

Analisis kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah

Elis^{1✉}, Abdul Halim², Syarifuddin As'ad³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah, Mamuju.

Email: eliseli0023@gmail.com

Abstrak

Kehidupan ekonomi di Indonesia amat berkembang dengan pesat, terlebih lagi kondisi pasar yang telah mengarah pada perdagangan bebas, semakin banyak perusahaan yang memproduksi produk atau barang dan jasa mereka. Hal ini tentu memerlukan suatu promosi yang tidak sedikit biaya untuk penyediaan sarana dalam penyampaian himbuan atau ajakan maupun informasi yang akan diberikan. Akan tetapi semua itu tidak lepas dari pajak sebagaimana yang telah di atur oleh pemerintah daerah dan Undang-Undang pemerintah tentang pajak reklame. Pajak reklame Kabupaten Mamuju pada tahun Pajak reklame tahun 2016 sebesar Rp 900.000.000 dengan realisasi sebesar 617.725.000, tahun 2017 sebesar Rp 652.500.000 dengan realisasi sebesar Rp 679.915.000, tahun 2018 sebesar Rp 826.000.000 dengan realisasi sebesar Rp 860.215.000, tahun 2019 sebesar Rp 888.000.000 dengan realisasi sebesar Rp 744.450.555. Pendapatan Asli Daerah (PAD) pada tahun 2016 sebesar Rp 59.253.400, tahun 2017 sebesar Rp 75.634.662, tahun 2018 sebesar Rp 75.433.707, tahun 2019 sebesar Rp 80.196.333. Oleh karena itu, pemerintah harus tanggap dalam peningkatan kas daerah melalui sektor pajak reklame di Kabupaten Mamuju. Penelitian ini menggunakan rumus kontribusi $S_j = Y_j : Y \cdot 100\%$. Dimana : S_j = Kontribusi pajak reklame, Y_j = Pajak Reklame, Y = Pendapatan Asli Daerah (PAD), dan P = Persentase Kontribusi Pajak Reklame. Hasil penelitian Perkembangan kontribusi pajak reklame sesuai realisasi pendapatan daerah Kabupaten Mamuju mengalami penurunan pada tahun 2017 sebesar 8,99% jika dibandingkan dengan realisasi pendapatan pajak reklame pada tahun 2016 sebesar 10,42%, sedangkan terjadi perkembangan realisasi pendapatan pajak reklame tahun 2018 sebesar 11,40%, namun pada tahun 2019 realisasi pendapatan pajak reklame turun kembali sebesar 9,28%.

Kata kunci: Pajak reklame; pendapatana asli daerah

Analysis of the contribution of advertisement tax to original regional income

Abstract

Economic life in Indonesia is developing rapidly, especially market conditions that have led to free trade, more and more companies are producing their products or goods and services. This certainly requires a promotion that costs a lot of money for the provision of facilities in delivering appeals or invitations or information to be provided. However, all of that cannot be separated from taxes as regulated by local governments and government laws on billboard taxes. Mamuju Regency billboard tax in 2016 amounted to Rp 900,000,000 with a realization of 617,725,000, in 2017 amounted to Rp 652,500,000 with a realization of Rp 679,915,000, in 2018 amounted to Rp 826,000,000 with a realization of Rp 860,215,000, in 2019 amounted to Rp 888,000,000 with a realization of Rp 744,450,555. Regional Original Revenue (PAD) in 2016 amounted to Rp 59,253,400, in 2017 amounted to Rp 75,634,662, in 2018 amounted to Rp 75,433,707, in 2019 amounted to Rp 80,196,333. Therefore, the government must be responsive in increasing regional cash through the billboard tax sector in Mamuju Regency. This study uses the contribution formula $S_j = Y_j : Y \cdot 100\%$. Where : S_j = Billboard Tax Contribution, Y_j = Billboard Tax, Y = Local Original Revenue (PAD), and P = Percentage of Billboard Tax Contribution. Research results The development of billboard tax contribution according to the realization of regional revenue of Mamuju Regency decreased in 2017 by 8.99% when compared to the realization of billboard tax revenue in 2016 of 10.42%, while there was a development in the realization of billboard tax revenue in 2018 of 11.40%, but in 2019 the realization of billboard tax revenue fell back by 9.28%.

Key words: Billboard tax; Local Revenue

PENDAHULUAN

Menurut Arsyad, (2019:118) pemerintah mempunyai kewajiban untuk melindungi rakyatnya dalam melakukan aktivitas usaha maupun dalam hal meningkatkan derajat hidup masyarakat menuju kesejahteraan. Pemerintah Kabupaten Mamuju selaku pihak yang menjalankan penyelenggaraan pemerintahan daerah merupakan salah satu tugasnya adalah memberikan pelayanan kepada pelaku usaha termasuk perusahaan yang melakukan promosi dengan menggunakan media reklame Pajak reklame merupakan pajak yang diperoleh dari reklame. Besarnya pajak reklame ini juga bergantung dari prosedur dan tata cara pemungutannya sehingga akan menghasilkan besarnya pajak reklame yang maksimal Pajak reklame menjadi salah satu sumber pendapatan daerah yang sangat potensial pada saat ini. Dengan adanya peraturan daerah yang telah ditetapkan mengenai pajak reklame Nomor 04 Tahun 2011, maka sumber pendapatan daerah dari pajak reklame tersebut dapat dipungut sesuai dengan ketentuan yang telah diberlakukan, sehingga dapat meningkatkan pendapatan asli daerah.

Saat ini kehidupan ekonomi di Indonesia amat berkembang dengan pesat, terlebih lagi kondisi pasar yang telah mengarah pada perdagangan bebas, semakin banyak perusahaan yang memproduksi produk atau barang dan jasa mereka. Hal ini tentu memerlukan suatu promosi yang tidak sedikit biaya untuk penyediaan sarana dalam penyampaian himbauan atau ajakan maupun informasi yang akan diberikan. Akan tetapi semua itu tidak lepas dari pajak sebagaimana yang telah di atur oleh pemerintah daerah dan Undang-Undang pemerintah tentang pajak reklame.

Pajak reklame tahun 2016 sebesar Rp 900.000.000 dengan realisasi sebesar 617.725.000, tahun 2017 sebesar Rp 652.500.000 dengan realisasi sebesar Rp 679.915.000, tahun 2018 sebesar Rp 826.000.000 dengan realisasi sebesar Rp 860.215.000, tahun 2019 sebesar Rp 888.000.000 dengan realisasi sebesar Rp 744.450.555. Oleh karena itu, pemerintah harus tanggap dalam peningkatan kas daerah melalui sektor pajak reklame di Kabupaten Mamuju.

Reklame adalah benda, alat perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan dinikmati oleh umum Penyelenggaraan reklame adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan hukum yang menyelenggarakan reklame baik untuk dan atas nama sendiri atau untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya.

Pajak disebut juga adh-dharibah yang artinya beban, secara istilah diartikan sebagai suatu beban atau pungutan yang ditarik dari rakyat oleh para penarik pajak reklame baik objek pajak pribadi maupun badan. Ibnu jarir meriwayatkan dari Ibnu Aliyah katanya, “Dulu, selain zakat, mereka juga mendermakan sesuatu, tetapi mereka berlebih-lebihan, maka turunlah ayat QS. Al-An’am: 141

﴿ وَهُوَ الَّذِي أَنْشَأَ جَنَّاتٍ مَّعْرُوشَاتٍ وَغَيْرَ مَعْرُوشَاتٍ وَالنَّخْلَ
وَالزَّرْعَ مُخْتَلِفًا أَكْثَرَهُ وَالزَّيْتُونَ وَالرُّمَّاتِ مُتَشَبِهًا وَغَيْرَ
مُتَشَبِهٍ كُلُوا مِنْ ثَمَرِهِ إِذَا أَثْمَرَ وَءَاتُوا حَقَّهُ يَوْمَ حَصَادِهِ
وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴾

Artinya “Dialah yang menjadikan kebun-kebon yang berjunjung dan yang tidak berjunjung, pohon kurma, tanaman-tanaman yang bermacam-macam buahnya, zaitun dan delima yang serupa (bentuk dan warnanya) dan tidak sama (rasanya). Makanlah dari buahnya(yang bermacam-macam itu) bila dia berbuah, dan tunaikanlah haknya di hari memetik hasilnya (dengan disedekahkan kepada fakir miskin); dan janganlah kamu berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.”

Pajak atau Dharibah, daraba = utang, pajak tanah atau upeti dan sebagainya yang mesti dibayar; sesuatu yang menjadi beban. Kewajiban yang ditetapkan terhadap wajib pajak yang harus disetorkan kepada Negara sesuai dengan ketentuan, tanpa mendapat prestasi atau imbalan langsung dari Negara atas harta orang-orang atau uang adalah iuran wajib kepada Negara berdasarkan Undang-undang untuk membiayai belanja Negara dan sebagai alat untuk mengatur kesejahteraan serta perekonomian.

Kabupaten Mamuju terdapat potensi pajak reklame yang besar yang terbuka untuk masyarakat umum, selain itu pada hampir setiap Kecamatan terpasang reklame juga terdapat di beberapa pasar dalam pemasangan pajak reklame. Dengan demikian diharapkan pajak reklame menjadi sumber penerimaan pendapatan asli daerah (PAD) akan terus meningkat, dan semakin banyak kebutuhan daerah yang bisa dibiayai dengan pendapatan asli daerah (PAD).

Tinjauan Pustaka

Teori Pembangunan Ekonomi

Pembangunan ekonomi daerah mempunyai tujuan utama yaitu untuk meningkatkan jumlah dan jenis peluang kerja untuk masyarakat daerah (Arsyad, 2019:98). Menurut Sukirno, (2019:13) pembangunan ekonomi daerah pada umumnya didefinisikan sebagai suatu proses yang menyebabkan pendapatan per kapita penduduk suatu daerah meningkat dalam jangka panjang.

Pengertian Pertumbuhan Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi sebagai suatu fungsi tujuan pada akhirnya harus tunduk pada pada fungsi kendala yaitu keterbatasan sumber daya ekonomi (Kuncoro, 2019). proses pembangunan ekonomi bisa dibedakan kedalam lima tahap yaitu: masyarakat tradisional, prasyarat untuk tinggal landas, tinggal landas menuju kedewasaan dan masa konsumsi tinggi.

Pajak Reklame

Reklame adalah benda, alat, atau media yang digunakan untuk memperkenalkan, mempromosikan atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang atau jasa yang dapat dilihat, dibaca, dirasakan, didengar, dan atau dinikmati oleh umum objek pajak reklame adalah semua penyelenggara reklame untuk bisa tumbuh diperlakukan adanya investasi.

Pendapatan Asli Daerah

Pengaturan mengenai Pelaksanaan Pemerintahan Daerah diatur melalui Undang-undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah sebagaimana telah dilakukan beberapa kali perubahan, terakhir melalui Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2015 Tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah, dimana didalamnya diatur mengenai sumber pendapatan asli daerah. Pendapatan asli daerah merupakan pendapatan utama daerah untuk menjalankan pemerintahan. Pendapatan asli daerah (PAD) merupakan penerimaan yang diperoleh dari sumber-sumber dalam wilayahnya sendiri, semakin tinggi peranan PAD dalam struktur keuangan daerah, maka semakin tinggi pula kemampuan keuangan yang dimiliki oleh daerah untuk melaksanakan kegiatan pembangunan daerahnya (Simanjuntak, 2017: 119).

METODE

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Data Kuantitatif

Data kuantitatif merupakan bentuk data analisis yang menggunakan kategori angka-angka, dengan demikian data tersebut harus diklasifikasikan dalam kategori tertentu dengan menggunakan nilai nominal tarif pajak reklame.

Data Kualitatif

Data kualitatif bersifat induktif, yaitu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan pola hubungan tertentu atau menjadi hipotesis.

Sumber data dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder, yaitu:

Data Primer

Data primer merupakan teknik wawancara yang dilakukan dengan beberapa pertanyaan pada pegawai Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Mamuju dan orang-orang yang dianggap berkonpoten tentang pajak reklame yang dibebankan kepada masyarakat dan pelaku usaha di Kabupaten Mamuju.

Data Sekunder

Data sekunder merupakan yang akan digunakan dengan mengumpulkan sumber data dokumentasi dan laporan-laporan pendukung yang menyangkut pokok permasalahan pada penelitian yang akan dilakukan.

Teknik Pengumpulan Data

Studi lapangan adalah penulis mengumpulkan data yang diperlukan dengan cara melakukan pengamatan langsung dengan menggunakan teknik observasi (pengamatan) dan interview (wawancara) Teknik Observasi (pengamatan)

Yaitu pengamatan secara langsung yang dilakukan penulis terhadap objek penelitian guna memperoleh bahan dan data yang diperlukan dalam penelitian ini.

Interview (wawancara)

Yaitu dengan mengadakan wawancara dengan beberapa pegawai yang dianggap memiliki pengetahuan mengenai permasalahan penelitian, wawancara digunakan untuk mendapat data dan keterangan yang menunjang analisis dalam penelitian sehingga menjadi acuan dalam analisis data. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan digunakan untuk mengumpulkan data sekunder dari perpustakaan berupa beberapa referensi buku yang berkaitan dengan penelitian ini dan data sekunder dari tempat penelitian berupa dokumentasi, laporan-laporan yang tertulis.

Teknik Pengolahan Data

Dalam penelitian ini menggunakan data time series yang diperoleh melalui observasi dan melakukan pendataan terkait data-data yang dibutuhkan. Data yang diperoleh selanjutnya dilakukan olah data dengan menggunakan analisis data yaitu rumus kontribusi:

$$\text{Kontribusi Pajak Reklame} = \frac{\text{Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Tahun ke - n}}{\text{Pendapatan Asli Daerah Tahun ke - n}} \times 100\%$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pajak Reklame

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

Tabel 1.

Target Dan Realisasi Pajak Reklame Kabupaten Mamuju Tahun 2016-2019

Tahun	Target Pajak Reklame (Dalam Ratusan Juta Rupiah)	Realisasi Pajak Reklame (Dalam Ratusan Juta Rupiah)	Capaian Dalam Persentase (%)
2016	900.000.000	617.725.000	68
2017	652.500.000	679.915.000	104,28
2018	826.000.000	860.215.000	104,14
2019	888.000.000	744.450.555	83,83

Berdasarkan tabel 1 target pajak reklame tahun 2016 sebesar Rp 900.000.000 dengan realisasi sebesar 617.725.000 dengan capaian persentase 68%, tahun 2017 sebesar Rp 652.500.000 dengan realisasi sebesar Rp 679.915.000 dengan capaian persentase 104,28%, 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%.

Tabel 2. Realisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Mamuju Tahun 2018-2019

Tahun	Realisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD)
2016	59.253.400
2017	75.634.662
2018	75.433.707
2019	80.196.333

Berdasarkan 2 menunjukkan perkembangan realisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Mamuju dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2019, Pendapatan Asli Daerah (PAD) pada tahun 2016

sebesar Rp 59.253.400, tahun 2017 sebesar Rp 75.634.662, tahun 2018 sebesar Rp 75.433.707, tahun 2019 sebesar Rp 80.196.333.

Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Mamuju Tahun 2016-2019

Untuk melihat kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah (PAD) Kabupaten Mamuju Tahun 2016-2019 menggunakan rumus kontribusi (Simanjuntak, 2017:92) sebagai berikut:

$$S_j = \frac{Y_j}{Y} \times 100\%$$

Dimana:

S_j = Kontribusi Pajak Reklame

Y_j = Realisasi Penerimaan Pajak Reklame

Y = Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Mamuju

P = Persentase Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Mamuju

Realisasi Penerimaan Pajak Reklame

$$\text{Kontribusi Pajak Reklame} = \frac{\text{Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Tahun ke } n}{\text{Pendapatan Asli Daerah Tahun ke } n} \times 100\%$$

Perhitungan kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah (PAD) Kabupaten Mamuju Tahun 2016-2019 sebagai berikut:

Pada tahun 2016 kontribusinya sebesar:

$$S_j = \frac{617.725.000}{59.253.400} \times 100\% = 10,4\%$$

Pada tahun 2017 kontribusinya sebesar:

$$S_j = \frac{679.915.000}{75.634.662} \times 100\% = 8,99\%$$

Pada tahun 2018 kontribusinya sebesar:

$$S_j = \frac{860.215.000}{75.433.707} \times 100\% = 11,40\%$$

Pada tahun 2019 kontribusinya sebesar:

$$S_j = \frac{744.450.555}{80.196.333} \times 100\% = 9,28\%$$

Perkembangan Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Mamuju Tahun 2016-2019.

Perkembangan kontribusi pajak reklame sesuai realisasi pendapatan daerah Kabupaten Mamuju mengalami penurunan pada tahun 2017 sebesar 8,99% jika dibandingkan dengan realisasi pendapatan pajak reklame pada tahun 2016 sebesar 10,42%, sedangkan terjadi perkembangan realisasi pendapatan pajak reklame tahun 2018 sebesar 11,40%, namun pada tahun 2019 realisasi pendapatan pajak reklame turun kembali sebesar 9,28%.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah (PAD) Kabupaten Mamuju Tahun 2016-2019, dimana kontribusi pajak reklame sesuai realisasi pendapatan daerah Kabupaten Mamuju mengalami penurunan pada tahun 2017 sebesar 8,99% jika dibandingkan dengan realisasi pendapatan pajak reklame pada tahun 2016 sebesar 10,42%, sedangkan terjadi perkembangan realisasi pendapatan pajak reklame tahun 2018 sebesar 11,40%, namun pada tahun 2019 realisasi pendapatan pajak reklame turun kembali sebesar 9,28%.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Multazam, (2019). Penerimaan Pajak Reklame dan Kontribusinya Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Tidore Kepulauan.
- Arsyad Lincolin, (2019). Ekonomi Pembangunan Lamjutan Edisi Revisi. STIE YKPN : Yogyakarta
- Badria, S., Ramli, R., & Adinugroho, I. (2023). The Influence Of Advertising And Sales Promotion On Purchasing Decisions At Gultik Stores In Balikpapan City. Jurnal Indonesia Sosial Teknologi, 4(8), 1152-1161.
- Guritno (2018). Dasar Teori Ekonomi Pertumbuhan. Jakarta. Penerbit LP3ES
- Kaufman (2019). Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Kuncoro, (2019). Pengantar Perencanaan Regional. Terjemahan Paul Sitohang. Jakarta: LPEUI
- Malthus, (2018). Perekonomian Indonesia. Penerbit Liberti. Yogyakarta.
- Simanjuntak, (2017). Ekonomi Pembangunan. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI dengan Bima Grafika
- Sudarsono, (2019). Fundamental Makro Ekonomi. Yogyakarta: Andi Offset
- Sukardi, (2019). Pengantar Teori Mikro Ekonomi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sukirno, (2019). Ekonomi Pembangunan. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI dengan Bima Grafik
- Syahrial, Bahar, (2022). Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Makassar.
- Todaro, (2018). Teori Ekonomi Makro, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta
- Undang-undang No 13 tahun 2010. Tentang Tenaga Kerja Produktif dalam Penyerapannya.
- Wibowo, (2018). Strategi Pembangunan dan Perencanaan Tenaga Kerja. Jakarta, Raja Grafindo Persada
- Wijayanto, (2016). Ekonomi Mikro Lanjutan. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Wismalwati, (2014). Pengantar Ekonomi Pembangunan. Yogyakarta: Andi Offset.