

Analisis efektivitas dan kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah

Halijah^{1✉}, Herman², Rusli³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah, Mamuju.

✉Email: halijahmamuju@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini menggunakan metode perhitungan efektivitas dan kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah Kabupaten Mamuju, alat penelitian menggunakan data time series selama lima tahun terakhir sejak tahun 2018 sampai dengan tahun 2020 terkait dengan efektivitas dan kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah di Kabupaten Mamuju. Hasil penelitian menunjukkan efektivitas pajak reklame Kabupaten Mamuju Tahun 2018–2020 dimana tingkat efektivitas tahun 2018 dengan rasio sebesar 104,14 mendapatkan capaian sangat efektifitas, tahun 2019 dengan rasio sebesar 83,83 mendapatkan capaian sangat efektifitas, tahun 2020 dengan rasio sebesar 119,70 mendapatkan capaian sangat efektifitas. Sedangkan kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah (PAD) Kabupaten Mamuju mengalami penurunan dari tahun 2018 sebesar 11,40% turun 9,28% pada tahun 2019, tahun 2020 kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah (PAD) Kabupaten Mamuju turun lagi menjadi 6,58%.

Kata kunci: Pajak reklame; pendapatan asli daerah

Analysis of the effectiveness and contribution of advertisement tax to original regional income

Abstract

This study uses the method of calculating the effectiveness and contribution of billboard tax to local original income of Mamuju Regency, a research tool using time series data for the last five years from 2018 to 2020 related to the effectiveness and contribution of billboard tax to local original income in Mamuju Regency. The results showed the effectiveness of the Mamuju Regency billboard tax in 2018-2020 where the effectiveness level in 2018 with a ratio of 104.14 received very effective achievements, in 2019 with a ratio of 83.83 received very effective achievements, in 2020 with a ratio of 119.70 received very effective achievements. While the contribution of billboard tax to local original revenue (PAD) of Mamuju Regency decreased from 2018 of 11.40%, down 9.28% in 2019, in 2020 the contribution of billboard tax to local original income (PAD) of Mamuju Regency decreased again to 6.58%.

Key words: *Advertisement tax; original regional income*

PENDAHULUAN

Pajak daerah berkontribusi wajib kepada daerah yang terdapat dipaksakan berdasarkan Undang-Undang yang tergolong terutang oleh orang pribadi maupun badan dan tidak mendapatkan imbalan secara tertentu atau langsung dan digunakan untuk kepentingan daerah tersebut sebesar-besarnya terkait kemakmuran rakyat. Pajak reklame digolongkan sebagai pajak atas penyelenggaraan reklame. Sedangkan reklame sendiri itu merupakan benda, alat, barang perbuatan atau media promosi yang menurut bentuk dengan corak ragamnya untuk tujuan tertentu komersial, dan digunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan, atau menguji suatu barang atau jasa untuk menarik perhatian sekitar umum untuk dapat dilihat dengan sisi manapun, dibaca, ataupun didengar disuatu tempat yang sesuai oleh umum kecuali pemerintah (Priantara, 2019:27).

Observasi dilakukan penulis pada Kantor Badan Pendapatan Asli Daerah (BAPENDA) Kabupaten Mamuju, beberapa tahun ini masih banyak beberapa reklame liar atau tidak menaati peraturan pemerintah daerah yang membentangi pada fasilitas umum tertentu yang pemanfaatan lahan masih sepenuhnya dipegang milik pemerintah daerah. Maka dari itu disebabkan karena beberapa pengusaha, badan baik orang pribadi yang masih belum sesuai dengan peraturan atau mendaftarkan reklame. Pajak Reklame sebagai salah satu sumber pendapatan Daerah yang berpotensi perlu dilakukan pemungutan secara efisien, efektif, dan ekonomis sehingga dapat lebih berperan dalam usaha peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Mamuju. Efektivitas pendapatan asli daerah dari sumber retribusi daerah dapat dihitung berdasarkan persentase perbandingan realisasi penerimaan retribusi daerah dengan target penerimaan retribusi daerah

TINJAUAN PUSTAKA

Pembangunan Ekonomi

Menurut Sukirno, (2018:13) pembangunan ekonomi daerah pada umumnya didefinisikan sebagai suatu proses yang menyebabkan pendapatan per kapita penduduk suatu daerah meningkat dalam jangka panjang. Malthus (2018:30) pertumbuhan ekonomi menitikberatkan pada perkembangan kesejahteraan suatu negara, yaitu pertumbuhan ekonomi yang dapat dicapai dengan meningkatkan kesejahteraan suatu negara.

Pajak Daerah

Menurut pendapat Waluyo (2017:23) menyebutkan pajak adalah iuran kepada negara (yang dapat dipaksakan) yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan, dengan tidak mendapat prestasi kembali, yang langsung dapat ditunjuk, dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum berhubungan dengan tugas negara yang menyelenggarakan pemerintah. Untuk menghitung potensi pajak, seperti pajak reklame, hal penting yang harus dilakukan oleh pemerintah daerah adalah mengenali subjek dan wajib pajak reklame serta dasar pengenaan pajak reklame. Ketentuan tentang pemungutan pajak reklame lebih lanjut perlu diatur dengan Perda tentang Pajak

Pajak Reklame

Pemasukan dari pajak reklame didapat dari beberapa nilai sewa reklame yang dipasang dengan tarif sewa reklame berdasarkan dari lokasi pemasangan reklame, lamanya pemasangan reklame, dan jenis ukuran reklame. Objek pajak reklame adalah semua penyelenggaraan reklame yang meliputi: 1) Reklame papan/billboard antara lain papan merk, neon sign/neon boks dan baligo; 2) Reklame megatron/videotron/large electronic display (LED); 3) Reklame kain (spanduk); 4) Reklame melekat (stiker); 5) Reklame selebaran; 6) Reklame berjalan (termasuk pada kendaraan); 7) Reklame udara (balon udara); 8) Reklame suara; 9) Reklame film/slide; 10) Reklame peraga

Pendapatan Asli Daerah

Menurut Mardiasmo (2017:238) pendapatan asli daerah merupakan usaha daerah guna memperkecil ketergantungan dalam mendapatkan dana dari pemerintah tingkat atas (subsidi). Menurut Warsito (2019:128) menyatakan bahwa "pendapatan asli daerah (PAD) adalah pendapatan yang bersumber dan dipungut sendiri oleh pemerintah daerah. sumber pendapatan asli daerah terdiri dari:

pajak daerah, redistribusi daerah, laba dari Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), dan pendapatan asli daerah lainnya yang sah. Pendapatan asli daerah (PAD) merupakan pendapatan daerah yang bersumber dari hasil pajak daerah, hasil retribusi Daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah, yang bertujuan untuk memberikan keleluasaan kepada daerah dalam menggali pendanaan dalam pelaksanaan otonomi daerah sebagai mewujudkan asas desentralisasi. (Penjelasan Undang-Undang Nomor.33 Tahun 2014).

METODE

Teknik Pengumpulan Data

Sebagai pelengkap dalam pembahasan ini maka diperlukan adanya data atau informasi baik dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Penulis memperoleh data yang berhubungan dengan objek penelitian menggunakan metode sebagai berikut:

Studi Kepustakaan (Library Research) atau studi dokumen, untuk memperoleh data skunder dipergunakan studi kepastakaan yang dilakukan dengan cara membaca, mempelajari, mengutip, dan merangkum data yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas; dan

Studi Lapangan, untuk memperoleh data primer adalah dengan mengadakan pengamatan langsung di tempat yang dijadikan objek penelitian, mengadakan kuesioner yang ditujukan kepada responden yang ditujukan kepada responden yang ditentukan secara purposive sampling, yaitu pengembalian sampel secara tunjuk.

Menurut Marchat (2011:38) menjelaskan tingkat efektifitas dapat dihitung menggunakan rumus efektifitas sebagai berikut:

$$\text{Efektivitas} = \frac{R}{T} \times 100\%$$

Keterangan:

R = Realisasi

T = Target

Data yang diperoleh dengan menggunakan time series dapat di analisis dengan analisis efektivitas yang digunakan untuk menguji variabel input, process, dan output. Teknik analisis yang dilakukan dengan cara melakukan perhitungan sesuai rumus yang digunakan dengan rumus:

Efektivitas

$$\text{Efektivitas} = \frac{\text{Capaian Pajak Reklame tahun } n}{\text{Target Pajak Reklame tahun } n} \times 100\%$$

Kontribusi

$$\text{Efektivitas} = \frac{\text{Capaian Pajak Reklame tahun } n}{\text{Target Pendapatan Asli Daerah tahun } n} \times 100\%$$

Efektivitas merupakan hubungan antara keluaran dengan tujuan atau sasaran yang harus dicapai, kegiatan proses kegiatan mencapai tujuan dan sasaran akhir kebijakan. Efektivitas dapat diukur dengan menggunakan standar sesuai dengan acuan Litbang Depdagri seperti berikut.

Tabel 1. Standar Ukuran Efektivitas Sesuai Acuan Litbang Depdagri

Rasio Efektivitas	Tingkat Capaian
Dibawah 40	Sangat Tidak Efektif
40 – 59,99	Tidak Efektif
60 – 79,99	Cukup Efektif
Diatas 80	Sangat Efektif

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pajak Reklame

Pengelolaan pajak reklame maka diperlukan adanya sebuah perencanaan, pengorganisasian, penggerakan serta pengawasan sesuai dengan peraturan daerah di Kabupaten Mamuju, Bapenda Kabupaten Mamuju.

Tabel 2. Target Dan Realisasi Pajak Reklame Kabupaten Mamuju

Tahun	Target Pajak Reklame	Realisasi Pajak Reklame	Capaian Dalam Persentase (%)
2018	826.000.000	860.215.000	104,14
2019	888.000.000	744.450.555	83,83
2020	400.000.000	478.809.000	119,70

Berdasarkan tabel 3 target pajak reklame tahun 2018 sebesar Rp 826.000.000 dengan realisasi sebesar Rp 860.215.000 dengan capaian persentase 104,14%, tahun 2019 sebesar Rp 888.000.000 dengan realisasi sebesar Rp 744.450.555 dengan capaian persentase 83,83%, tahun 2020 sebesar Rp 400.000.000 dengan realisasi sebesar Rp 478.809.000 dengan capaian persentase 119,70%. Keadaan ini dapat dibuktikan dengan melihat realisasinya setiap tahun anggaran mengalami peningkatan. Sehubungan dengan penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Mamuju, sebagai berikut:

Tabel 3. Realisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Mamuju

Tahun	Realisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD)
2018	75.433.707
2019	80.196.333
2020	72.705.100

Berdasarkan menunjukkan perkembangan realisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Mamuju dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2020, Pendapatan Asli Daerah (PAD) pada tahun 2018 sebesar Rp 75.433.707, tahun 2019 sebesar Rp 80.196.333, tahun 2020 sebesar Rp 72.705.100. Sumber pembiayaan yang dikenal dengan pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Mamuju, dimana salah satu komponen utamanya adalah pemerintah yang berasal dari komponen pajak daerah dan retribusi daerah.

Tahun 2018 Efektivitasnya sebesar:

$$\text{Efektivitas} = \frac{860.215.000}{826.000.000} \times 100\%$$

$$\text{Efektivitas} = 104,14$$

Tahun 2019 Efektivitasnya sebesar:

$$\text{Efektivitas} = \frac{744.450.555}{888.000.000} \times 100\%$$

$$\text{Efektivitas} = 83,83$$

Tahun 2020 Efektivitasnya sebesar:

$$\text{Efektivitas} = \frac{478.809.000}{400.000.000} \times 100\%$$

$$\text{Efektivitas} = 119,70$$

Berdasarkan perhitungan efektivitas pajak reklame di Kabupaten Mamuju maka tingkat efektivitas pajak reklame dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Efektivitas Pajak Reklame Kabupaten Mamuju Tahun 2018-2020

Tahun	Target Pajak Reklame	Realisasi Pajak Reklame	Eketivitas	Keterangan
2018	826.000.000	860.215.000	104,14	Sangat Efektif
2019	888.000.000	744.450.555	83,83	Sangat Efektif
2020	400.000.000	478.809.000	119,70	Sangat Efektif

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan tingkat efektivitas pajak reklame di Kabupaten Mamuju sesuai dengan target dan realisasi, tingkat efektivitas tahun 2018 dengan rasio sebesar 104,14 mendapatkan capaian sangat efektifitas, tahun 2019 dengan rasio sebesar 83,83 mendapatkan capaian sangat efektifitas, tahun 2020 dengan rasio sebesar 119,70 mendapatkan capaian sangat efektifitas, tahun 2021 dengan rasio sebesar 104,66 mendapatkan capaian sangat efektifitas, dan tahun 2022 dengan rasio sebesar 116,68 mendapatkan capaian sangat efektifitas.

Tabel 5. Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Mamuju Tahun 2018-2020

Tahun	Realisasi Pajak Reklame	Realisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD)	Kontribusi (%)
2018	860.215.000	860.215.000	11,40
2019	744.450.555	744.450.555	9,28
2020	478.809.000	478.809.000	6,58

Berdasarkan tabel diatas perkembangan kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah (PAD) Kabupaten Mamuju mengalami penurunan dari tahun 2018 sebesar 11,40% turun 9,28% pada tahun 2019, tahun 2020 kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah (PAD) Kabupaten Mamuju turun lagi menjadi 6,58%.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan penelitian maka dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian menunjukkan efektivitas pajak reklame Kabupaten Mamuju Tahun 2018 – 2022 dimana tingkat efektivitas tahun 2018 dengan rasio sebesar 104,14 mendapatkan capaian sangat efektifitas, tahun 2019 dengan rasio sebesar 83,83 mendapatkan capaian sangat efektifitas, tahun 2020 dengan rasio sebesar 119,70 mendapatkan capaian sangat efektifitas, tahun 2021 dengan rasio sebesar 104,66 mendapatkan capaian sangat efektifitas, dan tahun 2022 dengan rasio sebesar 116,68 mendapatkan capaian sangat efektifitas. Sedangkan kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah (PAD) Kabupaten Mamuju mengalami penurunan dari tahun 2018 sebesar 11,40% turun 9,28% pada tahun 2019, tahun 2020 kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah (PAD) Kabupaten Mamuju turun lagi menjadi 6,58%, sedangkan terjadi kenaikan kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah (PAD) Kabupaten Mamuju tahun 2021 sebesar 7,80% dan tahun 2022 realisasi pendapatan pajak reklame sebesar 9,55%.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, Lincolin, (2020). Ekonomi Pembangunan Suatu Pengantar. STIE YKPN. Yogyakarta.
- Azhari Aziz Samudra (2019) Sistem Perekonomian Indonesia. Yogyakarta. Penerbit Andi Offcet.
- Danor, (2019). Teori Pertumbuhan Ekonomi Cetakan Pertama Yogyakarta. Penerbit Andi Offcet.
- Herman, (2019). Analisis Efektivitas, Kontribusi Pajak Parkir Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Dan Penerapan Akuntansi Di Kota Manado.
- Husain, Abdullah (2020). Metode Penelitian Kombinasi Cetakan Pertama. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Kuncoro, (2020). Otonomi dan Pembangunan Daerah : Reformasi, Perencanaan, Strategi, dan Peluang. Jakarta: Erlangga.
- Lewis, (2011). Kompilasi Undang-Undang Perpajakan dalam Perpestif Tatanan Perundang-Undangan. Salemba Empat.
- Malthus, (2016). Masalah, Kebijakan, dan Politik Ekonomi Pembangunan. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mamesa, (2015). Pengantar Ekonomi Makro. Edisi Keenam. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mardiasmo, (2017). Perpajakan Cetakan Ketujuh Edisi Revisi”. Yogyakarta: Andi.
- Marijan, (2014). Perpajakan, Konsep, Teori Dan Isu. Cetakan Kedua Jakarta: Kencana.
- Maulida, (2018). Dasar-dasar Hukum Pajak. Yogyakarta : Penerbit Andi Offcet.
- Mohammad Riduansyah, (2020). Kontribusi Pajak Daerah Dan Retribusi Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Dan Anggaran Pendapatan Dan Belanja Daerah (APBD) Guna Mendukung Pelaksanaan Otonomi Daerah (Studi Kasus Pemerintah Daerah Kota Bogor).

- Rahman, (2020). Modul Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Riandani Rezki Prana, (2019). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Tebing Tinggi.
- Tyasani Taras, Luh Gede Sri Artin, (2017). Analisis Pendapatan Asli Daerah (PAD) Dalam Upaya Pelaksanaan Otonomi Daerah Di Kabupaten Badung Bali.
- Waluyo, (2017). Perekonomian Indonesia. Kajian Teoritis Dan Analisis Empiris. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Warsito, (2017). Pengantar Teori Makro Ekonomi Cetakan Pertama. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Yunus, (2017). Pembangunan Ekonomi. Jilid 1, diterjemahkan oleh Haris Munandar. Edisi kesembilan. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Undang-undang KUP Nomor 28 Tahun 2007. Tentang Perpajakan dan Retribusi
- Undang-Undang nomor 28 tahun 2009. Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Detail Peraturan. Abstrak. Jenis. Undang-undang (UU). Entitas
- Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pusat
- Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pengutan Pajak Reklame.
- Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2011 Tentang Pajak Daerah
- Peraturan Daerah (PERDA) Kabupaten Mamuju Nomor 12 Tahun 2010 Tentang Pajak Reklame