

ANALISIS EFEKTIVITAS DAN KONTRIBUSI PENERIMAAN PAJAK REKLAME DAN PAJAK HIBURAN TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH KOTA MADIUN (STUDI PADA BADAN PENDAPATAN DAERAH KOTA MADIUN TAHUN 2020-2024).

Hery Hermawan^{1*}, Henry Windrianto Darmoko², Fatchur Rochman³

¹ Program Studi Akutansi, Universitas Merdeka Madiun , Jalan Serayu No. 79, Kota Madiun, Kode Pos 63133

E-mail: heryhermawan@unmer-madiun.ac.id

² Program Studi Akutansi, Universitas Merdeka Madiun , Jalan Serayu No. 79, Kota Madiun, Kode Pos 63133

E-mail: hwidarmoko@unmermadiun.ac.id

³ Program Studi Akutansi, Universitas Merdeka Madiun , Jalan Serayu No. 79, Kota Madiun, Kode Pos 63133

E-mail: Fatchur@unmer-madiun.ac.id

Abstract— This study aims firstly to test and prove the extent to which the effectiveness of Advertising Tax and Entertainment Tax revenues affects the Original Regional Income of Madiun City in 2020-2024; secondly, to test and prove the extent to which the contribution of Advertising Tax and Entertainment Tax revenues affects the Original Regional Income of Madiun City in 2020-2024. The data used in this study is quantitative data in the form of Budget Realization Report (LRA). The results of the study indicate that the level of effectiveness of advertising tax revenue is in the less effective category. From the t-test it can be seen that the effectiveness of Advertising Tax individually (partially) affects the Realization of Original Regional Income. The effectiveness of entertainment tax for five years also shows the less effective category. From the results of the t-test, it shows that the effectiveness of Entertainment Tax individually (partially) affects the Realization of Original Regional Income. The contribution of advertising tax and entertainment tax to PAD is still very low.

Keywords—: Efektivitas, Kontribusi, Pak Reklame, Pajak Hiburan, PAD

I. PENDAHULUAN

Pelaksanaan Pembangunan di tiap daerah terkait dengan kesuksesan pembangunan suatu bangsa. Kesuksesan pembangunan selalu dikaitkan dengan sebuah kebijakan dan pengelolaan yang terstruktur pada pendapatan daerah. Kemampuan setiap daerah dalam mengelola pendapatan daerah berdampak pada pembangunan negara. Terdapat daerah yang sudah mampu melakukan pengelolaan tersebut dan ada daerah yang belum bisa melakukannya. Hal ini dapat berpengaruh pada tujuan dari pendapatan daerah, yaitu mengoptimalkan kehidupan masyarakat pada daerah tersebut.

Indonesia saat ini telah menerapkan kebijakan mengenai otonomi daerah. Otonomi yang didapat oleh daerah kabupaten atau kota diantaranya untuk mengatur dan mengelola sendiri kebutuhan daerahnya. Dalam menjalankan otonomi daerah dan memaksimalkan pembangunan daerah perlu memperhatikan mengenai Pendapatan Asli Daerah (PAD). PAD merupakan pendapatan yang diperoleh dari daerah yang berasal dari pemungutan yang telah diatur dalam Peraturan Daerah dan ditetapkan sesuai dengan perundang-undangan. PAD memberikan kekuasaan kepada Pemerintah Daerah untuk membiayai pelaksanaan otonomi daerah sesuai dengan potensi daerah masing-masing.

Dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009, Pajak Daerah dan Retribusi Daerah merupakan dua sumber utama dalam Pendapatan Asli Daerah. PAD Kota Madiun berasal dari berbagai sumber, salah satu komponen penting dari PAD yang memberikan peranan besar dalam pembiayaan daerah adalah Pajak Daerah. Terdapat beberapa jenis Pajak Daerah yang menjadi bagian dari sumber PAD termasuk: Pajak Hotel, Pajak Restoran, Pajak Hiburan, Pajak Reklame, Pajak Penerangan Jalan, Pajak Parkir, Pajak Air Tanah, Pajak Bumi dan Bangunan, serta Bea Perolehan Hak Atas Tanah dan Bangunan (BPHTB).

Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tatacara Perpajakan, pajak dapat didefinisikan sebagai kewajiban yang harus dilakukan oleh warga negara sesuai dengan ketentuan Undang-Undang, yang dapat dikenakan tanpa adanya imbalan khusus (kontraprestasi) yang langsung diberikan kepada pembayar pajak. Pemerintah Daerah memiliki tanggung jawab untuk mengumpulkan dana untuk mendorong pembangunan wilayahnya. Pajak Daerah merupakan salah satu komponen utama dalam struktur pendapatan pajak daerah dan memberikan kontribusi yang signifikan. Pajak Hiburan dan Pajak Reklame memiliki bagian dalam mendukung pendapatan daerah dan mendukung otonomi daerah. Untuk mewujudkan penerimaan PAD Kota Madiun, maka komponen sektor jasa dan pariwisata harus lebih diperhatikan, sehingga dapat menunjang berkembangnya kegiatan bisnis di Kota Madiun. Sehingga dengan adanya potensi sumber daya yang ada, diharapkan kontribusi yang diberikan oleh pajak hiburan dan pajak reklame dapat berperan aktif dalam PAD.

Pajak Reklame termasuk pajak daerah yang dapat dipromosikan sebagai sumber PAD kena pajak kepada orang pribadi atau melegalkan media reklame untuk kepentingan iklan atau menarik perhatian iklan. pajak reklame merupakan suatu tanggungan yang dibayarkan oleh penyelenggara reklame (baleho) kepada pemerintah daerah sesuai dengan peraturan yang ada. engemukakan bahwa pajak reklame terdapat banyak jenisnya seperti megatron, papan berjalan, spanduk, baleho. Tarif ditetapkan sesuai dengan besar dan tempat strategis reklame tersebut.

Di Kota Madiun, pajak hiburan dan pajak reklame menjadi komponen penting PAD yang berkontribusi terhadap pembiayaan pembangunan. Pajak hiburan dikenakan atas penyelenggaraan kegiatan hiburan, sedangkan pajak reklame dikenakan atas penyelenggaraan media promosi seperti spanduk, baliho, papan berjalan, maupun megatron. Besarnya tarif pajak ditentukan berdasarkan ukuran dan lokasi strategis reklame sesuai peraturan daerah.

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji efektivitas dan kontribusi pajak daerah terhadap PAD di berbagai kota, seperti Bogor, Bengkulu, dan Batam. Pertama Analisis Efektivitas dan Kontribusi Pajak Hiburan Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Bogor Tahun 2018-2022 (Ani Apriani, Rahmat Mulyana Dali, 2023), Analisis Efektifitas Dan Kontribusi Pajak Hotel Dan Pajak Restoran Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Bengkulu (Yun Fitriano, Zahrah Indah Ferina, 2021), Efektivitas Dan Kontribusi Pajak Hotel, Pajak Restoran Dan Pajak Hiburan Erhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Batam (Suyanti, Erni Yanti Natalia, 2022). Namun, kajian serupa mengenai efektivitas dan kontribusi pajak hiburan serta pajak reklame terhadap PAD di Kota Madiun masih terbatas. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah efektivitas penerimaan pajak reklame dan pajak hiburan berpengaruh terhadap PAD Kota Madiun tahun 2020–2024?
2. Apakah kontribusi penerimaan pajak reklame dan pajak hiburan berpengaruh terhadap PAD Kota Madiun tahun 2020–2024?

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Menguji dan membuktikan sejauh mana efektivitas penerimaan pajak reklame dan pajak hiburan mempengaruhi PAD Kota Madiun tahun 2020–2024.
2. Menguji dan membuktikan sejauh mana kontribusi penerimaan pajak reklame dan pajak hiburan mempengaruhi PAD Kota Madiun tahun 2020–2024.

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi Pemerintah Kota Madiun dalam penerapan kebijakan pemungutan pajak hiburan dan pajak reklame, sehingga potensi penerimaan PAD dapat lebih dioptimalkan untuk mendukung pembangunan daerah.

II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Menurut Nazir (2005:54), penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti suatu manusia, suatu objek, suatu situasi atau kondisi, sistem pemikiran, ataupun suatu luas pemikiran pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu system pemikiran ataupun kelas pemikiran pada masa sekarang dengan tujuan untuk mendeskripsikan, menggambarkan atau melukiskan secara sistematis, fluktuat dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Penggunaan penelitian deskriptif dalam penelitian ini karena akan menggambarkan dan mendeskripsikan tentang hasil olahan data terkait dengan efektivitas dan kontribusi penerimaan pajak reklame dan hiburan terhadap pendapatan asli daerah Kota Madiun.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Menurut Sugiono (2023) Data kuantitatif adalah data yang disajikan secara eksklusif dalam bentuk angka-angka atau numerik. Dalam penelitian ini data kuantitatif yang digunakan berwujud Laporan Realisasi Anggaran (LRA) dalam wujud nilai rupiah yang merupakan data Time Series atau data runtut waktu yang dikumpulkan, dicatat atau diteliti sepanjang waktu secara berurutan. Periode waktu selama 5 tahun terakhir mulai 2020 – 2024 meliputi Pajak reklame, pajak hiburan dan Pendapatan Asli Daerah.

Dalam penelitian ini digunakan 4 variabel dengan definisi operasional sebagai berikut :

a. Efektivitas Pajak Reklame (X1)

Efektivitas pajak reklame diukur dengan membandingkan realisasi pajak reklame dengan target yang diharapkan atas pajak reklame tersebut. Rasio efektivitas pajak reklame menggambarkan kemampuan pemerintah daerah dalam merealisasi pajak reklame yang direncanakan dibandingkan dengan target yang telah ditetapkan berdasarkan potensi riil daerah. Semakin tinggi rasio efektivitas, maka semakin baik kinerja pemerintah daerah. Untuk mengukur efektivitas pajak reklame yang ada di Kota Madiun dapat dihitung menggunakan rumus Halim (2012) sebagai berikut:

$$\text{Efektivitas pajak reklame : } \frac{\text{Realisasi pajak}}{\text{Target pajak}} \times 100\%$$

Keterangan :

- Realisasi pajak: Jumlah pajak yang benar-benar terkumpul atau diterima oleh pemerintah.
- Target pajak: Jumlah pajak yang diharapkan atau ditargetkan untuk dikumpulkan oleh pemerintah dalam suatu periode tertentu.

Kriteria dari efektivitas ditentukan dengan besaran nilai sebagaimana dalam tabel berikut :

Tabel III.1
Kriteria Efektivitas

Prosentase	Kriteria
> 100%	Sangat efektif
90% - 100%	Efektif
80% - 90%	Cukup Efektif
60% - 80%	Kurang Efektif
< 60%	Tidak Efektif

Sumber : Kep. Mendagri Nomor 690.900.327 / 1996

b. Efektivitas Pajak Hiburan (X2)

Efektivitas pajak hiburan diukur dengan membandingkan realisasi pajak hiburan dengan target yang diharapkan atas pajak hiburan tersebut. Rasio efektivitas pajak hiburan menggambarkan kemampuan pemerintah daerah dalam merealisasi pajak hiburan yang direncanakan dibandingkan dengan target yang telah ditetapkan berdasarkan potensi riil daerah. Semakin tinggi rasio efektivitas, maka semakin baik kinerja pemerintah daerah. Untuk mengukur efektivitas pajak hiburan yang ada di Kota Madiun, dihitung menggunakan rumus Halim (2012) sebagai berikut:

$$\text{Efektivitas pajak hiburan} = \frac{\text{Realisasi pajak}}{\text{Target pajak}} \times 100\%$$

Keterangan :

- Realisasi pajak: Jumlah pajak yang benar-benar terkumpul atau diterima oleh pemerintah.
- Target pajak: Jumlah pajak yang diharapkan atau ditargetkan untuk dikumpulkan oleh pemerintah dalam suatu periode tertentu.

Kriteria dari efektivitas ditentukan dengan besaran nilai sebagaimana dalam tabel kriteria efektivitas diatas

c. Kontribusi Pajak Reklame (X3)

Yang dimaksud dengan kontribusi pajak reklame dalam penelitian ini adalah kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan asli daerah di Kota Madiun. Kontribusi pajak reklame diukur dengan membandingkan realisasi pajak reklame dengan realisasi pendapatan asli daerah. Rasio kontribusi pajak reklame menggambarkan kemampuan pajak reklame memberikan sumbangan penerimaan terhadap total pendapatan asli daerah Kota Madiun. Semakin tinggi rasio kontribusi pajak reklame, maka semakin besar sumbangan penerimaan yang berasal dari pajak reklame. Untuk mengukur kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah di Kota Madiun dapat dihitung menggunakan rumus Halim (2012) sebagai berikut:

$$\text{Kontribusi pajak reklame} = \frac{\text{Realisasi pajak reklame}}{\text{Total Pendapatan Asli Daerah}} \times 100\%$$

Keterangan :

- Realisasi pajak reklame : Jumlah pajak reklame yang benar-benar terkumpul atau diterima oleh pemerintah.
- Total PAD : Jumlah total pendapatan asli daerah yang benar-benar dikumpulkan oleh pemerintah dalam suatu periode tertentu.

Kriteria kontribusi ditentukan dengan besaran prosentase nilai sebagaimana dalam tabel berikut :

Tabel. III.2
Kriteria Kontribusi

Prosentase	Kriteria
> 50%	Sangat baik
40% - 50%	Baik
30% - 40%	Cukup baik

20% - 30%	Sedang
10% - 20%	Kurang
< 10%	Sangat kurang

Sumber : Kep. Mendagri Nomor 690.900.327 / 1996

d. Kontribusi Pajak Hiburan (X4)

Yang dimaksud dengan kontribusi pajak hiburan dalam penelitian ini adalah kontribusi pajak hiburan terhadap Pendapatan asli daerah di Kota Madiun. Kontribusi pajak hiburan diukur dengan membandingkan realisasi pajak hiburan dengan realisasi pendapatan asli daerah. Rasio kontribusi pajak hiburan menggambarkan kemampuan penerimaan pajak hiburan memberikan sumbangan terhadap total pendapatan asli daerah Kota Madiun. Semakin tinggi rasio kontribusi pajak hiburan, maka semakin besar sumbangan penerimaan yang berasal dari pajak hiburan. Untuk mengukur kontribusi pajak hiburan terhadap pendapatan asli daerah di Kota Madiun dapat dihitung menggunakan rumus Halim (2012) sebagai berikut:

$$\text{Kontribusi pajak hiburan} : \frac{\text{Realisasi pajak hiburan}}{\text{Total Pendapatan Asli Daerah}} \times 100\%$$

Keterangan :

- Realisasi pajak reklame : Jumlah pajak reklame yang benar-benar terkumpul atau diterima oleh pemerintah.
- Total PAD : Jumlah total pendapatan asli daerah yang benar-benar dikumpulkan oleh pemerintah dalam suatu periode tertentu.

Kriteria kontribusi ditentukan dengan besaran prosentase nilai sebagaimana dalam tabel kriteria kontribusi diatas. Untuk menguji pengaruh dan hubungan antar variabel, digunakan analisa diskriptif yaitu dengan analisa efektifitas dan analisa kontribusi serta analisa dengan metode analisis regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 22.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kota Madiun merupakan kota terbesar ke-4 di Jawa Timur setelah Surabaya, Malang, dan Kediri ini terletak 150 km sebelah barat Surabaya, 90 km sebelah timur Surakarta, Jawa Tengah dan 33 km sebelah tenggara Ngawi. Posisinya yang cukup strategis menjadikan Madiun berada di jalur utama Surabaya-Yogyakarta. Wilayah Kota Madiun mempunyai luas 33,23 Km² dan terbagi menjadi 3 (tiga) kecamatan yaitu Kecamatan Manguharjo, Kecamatan Taman, dan Kecamatan Kartoharjo. Dengan luas masing-masing Kecamatan Manguharjo 12,54 Km², Kecamatan Taman 13,46 Km², dan Kecamatan Kartoharjo 11,73 Km². Masing-masing kecamatan tersebut terdiri atas 9 kelurahan sehingga semuanya terdapat 27 kelurahan di Kota Madiun. Perkembangan yang terjadi pada Kota Madiun tentunya mempengaruhi tingkat kegiatan ekonomi bagi masyarakat sekitar. Hal ini tentunya juga berpengaruh pada Pajak Hiburan dan Pajak Reklame yang diperoleh. Target dan Realisasi Pajak Reklame dan Pajak dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel.1
Target dan Realisasi Pajak Reklame tahun 2020-2024

Tahun	Target	Realisasi
2020	18,360,000,000	11,037,778,365
2021	19,380,000,000	13,837,499,603
2022	20,840,000,000	12,199,935,878
2023	22,768,880,000	13,673,775,067
2024	22,768,880,000	13,673,775,067

Sumber : data diolah

Selama tahun 2020 – 2024 pemungutan pajak reklame tidak ada yang memenuhi target. Paling tinggi capaian pemungutan pajak reklame adalah pada tahun 2021 yaitu 13.837.499.603. Kondisi ini memberikan gambaran bahwa upaya pemungutan pajak reklame kurang maksimal dan adanya kesalahan dalam menetapkan target pajak (kurang akurat).

Tabel.2

Target dan Realisasi Pajak Hiburan tahun 2020-2024

Tahun	Target	Realisasi
2020	18,924,000,000	7,670,164,005
2021	3,016,000,000	2,448,938,142
2022	10,294,000,000	10,029,777,286
2023	16,350,000,000	11,567,504,490
2024	16,500,000,000	10,770,700,348

Sumber : data diolah

Selama tahun 2020 – 2024 pemungutan pajak hiburan tidak ada yang memenuhi target. Paling tinggi capaian pemungutan pajak hiburan adalah pada tahun 2023 yaitu 11.567.504.490. Kondisi ini memberikan gambaran yang sama bahwa upaya pemungutan pajak hiburan kurang maksimal dan adanya kesalahan dalam menetapkan target pajak (kurang akurat).

Hasil analisa data

1. Analisa Diskriptif

Analisa Efektivitas Pajak Reklame

Tabel 3
Efektivitas Pajak Reklame tahun 2020 - 2024

Tahun	Pajak Reklame		efektivitas	Kriteria
	Target	Realisasi		
2020	18,360,000,000	11,037,778,365	60.12%	Kurang efektif
2021	19,380,000,000	13,837,499,603	71.40%	Kurang efektif
2022	20,840,000,000	12,199,935,878	58.54%	Tidak efektif
2023	22,768,880,000	13,673,775,067	60.05%	Kurang efektif
2024	24,867,760,000	15,975,472,174	64.24%	Kurang Efektif

Sumber : diolah oleh penulis

Selama 5 tahun terakhir tahun 2020 – 2024 kriteria pemungutan pajak reklame menunjukkan kurang efektif dan hanya pada tahun 2022 capaian tingkat efektivitas pemungutan pajak reklame masuk dalam kriteria tidak efektif. Kondisi ini memberikan gambaran bahwa :

1. Adanya upaya pemungutan pajak yang kurang maksimal.
2. Adanya kesalahan dalam menetapkan target pajak (kurang akurat).

Analisa Efektivitas Pajak Hiburan

Tabel 4
Efektivitas Pajak Hiburan tahun 2020 - 2024

Tahun	Pajak Hiburan		efektivitas	Kriteria
	Target	Realisasi		
2020	18,924,000,000	7,670,164,005	40.53%	Tidak efektif
2021	3,016,000,000	2,448,938,142	81.20%	Cukup efektif
2022	10,294,000,000	10,029,777,286	97.43%	Efektif
2023	16,350,000,000	11,567,504,490	70.75%	Kurang efektif
2024	16,500,000,000	10,770,700,348	65.28%	Kurang Efektif

Sumber : data diolah penulis

Selama 5 tahun terakhir tahun 2020 – 2024 realisasi pemungutan pajak hiburan hanya sekali yang masuk dalam kriteria efektif, yaitu pada tahun 2022 dengan tingkat efektivitas sebesar 97.43%. Tidak ada yang tingkat efektivitasnya melampaui 100% (sangat efektif). Kondisi ini memberikan gambaran bahwa : adanya upaya pemungutan pajak yang kurang maksimal dan adanya kesalahan dalam menetapkan target pajak.

Analisis Kontribusi Pajak Reklame terhadap PAD

Tabel 5

Kontribusi Pajak Reklame tahun 2020 - 2024

Tahun	Pajak Reklame		Kontribusi	Kriteria
	PAD Realisasi	Pjk Reklame Real		
2020	547,666,064,137	11,037,778,365	2.02%	Sangat kurang
2021	505,091,297,045	13,837,499,603	2.74%	Sangat kurang
2022	635,141,225,021	12,199,935,878	1.92%	Sangat kurang
2023	654,143,436,755	13,673,775,067	2.09%	Sangat kurang
2024	694,608,226,105	15,975,472,174	2.30%	Sangat kurang

Sumber : diolah oleh penulis

Selama 5 tahun terakhir tahun 2020 – 2024 kriteria kontribusi pajak reklame terhadap PAD adalah masih sangat kurang dapat diartikan sebagai besaran sumbangan yang diberikan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang tertera dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) masih kecil.

Analisis Kontribusi Pajak hiburan terhadap PAD

Tabel 6
Kontribusi Pajak Hiburan tahun 2020 – 2024

Tahun	Pajak Hiburan		Kontribusi	Kriteria
	PAD Realisasi	Pjk Hiburan Real		
2020	547,666,064,137	7,670,164,005	1.40%	Sangat kurang
2021	505,091,297,045	2,448,938,142	0.48%	Sangat kurang
2022	635,141,225,021	10,029,777,286	1.58%	Sangat kurang
2023	654,143,436,755	11,567,504,490	1.77%	Sangat kurang
2024	694,608,226,105	10,770,700,348	1.55%	Sangat kurang

Sumber : diolah oleh penulis (2025)

Dapat dilihat kontribusi pajak hiburan tahunan selama 5 tahun terakhir sebagaimana tabel diatas, mengungkapkan bahwa selama kurun waktu 5 tahun terakhir, kontribusi pajak hiburan terhadap PAD di kota Madiun masuk dalam kategori sangat kurang ($< 10\%$) yang merupakan kriteria terbawah.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah serangkaian pengujian statistik yang dilakukan pada model regresi linier, khususnya yang menggunakan metode Ordinary Least Square (OLS), untuk memastikan bahwa model tersebut valid dan menghasilkan estimasi yang tidak bias. Jika asumsi-asumsi ini tidak terpenuhi, hasil regresi bisa menjadi tidak akurat dan tidak dapat diandalkan, serta untuk memastikan bahwa model yang digunakan valid, hasilnya akurat, dan dapat diandalkan untuk pengambilan keputusan. Hasil beberapa uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

- Uji Normalitas: Setelah dilakukan untuk memastikan bahwa residual (selisih antara nilai observasi dan nilai prediksi) mengikuti distribusi normal diketahui dari Grafik menunjukkan hasil dari uji normalitas dengan menggunakan Normality Probability Plot yang menyebar disekitar garis diagonal lalu mengikuti arah garis diagonal dapat disimpulkan data dalam penelitian ini sudah terdistribusi dengan normal atau sudah memenuhi asumsi normalitas.
- Uji Multikolinearitas: Nilai VIF dari masing-masing variabel adalah lebih besar dari 0,1 menandakan tidak ada tidak ada korelasi antar variabel bebas..
- Uji Heteroskedastisitas: berdasarkan grafik scatterplot, titik-titik data menyebar secara acak dan tidak membentuk pola, baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal tersebut berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.
- Uji Autokorelasi: Nilai Durbin-Watson Nilai $dU = 1,56 < 1,56 < 0,742 < (4-1,56) = 2,44$ sehingga menunjukkan tidak ada autokorelasi.

Analisa Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda yang di pergunakan pada penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara Efektivitas pajak reklame (X1), Efektivitas pajak hiburan (X2), Kontribusi pajak reklame

(X3), Kontribusi pajak hiburan (X4) terhadap Realisasi Pendapatan asli Daerah (Y). Berikut ini adalah hasil uji regresi linier berganda :

Tabel 7
Hasil Uji Analisa Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	-1.183E10	1.378E10
efpjkre (X1)	9.883E10	5.980E9
efpjkh (X2)	7.128E11	2.820E11
kontpjkre (X3)	-4.239E11	2.973E11
kontpjkh (X4)	-2.404E8	4.154E9

Dari hasil regresi dan uji t test pada tabel diatas, dapat diketahui persamaan liniernya sebagai berikut:

$$\text{RealPAD} = -1,183\text{E}10 + 9,883\text{E}10 \text{efpjkre} + 7,128\text{E}11 \text{efpjkh} - 4,239\text{E}11 \text{kontpjkre} - 2,404\text{E}8 \text{kontpjkh} + \varepsilon$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat diidentifikasi bahwa Constanta sebesar -1.183E10. Hal ini menunjukkan bahwa jika nilai variabel Efektivitas Pajak Reklame (X1) Efektivitas Pajak Hiburan (X2), Kontribusi Pajak Reklame (X3), dan Kontribusi Pajak Hiburan sama dengan nol, maka nilai variabel Realisasi Pendapatan Asli Daerah (Y) adalah sebesar -1.183E10

Uji Parsial (Uji t)

Penggunaan uji hipotesis (uji t) untuk dapat menghasilkan seberapa besar pengaruh di setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Pada uji t ini memiliki ketentuan yang mana jika nilai signifikan $t > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ditolak atau tidak ada pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. sementara itu jika signifikan $t < 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 diterima, Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima atau terdapat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Berikut ini adalah hasil dari uji t yang telah dilakukan melalui SPSS:

Tabel 8
Hasil Uji t

Model	t	Sig.
(Constant)	-.859	.394
efpjkre (X1)	16.526	.000
efpjkh (X2)	2.528	.014
kontpjkre (X3)	-1.426	.159
kontpjkh (X4)	-.058	.954

Dari hasil uji t diatas diketahui :

Variabel Efektifitas Pajak Reklame (X1) memiliki nilai signifikansi 0,000 dibawah signifikansi penelitian 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Efektifitas Pajak Reklame (X1) secara individual (parsial) berpengaruh terhadap Realisasi Pendapatan Asli Daerah (Y).

Variabel Efektifitas Pajak Hiburan (X2) memiliki nilai signifikansi 0,014 dibawah signifikansi penelitian 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Efektifitas Pajak Hiburan (X2) secara individual (parsial) berpengaruh terhadap Realisasi Pendapatan Asli Daerah (Y),

Variabel Kontribusi Pajak Reklame (X3) memiliki nilai signifikansi 0,159 diatas signifikansi penelitian 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Kontribusi Pajak Reklame (X3) secara individual (parsial) tidak berpengaruh terhadap Realisasi Pendapatan Asli Daerah (Y),

Variabel kontribusi Pajak hiburan (X4) memiliki nilai signifikansi 0,954 diatas signifikansi penelitian 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Kontribusi Pajak Hiburan (X4) secara individual (parsial) tidak berpengaruh terhadap Realisasi Pendapatan Asli Daerah (Y),

Uji Koefisien determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase tingkat kemampuan variabel independen (X) secara simultan dalam menjelaskan variabel dependen (Y). Besarnya koefisien determinasi dapat dilihat pada *R square*. Nilai *R square* dalam penelitian dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 9
Uji Koefisien determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.615 ^a	.378	.262

Hasil Uji Koefisien Determinasi menunjukkan nilai adjusted R^2 sebesar 0,262 atau 26,2%. Hasil ini menunjukkan bahwa 26,2% variabel Realisasi Pendapatan Asli Daerah dipengaruhi oleh variabel Efektivitas Pajak Reklame (X1) Efektivitas Pajak Hiburan (X2), Kontribusi Pajak Reklame (X3), dan Kontribusi Pajak Hiburan (X4) secara simultan dan 73,8% Realisasi Pendapatan Asli Daerah dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh efektivitas Pajak Reklame dan Pajak hiburan terhadap Pendapatan Asli Daerah

Dari hasil penelitian dapat dinyatakan bahwa tingkat efektifitas penerimaan pajak reklame berada dalam kategori kurang efektif karena rata-rata selama lima tahun berada ratio 60% - 80 persen. Dari uji t dapat diketahui bahwa Efektivitas Pajak Reklame secara individual (parsial) berpengaruh terhadap Realisasi Pendapatan Asli Daerah (Y) artinya semakin efektif penarikan pajak reklame maka semakin meningkat penerimaan Pendapatan Asli Daerah. Sedangkan untuk tingkat efektifitas pajak hiburan selama lima tahun juga menunjukan kategori kurang efektif (beradaa kisaran ratio 60%-80%). Dari hasil uji t, menunjukan bahwa Efektivitas Pajak Hiburan secara individual (parsial) berpengaruh terhadap Realisasi Pendapatan Asli Daerah. Artinya semakin efektif penarikan pajak hiburan maka semakin meningkat Penerimaan Asli Daerah.

Pengaruh kontribusi Pajak Reklame dan Pajak hiburan terhadap Pendapatan Asli Daerah

Dari hasil penelitian diperoleh hasil bahwa selama 5 tahun terakhir tahun 2020 – 2024 kriteria kontribusi pajak reklame terhadap PAD adalah masih sangat kurang artinya sumbangan yang diberikan pajak daerah terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang tertera dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) masih kecil. Dari hasil uji t diketahui bahwa variabel Kontribusi Pajak Reklame secara individual (parsial) tidak berpengaruh terhadap Realisasi Pendapatan Asli Daerah. Sedangkan kontribusi pajak hiburan tahunan selama 5 tahun terakhir, mengungkapkan bahwa kontribusi pajak hiburan terhadap PAD di kota Madiun masuk dalam kategori sangat kurang (< 10%) yang merupakan kriteria terbawah. Sedangkan dari uji t menunjukan bahwa variabel Kontribusi Pajak Hiburan secara individual (parsial) tidak berpengaruh terhadap Realisasi Pendapatan Asli Daerah. Hal ini disebabkan karena kontribusinya pajak reklame dan pajak hiburan kecil dibanding pajak lain (misalnya pajak bumi dan bangunan atau BPHTB). Walaupun efektif dipungut, jumlahnya relatif kecil sehingga tidak signifikan terhadap PAD secara keseluruhan.

IV. KESIMPULAN

1. Efektivitas Pajak Reklame secara individual (parsial) berpengaruh terhadap Realisasi Pendapatan Asli Daerah Kota madiun
2. Efektivitas Pajak Hiburan secara individual (parsial) berpengaruh terhadap Realisasi Pendapatan Asli Daerah Kota Madiun.
3. Efektivitas Pajak Reklame secara individual (parsial) berpengaruh terhadap Realisasi Pendapatan Asli Daerah Kota madiun
4. Efektivitas Pajak Hiburan secara individual (parsial) berpengaruh terhadap Realisasi Pendapatan Asli Daerah Kota Madiun.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kami sampaikan pada semua pihak sehingga penelitian dapat selesai.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriani, Mulyana Dali. 2023. Analisis Efektivitas dan Kontribusi Pajak Hiburan Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Bogor Tahun 2018-2022. Jurnal Ilmiah. Universitas Ibn Khaldun Bogor
- Fitriano, Indah Ferina. 2021. Analisis Efektivitas Dan Kontribusi Pajak Hotel Dan Pajak Restoran Terhadap Pendapatan Asli Daerah (Pad) Kota Bengkulu. Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis, 9 (1) Universitas Dehasen Bengkulu . DOI: <https://doi.org/10.37676/ekombis.v9i1.69-80>.

- Mutiara, ASN. 2024. Analisis Efektivitas Dan Kontribusi Pajak Restoran Terhadap Pendapatan Asli Daerah Di Badan Pengelolaan keuangan Daerah Kabupaten Wonogiri. Jurnal Akuntansi, Keuangan, Perpajakan Dan Tata Kelola Perusahaan (Jakpt), Volume 2, No 1 – September 2024 Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
- Mardiasmo. (2016). Perpajakan Edisi Revisi Tahun 2016. Yogyakarta:Penerbit Andi
- Mardiasmo. (2018). Perpajakan Edisi Revisi Tahun 2018. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sugiyono, (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung:CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, penerbit Alfabeta,Bandung
- Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah. Republik Indonesia.
- Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintah Daerah.
- Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 tentang Pajak dan Retribusi Daerah.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009. Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. 15 September 2009. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 130 Jakarta Undang-undang Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Perubahan Ketiga Uu 6-1983 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2004. Pemerintah Daerah. 15 Oktober 2004. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 125. Jakarta
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2004 Tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah