). Analisis Pengawasan Penerimaan Pajak Hiburan Dan Restoran Pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan. April.
- Mulyadi, & Nawangsari, Endah. (2020). Upaya Mengoptimalkan Pemungutan Pajak Daerah Untuk Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Di Kota Surakarta. 7(1), 15–25.
- Mutiara, Pipit., & Fathi Rufaidah. (2020). Perubahan Tarif Pajak Penghasilan Terhadap Laba Perusahaan. *Jurnal Financia*, 1(1), 30–37.
- Peraturan Daerah Kota Cimahi Nomor 9 Tahun 2011 Tentang Pajak Daerah.
- Pikiran Rakyat. (2019). Bappenda Kota Cimahi Tegur Penunggak Pajak Lewat Spanduk. *Pikiran-Rakyat.Com*. <https://www.pikiran-rakyat.com/bandung-raya/pr-01321392/bappenda-kota-cimahi-tegur-penunggak-pajak-lewat-spanduk>
- Pikiranrakyat. (2020). Bosan Nebeng Menonton di Kota Bandung, Warga Cimahi Minta Bioskop. <https://www.pikiran-rakyat.com/bandung-raya/pr-01329538/bosan-nebeng-menonton-di-kota-bandung-warga-cimahi-minta->

- bioskop
- Prabowo, Rizky., & Tuban Drijah Herawati. (2018). Pengaruh Jumlah Penduduk, Laju Inflasi, Jumlah Wisatawan, Dan Jumlah Objek Hiburan Non-Insidental Terhadap Realiasi Penerimaan Pajak Hiburan Di Kota Malang. 1–9.
- Pundissing, Rati. (2020). Analisis Kontribusi Penerimaan Retribusi Dan Pajak Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Toraja Utara. 8, 12–22.
- Rahayu, Wilda., & Desi Kurniawati. (2020). Analisis Pertumbuhan Pajak Daerah terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Tangerang Selatan. 1(1), 95–107.
- Rahmawati, Cintia Kurnia., & Sudrajat. (2020). Pengaruh Kinerja Badan Pengelola Pendapatan Daerah terhadap Kontribusi Pajak Restoran Kota Cimahi Tahun 2013-2018. 2018, 26–27.
- Rmoljabar. (2019). 3 Pajak Cimahi Sulit Tercapai.Rmoljabar.Id.<https://www.rmoljabar.id/3-pajak-cimahi-sulit-tercapai>
- Rosa, Yenni Del., Ingra Sovita., & Mohammad Abdilla. (2020). Analisis Efektifitas dan Efisiensi Pajak Daerah, Retribusi Daerah dan Kontribusinya Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Bukittinggi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 22(2), 358–369.
- Rri.co. (2019). Optimalkan Penerimaan Pajak Daerah, Bappenda Kota Cimahi Lakukan Pendataan Wajib Pajak. <https://rri.co.id/daerah/731856/optimalkan-penerimaan-pajak-daerah-bappenda-kota-cimahi-lakukan-pendataan-wajib-pajak>
- Samosir, Magdalena Silawati. (2020). Analisis Pengaruh Kontribusi dan Efektivitas Pajak Hotel, Restoran dan Hiburan Terhadap Pendapatan Asli Daerah Pada Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Sikka. *Journal of Public Administration and Government*, 2(1), 35–43.
- Sastrawan, Berry., Rita Rahmawati., & Ratnasari Azhari. (2018). Strategi Penguatan Kelembagaan Dalam Pengembangan Pariwisata Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Sukabumi. 22–29.
- Setiawan, Djodi., & Fariasiah Tulidawiyah. (2020). Pengaruh Penerimaan Pajak Hiburan Dan Pajak Parkir Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Bandung Pada Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Bandung Periode 2011-2018. 11(April), 55–64.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Sutopo (ed.)). Bandung: C.V. ALFABETA.
- Sukmawati, Mia., & Jouzar Farouq Ishak. (2019). Pengaruh Kontribusi Pajak Reklame Dan Pajak Restoran Terhadap Pendapatan Asli Daerah Di Kota Bandung. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 10(1), 1056–1068.
- Syah, Asrofi Langgeng Noerman., Andri Widianto., & Elisa Purwitasari. (2019). Analisis Efektivitas Pajak Hotel, Pajak Restoran dan Pajak Hiburan Serta Kontribusinya terhadap Produk Domestik Regional Brutto dan Pendapatan Asli Daerah di Kota Tegal. *Owner*, 3(1), 46.
- Tombokan, Marson., Jenny Morasa., & Treesje Runtu. (2019). Analisis Perhitungan Dan Pelaporan Pajak Reklame Di Kabupaten Minahasa Selatan. 7(3), 3438–3447.
- Triyono, Aris. (2018). Analisis Pengaruh Kontribusi Pajak Reklame Dan Pajak Hiburan Terhadap Pendapatan Asli Daerah (Pad) Pada Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Indragiri Hulu. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(3), 63–75.
- Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 Tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat Dan Pemerintah Daerah.
- Utomo, Marsudi Margo., & Bambang Wiwoho. (2017). Pengaruh Retribusi Pasar Dan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Di Kota Surabaya. *Akuntansi*, 2.

#### **BIODATA PENULIS**

Nama: Pipit Mutiara, MM  
Dosen Fakultas Ekonomi  
Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya Bandung  
Ketertarikan Penelitian: Akuntansi dan Perpajakan

Nama: Intan Noor Fauziah  
Latar Belakang Pendidikan:

S1 Universitas ARS Bandung  
Ketertarikan Penelitian: keuangan, akuntansi

Nama: Catur Martian Fajar, S.E., M.M  
Dosen Fakultas Ekonomi  
Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya  
Bandung  
Ketertarikan Penelitian: Akuntansi dan  
Perpajakan