

ANALISIS KONTRIBUSI PAJAK REKLAME DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD) DI KABUPATEN OGAN ILIR

Rismansyah *)
Maman Suryaman *)

ABSTRAK

Pembangunan nasional bertujuan mewujudkan masyarakat Indonesia yang adil dan makmur, pembangunan daerah merupakan bagian penting dari pembangunan nasional, guna memperlancar pembangunan daerah digunakan dana yang berasal dari penerimaan daerah, yakni Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang berasal dari sumber ekonomi asli daerah. Salah satunya pajak daerah yang merupakan sumber penerimaan potensial, khususnya penerimaan pajak reklame. Pada penerimaan pajak reklame sering terjadi selisih antara target dan realisasi penerimaan sehingga mengakibatkan penerimaan tidak efektif dan rendahnya kontribusi yang diberikan. Penerimaan tidak efektif dikarenakan kurangnya tenaga lapangan yang mengawasi pelaksanaan pajak reklame dan adanya kesulitan untuk menghubungi wajib pajak reklame yang berdomisili diluar kabupaten. Oleh karena itu maka penulis memilih judul penelitian "Analisis Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Ogan Ilir". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kontribusi pajak reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Ogan Ilir.

Data yang diamati merupakan data realisasi penerimaan pajak daerah, khususnya penerimaan pajak reklame selama tahun 2010 hingga tahun 2012. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif, dengan perhitungan rasio efektifitas dan rasio kontribusi pajak reklame yang didasarkan pada realisasi penerimaan pajak reklame.

Hasil pembahasan dapat diketahui bahwa penerimaan pajak reklame belum efektif sedangkan kontribusi penerimaan pajak reklame masih rendah terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Ogan Ilir, artinya kemampuan wajib pajak dalam membayar pajak di Kabupaten Ogan Ilir masih rendah. Sehubungan dengan hal tersebut, penulis mengharapkan pemerintah daerah dapat meningkatkan kesadaran wajib pajak untuk memenuhi kewajibannya tepat waktu.

Kata kunci : *Pajak reklame, Pendapatan Asli Daerah (PAD)*

Latar Belakang Masalah

Secara umum pemungutan pajak yang teratur dan permanen telah dikenakan pada masa kolonial. Tetapi pada masa kerajaan dahulu juga telah ada pungutan seperti pajak, pungutan seperti itu dipersembahkan kepada raja sebagai rasa hormat dan upeti kepada raja, yang disampaikan rakyat kepada raja, yang disampaikan rakyat di wilayah kerajaan maupun di wilayah jajahan; figur raja dalam hal ini dapat dipandang sebagai manifestasi dari kekuasaan tunggal kerajaan (negara).

Pemungutan pajak sendiri mulai intensif dilakukan setelah Indonesia memperoleh kemerdekaannya. Pada saat itu, pemerintahan membutuhkan dana yang cukup besar untuk menjalankan roda pemerintahan dan

melakukan pembangunan di segala bidang.

Pembangunan ekonomi daerah adalah suatu proses yang mana daerah dan seluruh komponen masyarakat mengelola berbagai sumber daya yang ada dan membentuk suatu kemitraan untuk menciptakan suatu lapangan kerja baru dan merangsang kegiatan ekonomi dalam daerah tersebut.

Kemandirian suatu daerah dalam pembangunan nasional merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari keberhasilan kebijakan yang diputuskan oleh pemerintah pusat. Pemerintah pusat membuat kebijakan bahwa pemerintah daerah diberikan kekuasaan untuk mengelola keuangan didaerahnya masing-masing atau yang lebih dikenal dengan

*) Dosen Tetap FE Univ-PGRI Palembang

*) Alumni FE Prodi Akuntansi

sebutan desentralisasi. Hal ini dilakukan dengan harapan daerah akan memiliki kemampuan untuk membiayai pembangunan daerahnya sendiri sesuai prinsip daerah otonomi yang nyata.

Menurut UU. No 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah yang telah direvisi dengan UU. No 12 Tahun 2008, bahwa melalui otonomi daerah, pembangunan ekonomi daerah diharapkan terwujud melalui pengelolaan sumber-sumber daerah. Otonomi daerah merupakan kewenangan Daerah Otonomi untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat menurut prakarsa sendiri berdasarkan aspirasi masyarakat sesuai aturan perundang-undangan.

Konsekuensi dari penerapan otonomi daerah yaitu setiap daerah dituntut untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) guna membiayai urusan rumah tangganya sendiri. Peningkatan ini ditujukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik sehingga dapat menciptakan tata pemerintahan yang lebih baik (*good governance*). Oleh karena itu, perlu dilakukan usaha-usaha untuk meningkatkan penerimaan dari sumber-sumber penerimaan daerah, salah satunya dengan meningkatkan PAD.

Untuk mengoptimalkan PAD beberapa pos PAD harus ditingkatkan antara lain pajak daerah dan retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan dan lain-lain PAD yang sah. Dalam meningkatkan penerimaan atau sumber fiskal suatu daerah, pemerintah daerah harus memiliki kekuatan untuk menarik pungutan pajak dan pemerintah pusat harus membagi sebagian penerimaan pajaknya dengan pemerintah daerah. Kebijakan ini sesuai dengan Undang-Undang No. 33 Tahun 2004 tentang

perimbangan keuangan pemerintah pusat dan pemerintah daerah, maka sistem pengelolaan keuangan daerah dilakukan oleh pemerintah daerah itu sendiri, dengan syarat pengelolaan keuangan harus dilakukan secara profesional, efisien, transparan dan bertanggung jawab. Hal ini memberikan keleluasaan bagi daerah untuk menggali potensi lokal dan meningkatkan keuangan dalam rangka mewujudkan kemandirian daerah.

Pendapatan daerah digunakan untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran pemerintah, seperti membiayai administrasi pemerintah, membangun dan memperbaiki infrastruktur, menyediakan fasilitas pendidikan dan kesehatan, membiayai anggota polisi, dan membiayai kegiatan pemerintah daerah dalam menyediakan kebutuhan-kebutuhan yang tidak dapat disediakan oleh pihak swasta yaitu berupa barang-barang publik. Dari fenomena tersebut dapat dilihat pentingnya pajak bagi suatu daerah, terutama dalam menyokong pembangunan daerah itu sendiri.

Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan sumber pendapatan daerah yang secara bebas dapat digunakan oleh masing-masing daerah untuk menyelenggarakan pemerintahan dan pembangunan daerah. Namun pada kenyataannya kontribusi PAD terhadap pendapatan dan belanja daerah masih relatif kecil.

Selama ini dominasi sumbangan pemerintah pusat kepada daerah masih besar, Oleh karenanya pemerintah daerah perlu menyeimbangkan pendapatan daerah dengan dana perimbangan (dana transfer) melalui peningkatan PAD, salah satunya upaya dengan pemerintah daerah dalam meningkatkan PAD. Selain pajak daerah dan retribusi daerah, juga hasil kekayaan daerah yang dipisahkan dan

pendapatan lain-lain serta pendapatan asli daerah yang disahkan dapat lebih dioptimalkan dalam menghasilkan pendapatan daerah.

Kabupaten Ogan Ilir adalah sebuah kabupaten hasil dari pemekaran Kabupaten Ogan Komering Ilir dengan berdasarkan Undang-Undang Nomor 37 Tahun 2003 yang telah disahkan pada tanggal 18 Desember 2003, dan mulai berjalan efektif sejak 14 Januari 2004. Sebagai sebuah kabupaten yang baru dan daerah otonomi, pemerintah daerah terus berupaya untuk menjalankan fungsi-fungsi pemerintahannya diantaranya dengan cara menggali berbagai sumber-sumber kekayaan alam yang telah ada guna mendukung pembiayaan kegiatan rumah tangganya.

Di kabupaten Ogan Ilir terdapat beberapa keunggulan diantaranya lokasi yang strategis yaitu berada di Jalan Raya Lintas Timur - Km.35 Indaralaya Kode Pos 30662 Telp. 0711 - 581418 yang sangat ramai akan kendaraan antar provinsi dan antar kabupaten. Hal ini tentu juga turut mendukung pemasukan bagi sumber pendapatan daerah berupa pajak daerah, retribusi daerah, laba BUMN, dan lain pendapatan daerah yang sah.

Pemerintah Daerah yang dalam hal ini Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Ogan Ilir memberlakukan beberapa jenis pemungutan yang berkaitan dengan pajak daerah yang diantaranya :

- a. Pajak Hotel dipungut pajak atas setiap pelayanan yang disediakan oleh hotel.
- b. Pajak Restoran dipungut pajak atas setiap pelayanan yang disediakan oleh restoran.
- c. Pajak Hiburan dipungut pajak atas setiap penyelenggaraan hiburan.
- d. Pajak Reklame dipungut atas setiap penyelenggaraan reklame.

- e. Pajak Penerangan Jalan dipungut pajak atas setiap penggunaan tenaga listrik.
- f. Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan dipungut pajak atas setiap kegiatan pengambilan mineral bukan logam dan batuan.
- g. Pajak Parkir dipungut pajak atas penyelenggaraan parkir.
- h. Pajak Air Tanah dipungut atas setiap pengambilan dan/ atau pemanfaatan air tanah.
- i. Pajak Sarang Burung Walet dipungut pajak atas setiap kegiatan pengambilan dan /atau perusahaan sarang burung walet.
- j. Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan perkotaan dipungut pajak atas setiap kepemilikan, penguasaan dan /atau pemanfaatan bumi dan/ atau bangunan.
- k. Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan dipungut pajak atas setiap perolehan hak atas tanah dan /atau bangunan.

Target dan realisasi penerimaan pajak reklame kabupaten Ogan Ilir tahun 2010-2012 dapat dilihat pada tabel 1.1.

Tabel 1
Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Kabupaten Ogan Ilir Tahun 2010-2012

Tahun	Pajak Reklame		
	Target	Realisasi	%
2010	200 000 000	151 344 875	76,67
2011	200 000 000	159 830 750	79,92
2012	250 000 000	181 940 145	72,78

Sumber: Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Ogan Ilir, diolah 2013.

Dari tabel 1 dapat dilihat bahwa persentase penerimaan pajak reklame pada kabupaten Ogan Ilir mengalami peningkatan pada tahun 2010-2011. Jumlah persentase penerimaan pajak reklame pada tahun 2010 sebesar 76,67% dan pada tahun 2011 jumlah

penerimaan pajak reklame sebesar 79,92% namun persentase penerimaan pajak reklame pada kabupaten Ogan Ilir mengalami penurunan pada tahun 2011-2012. Jumlah persentase penerimaan pajak reklame pada tahun 2011 sebesar 79,67% dan pada tahun 2012 jumlah penerimaan pajak reklame sebesar 72,78%.

Sebagai sebuah kabupaten yang menghubungkan antar provinsi. Kabupaten Ogan Ilir sangat potensial untuk dapat mengoptimalkan penerimaan pajak daerahnya terutama dari sektor pajak Reklame. Banyaknya kendaraan yang melintasi Kabupaten Ogan Ilir yang akan menuju suatu daerah atau provinsi memungkinkan pengendara untuk dapat beristirahat dan makan siang, hal tersebut juga dimanfaatkan para pelaku bisnis untuk mempromosikan hasil usahanya berupa pemasangan reklame sehingga produknya akan semakin dikenal masyarakat yang pada akhirnya diharapkan akan meningkatkan penjualan suatu produk. Hal inilah yang merupakan salah satu faktor yang memungkinkan akan semakin berkembangnya sektor pajak Reklame di Kabupaten Ogan Ilir.

Berdasarkan uraian di atas, mendorong penulis untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Kontribusi Pajak Reklame dalam Meningkatkan Penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Ogan Ilir”**

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang pada poin 1, maka permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian iniyaitu Bagaimana kontribusi pajak reklame dalam meningkatkan penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di kabupaten Ogan Ilir.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kontribusi pajak reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Ogan Ilir.

Variabel dan Definisi Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan (Sugiono, 2009:58).

Variabel dan Definisi Operasionalisasi dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2
Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator
Pajak Reklame	Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Sedangkan yang dimaksud dengan reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum. (Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009)	Rasio kontribusi= realisasi penerimaan pajak reklame : realisasi penenrimaan PAD x 100%
Peningkatan PAD	Upaya yang dilakukan oleh pemerintah daerah untuk meningkatkan penerimaan dari sumber-sumber pendapatan daerah. (Menurut Halim (2004:98)	Intensifikasi PAD Ekstensifikasi PAD

Populasi

Menurut Sugiyono (2009:115), “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek /subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Populasi dalam penelitian ini adalah realisasi PAD pada Kabupaten Ogan Ilir Tahun 2002-2012.

Sampel

Menurut Sugiyono (2009 : 116), "sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tertentu". Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah realisasitahun 2010-2012.

Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2009 : 5), "Secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian bisnis adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah dalam bidang tertentu bisnis".

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif

Sumber Data

Dalam teknik pengumpulan data ada dua data yang dapat digunakan dalam metode penelitian menurut (Sugiyono 2009 137) yaitu :

1. Data primer

Data primer merupakan data lapangan yang diperoleh dari orang-orang atau pelaku yang menjadi subjek dalam penelitian ini seperti melalui hasil wawancara.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku, serta dokumen perusahaan.

Dalam hal ini sumber data yang digunakan oleh peneliti adalah data sekunder.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan cara merumuskan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian.

Menurut Sugiono (2009:12), metode analisis data :

1. Metode Kualitatif

Metode kualitatif adalah metode-metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat ketidakpastian, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, analisa data bersifat induktif/kualitatif dengan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna generisasi (teori).

2. Metode Kuantitatif

Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang belandaskan pada filsafat kepastian (angka), karena digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, dengan tehnik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian analisa data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji persentase data atau hipotesis yang telah ditetapkan.

Metode yang digunakan penulis adalah metode kuantitatif.

Menurut Halim (2004:163), untuk menghitung kontribusi dan penerimaan pajak reklame terhadap pajak daerah dan sumbangannya terhadap PAD, maka digunakan formula sebagai berikut :

Kontribusi Pajak Reklame Terhadap PAD

$$= \frac{X}{Z} X 100\%$$

Keterangan :

X = Realisasi penerimaan pajak reklame

Z = Realisasi penerimaan PAD

Pajak Reklame merupakan komponen dari Pajak daerah. Pajak Daerah mempunyai peranan yang cukup besar dalam mengisi kas daerah. Sebagai salah satu komponen PAD, pajak daerah memiliki potensi yang sangat baik untuk dikembangkan. Oleh sebab itu pajak daerah harus dikelola secara tepat dalam rangka optimalisasi dan usaha meningkatkan perolehan Pendapatan Asli Daerah.

Semakin besar penerimaan dari pajak daerah maka semakin besar kas untuk daerah dan akan meningkatkan pendapatan asli daerah. Jika pendapatan asli daerah meningkat maka ketergantungan kepada pemerintah pusat akan berkurang sehingga pembiayaan pemerintahan dan pembangunan di daerah dapat dibiayai melalui pendapatan asli daerah.

PEMBAHASAN

Gambaran Realisasi Penerimaan Pajak Reklame dan PAD Kabupaten Ogan Ilir

Pada tabel 1 terdapat realisasi Penerimaan Pajak Reklame dan PAD dapat kita lihat selama 3 tahun (2010-2012), dimana pada tahun 2010 target Pajak Reklame Rp 200.000.00,00 terealisasi Rp 151.344.875,00. Sedangkan Pendapatan Asli Daerah Rp 10.148.583.397,67 pada tahun 2011 target Pajak Reklame Rp 200.000.00,00 terealisasi Rp 21.848.833.198,76. Sedangkan PAD Rp 34.600.445.692,37. Pada tahun 2012 target Pajak Reklame Rp 250.000.000,00 terealisasi Rp 181.940.145,00 sedangkan PAD Rp 34.600.445.692,37.

Dari hasil tabel 1 bahwa realisasi penerimaan pajak reklame selama 3 tahun masih rendah terhadap target yang ingin dicapai oleh pemerintah dalam merealisasikan penerimannya. Sementara PAD selalu mengalami peningkatan.

Kontribusi Pajak Reklame merupakan besarnya sumbangan pajak reklame terhadap total PAD. Kontribusi pajak reklame terhadap penerimaan pajak daerah dan realisasi penerimaan PAD, perbandingan antara realisasi penerimaan pajak reklame dengan realisasi penerimaan PAD akan menghasilkan seberapa besar kontribusi yang di berikan sektor pajak reklame terhadap penerimaan PAD, sehingga kemudian dapat dikaji sejauh mana tingkat efektifitas dari pemanfaatan pajak reklame tersebut.

Melalui perhitungan tingkat efektifitas pajak reklame, dapat diketahui seberapa besar realisasi penerimaan pajak reklame berhasil mencapai target yang seharusnya dicapai pada suatu periode tertentu, disamping itu perhitungan tingkat efektifitas dapat digunakan sebagai pedoman bagi pihak-pihak yang berkompeten dalam menentukan besarnya target penerimaan pajak reklame yang harus dicapai pada periode yang akan datang. Penargetan realisasi pajak reklame dimaksudkan untuk mendorong kinerja pajak reklame, dalam upaya pemerintah daerah mencapai penerimaan pajak reklame yang tinggi.

Penerimaan pajak reklame dapat dikatakan efektif apabila selisih realisasi penerimaan dan target yang dianggarkan mengalami selisih positif (lebih dari 100%) dan dinyatakan kurang atau tidak efektif apabila selisih dari realisasi dengan target yang dianggarkan mengalami selisih negatif atau kurang dari 100%, (Peraturan Daerah No 15 tahun 2010).

Perhitungan Rasio Efektifitas Pajak Reklame

Rasio Efektifitas menggambarkan kemampuan pemda dalam merealisasikan PAD yang direncanakan dibandingkan dengan target yang ditetapkan berdasarkan potensi di daerah, (Halim, 2007 : 234).
Rumus dari rasio efektifitas :

$$\text{Rasio Efektifitas} = \frac{\text{Realisasi penerimaan PAD (pajak reklame)}}{\text{Target penerimaan PAD yang ditetapkan Berdasarkan potensi}} \times 100\%$$

Kemampuan daerah dalam menjalankan tugas dikategorikan efektif apabila rasio yang ingin dicapai minimal 100 persen. Apabila rasio efektifitas yang dicapai mencapai minimal sebesar 100 persen atau semakin tinggi rasio efektifitas, maka kemampuan daerah pun semakin baik. Penerimaan pajak dapat dikatakan efektif apabila realisasi penerimaan pajak lebih besar dari target penerimaan PAD yang ditetapkan berdasarkan potensi.

Berdasarkan Perda No 15 tahun 2010 Kabupaten Ogan Ilir, maka kriteria pengukuran efektifitas yang dilakukan yaitu :

1. Hasil perbandingan tingkat pencapaian diatas 100% berarti sangat efektif
2. Hasil perbandingan tingkat pencapaian 100% berarti efektif
3. Hasil perbandingan tingkat pencapaian dibawah 100% berarti tidak efektif

Rasio efektifitas penerimaan pajak reklame Dispenda kabupaten Ogan Ilir tahun 2010-2012 dapat dilihat pada tabel 3.

TABEL 3
Hasil Rasio Efektifitas Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Tahun 2010-2012

Tahun	Target	Realisasi	Efektifitas (%)
2010	200.000.000	151.344.876,00	75,67%
2011	200.000.000	159.830.750,00	79,92%
2012	250.000.000	181.940.145,00	72,78%

Sumber Data : Data yang diolah, 2013

1. Tahun 2010

$$\text{Rasio Efektifitas} = \frac{\text{Rp } 151.344.876,00}{\text{Rp } 200.000.000,00} \times 100\%$$

$$\text{Rasio Efektifitas} = 75,67\%$$

Dari hasil perhitungan diatas diperoleh tingkat efektifitas Penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Ogan Ilir tahun 2010 adalah 65,76%. Hasil ini menunjukkan bahwa hasil Penerimaan pajak reklame tahun 2010 tidak efektif.

2. Tahun 2011

$$\text{Rasio Efektifitas} = \frac{\text{Rp } 159.830.750,00}{\text{Rp } 200.000.000,00} \times 100\%$$

$$\text{Rasio Efektifitas} = 79,92\%$$

Dari hasil perhitungan diatas diperoleh tingkat efektifitas Penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Ogan Ilir tahun 2011 adalah 79,92%. Hasil ini menunjukkan bahwa hasil penerimaan pajak reklame tahun 2011 tidak efektif.

3. Tahun 2012

$$\text{Rasio Efektifitas} = \frac{\text{Rp } 181.940.145,00}{\text{Rp } 250.000.000,00} \times 100\%$$

$$\text{Rasio Efektifitas} = 72,78\%$$

Dari hasil perhitungan diatas diperoleh tingkat efektifitas Penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Ogan Ilir tahun 2011 adalah 72,78%. Hasil ini menunjukkan bahwa hasil penerimaan pajak reklame tahun 2012 tidak efektif.

Perhitungan Rasio Kontribusi Pajak Reklame

Menurut Halim (2004 :163) untuk menghitung kontribusi dan penerimaan objek pajak daerah dan

sumbangannya terhadap PAD maka digunakan formula sebagai berikut :

Rumus :

$$\text{Rasio Kontribusi} = \frac{\text{Jumlah Pajak Daerah (pajak reklame)}}{\text{Jumlah PAD (Tahun yang sama)}} \times 100\%$$

Tabel 4 menunjukkan rasio kontribusi penerimaan pajak reklame dan total PAD tahun 2010-2012 yang telah dicapai Dispenda kabupaten Ogan Ilir.

TABEL 4
Hasil Rasio Kontribusi
Penerimaan Pajak Reklame dan Total PAD
Tahun 2010-2012

Tahun	Realisasi	PAD	Kontribusi (%)
2010	151.344.876,00	10.148.583.397,67	1,49%
2011	159.830.750,00	21.848.833.198,76	0,73%
2012	181.940.145,00	34.600.445.692,37	0,52%

Sumber Data : Data yang diolah, 2013

1. Tahun 2010

$$\text{Rasio Kontribusi} = \frac{\text{Rp } 151.344.876,00}{\text{Rp } 10.148.583.397,67} \times 100\%$$

Rasio Kontribusi = 1,49%

Dari hasil perhitungan diatas diperoleh tingkat kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap PAD di Kabupaten Ogan Ilir tahun 2010 adalah 1,491%

2. Tahun 2011

$$\text{Rasio Kontribusi} = \frac{\text{Rp } 159.830.750,00}{\text{Rp } 21.848.833.198,76} \times 100\%$$

Rasio Kontribusi = 0,73%

Dari hasil perhitungan tersebut diperoleh tingkat kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah (PAD) di Kabupaten Ogan Ilir tahun 2011 adalah 0,73%

3. Tahun 2012

$$\text{Rasio Kontribusi} = \frac{\text{Rp } 181.940.145,00}{\text{Rp } 34.600.445.692,37} \times 100\%$$

Rasio Kontribusi = 0,52%

Dari hasil perhitungan tersebut diperoleh tingkat kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah (PAD) di Kabupaten Ogan Ilir tahun 2012 adalah 0,52%.

Berdasarkan hasil perhitungan rasio efektifitas dan rasio kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah selama 3 tahun 2010-2012 (sampel) maka dapat ditunjukkan sebagaimana pada tabel 5.

TABEL 5
Rasio Efektifitas dan Kontribusi
Penerimaan Pajak Reklame Terhadap
Pendapatan Asli Daerah
Tahun 2010-2012

Tahun	Rasio Efektifitas		Rasio Kontribusi
	Efektifitas (%)	Kriteria	
2010	76,67 %	Tidak Efektif	1,49%
2011	79,92 %	Tidak Efektif	0,73%
2012	72,78 %	Tidak Efektif	0,52%

Sumbr data : Data yang diolah, 2013

Rasio efektifitas dihitung dengan cara membandingkan antara realisasi penerimaan dengan target realisasi penerimaan pada tahun yang sama, untuk mengetahui efektif atau tidak pada penerimaan pada suatu tahun. Adapun kriteria efektifitas penerimaan pajak reklame didasarkan pada persentase yang diperoleh, yaitu apabila mencapai 100% berarti sangat efektif, diatas 100% maka efektif dan dibawah 100% tidak efektif.

Pada tabel 5 hasil perhitungan rasio efektifitas menunjukkan bahwa pada tahun 2010 sebesar 75,67% yang menunjukkan bahwa penerimaan tidak efektif pada tahun 2011 sebesar 79,92% berarti tidak efektif dan pada tahun 2012 sebesar 72,78% berarti tidak efektif dan sangat menurun

dibandingkan dengan tahun sebelum-sebelumnya.

Rasio kontribusi dihitung dengan cara membandingkan antara penerimaan pajak reklame dengan total penerimaan pendapatan asli daerah pada tahun yang sama, untuk mengetahui seberapa besar kontribusi yang diberikan penerimaan dari pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah. Berdasarkan pada tabel 4.5 bahwa pada tahun 2010 kontribusi yang diberikan sebesar 1,49% pada tahun 2011 sebesar 0,73%, dan pada tahun 2012 sebesar 0,52%. Berdasarkan hasil kontribusi pajak reklame selama 3 tahun (2010-2012) menunjukkan bahwa kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap PAD masih rendah. Dengan cara membandingkannya dengan jumlah pajak daerah yang dipungut oleh DISPENDA Kabupaten Ogan Ilir. Rata-rata penerimaan pajak reklame harus mencapai 10% agar kontribusi pajak reklame bisa dianggap besar.

Upaya-upaya untuk meningkatkan penerimaan PAD di Kabupaten Ogan Ilir

Dalam upaya meningkatkan penerimaan PAD. Kabupaten Ogan Ilir melakukan upaya intensifikasi dan ekstensifikasi Pendapatan Asli Daerah sehingga berdampak positif pada pembangunan daerah. Upaya-upaya intensifikasi PAD yang perlu dilakukan pemerintah daerah melalui Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Ogan Ilir yaitu;

- a. Evaluasi sumber-sumber pajak daerah dan retribusi daerah. Evaluasi sumber-sumber pajak daerah dan retribusi daerah menurut pegawai kantor Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Ogan Ilir itu ada dua cara yang dilakukan dalam pelaksanaannya yaitu:

1) Diadakan rapat koordinasi (RAKOR)

Diadakan rapat koordinasi ini dimaksudkan untuk semua bagian-bagian baik dibidang pajak daerah maupun retribusi daerah ini semua permasalahannya dibahas pada rapat koordinasi ini. Dimana pada rapat ini menghadiri yaitu Bupati Ogan Ilir, Asisten I, Asisten II, Asisten III, Inspektorat, Kepala Dinas, serta camat se-Kabupaten Ogan Ilir yang dilakukan di ruang rapat Dispenda, para pengelola baik dari pajak daerah maupun retribusi daerah itu sendiri yang membahas permasalahan yang ada.

Adapun inti dari rapat koordinasi ini yaitu:

- a. Dapat mengetahui realisasi yang dicapai terhadap target yang ditetapkan.
- b. Dapat diketahui pos-pos penerimaan pajak daerah dan retribusi daerah di sejumlah dinas yang bervariasi, ada yang melampaui target dan ada yang tidak mencapai target.
- c. Dibuat surat dan dilayangkan ke dinas-dinas terkait untuk belum terpenuhinya target penerimaan di setiap dinas yang berwenang untuk melakukan penarikan.

2) Diadakan Supervisi Mendadak (SIDAK)

Supervisi Mendadak ini dilakukan oleh pejabat setempat yang berwenang di bidangnya yang bertujuan untuk melihat realita yang terjadi di lapangan sehingga

- dapat terlihat jika ada yang melakukan penyalahgunaan terhadap pekerjaan dan jabatan, serta dapat melihat secara langsung objek pajak tersebut.
- b. Peningkatan Sumber Daya Manusia pengelolaan PAD
Upaya untuk meningkatkan sumber daya aparatur dinas pendapatan dan dinas terkait diantaranya melakukan bimbingan teknis implementasi peraturan perundang-undangan, dan studi banding pajak daerah dan retribusi daerah . Aparatur dinas pendapatan dan dinas terkait
 - c. Peningkatan dan pengembangan keuangan daerah melalui kegiatan operasional Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD) I, II, III, IV, V, dan UPTD VI, pemuktahiran data wajib pajak daerah, serta validasi data objek dan subjek pajak daerah
 - d. Meningkatkan penyuluhan kepada masyarakat untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat untuk membayar pajak daerah dan retribusi daerah.
Sedangkan upaya ekstensifikasi PAD, yang perlu dilakukan pemerintah daerah melalui Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Ogan Ilir diantaranya menjadikan Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) sebagai pajak daerah. Menjadikan PBB sebagai pajak daerah merupakan langkah yang cukup baik, karena :
 - a. Pemungutan PBB cukup adil, yaitu yang memiliki tanah dan bangunan yang bernilai tinggi akan dikenakan pajak yang tinggi pul. Dengan lebar dan luasnya suatu bangunan maka semakin besar pula pajak

yang dikenakan sehingga, keadilan pada pemungutan PBB tersebut cukup adil.

- b. Pemungutan PBB tidak terlalu besar terhadap harga-harga sehingga tidak mengganggu jalannya perekonomian seperti harga pasar, harga konsumsi, biaya transportasi, dan biaya lainnya.
- c. Objek PBB tidak berpindah-pindah sehingga objek pajak tersebut tidak bisa di sembunyikan.

Berdasarkan Perda Nomor 15 tahun 2010, pajak reklame merupakan pajak atas semua penyelenggaraan reklame, penerimaan pajak reklame merupakan pajak yang dipungut atas penyelenggaraan reklame berupa reklame megatron, billboard, videotron, reklame kain, reklame udara, reklame apung, reklame suara, reklame peragaan, dan reklame selebaran.

Masih kurang efektif dan rendahnya kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah Kabupaten Ogan Ilir disebabkan kurangnya tenaga lapangan yang mengawasi pelaksanaan pajak reklame dan adanya kesulitan untuk menghubungi wajib pajak reklame yang berdomisili diluar kabupaten. Kontribusi penerimaan pajak reklame dibandingkan penerimaan 10 macam penerimaan pajak daerah yang lain terhadap pendapatan asli daerah Kabupaten Ogan Ilir termasuk yang paling rendah.

Berdasarkan kajian yang terdahulu, Darul Qutni (2011) dengan judul Analisis Kontribusi Pajak Daerah dalam Upaya Meningkatkan Penerimaan PAD di Kabupaten Ogan Ilir. Hasil penelitiannya menunjukkan secara umum kontribusi pajak daerah dalam meningkatkan PAD di kabupaten Ogan Ilir belum

efektif dan optimalnya pemerintah daerah dalam melakukan pemungutan pajak daerah.

Pada penelitian ini menunjukkan bahwa pajak reklame belum memberikan kontribusi sesuai dengan diharapkan (yang ditargetkan), berdasarkan data perhitungan pajak reklame tahun 2010-2012. Tingkat capaian efektifitas sebesar 76,67 %, 79,92 %, 72,78 % dan hasil kontribusi sebesar 1,49%, 0,73% dan 0,52%.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini dimaksud untuk menganalisis efektifitas dan kontribusi pajak reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Ogan Ilir. Dari hasil analisis (bab IV) yang dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Rasio efektifitas penerimaan pajak reklame tahun 2010-2012 sangat tidak efektif. Pada tahun 2010 sebesar 76,67%, tahun 2011 sebesar 79,92% dan tahun 2012 sebesar 72,78%. Dengan kata lain persentase paling terendah yaitu tahun 2012 sebesar 72,78%. Hasil ini menunjukkan bahwa target yang direalisasikan oleh pemerintah belum tercapai sesuai dengan hasil yang diinginkan.
2. Rasio kontribusi penerimaan pajak reklame tahun 2010-2012 yang paling tinggi adalah tahun 2011, dengan kontribusi yang diberikan untuk Pendapatan Asli Daerah (PAD) sebesar 1,49%. Kontribusi penerimaan terendah yang diberikan adalah tahun 2012 sebesar 0,52%. Hasil ini menunjukkan kontribusi penerimaan pajak reklame masih rendah.

Saran

Berdasarkan kesimpulan, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai pertimbangan dalam menentukan kebijakan bagi pemerintah sehubungan dengan penerimaan pajak reklame yaitu :

1. Untuk meningkatkan penerimaan pajak reklame, maka pemerintah daerah dalam hal ini Dipenda, sebaiknya Dipenda kabupaten Ogan Ilir sebagai fasilitator dapat meningkatkan pelayanan dan sosialisasi mengenai pajak reklame di kabupaten Ogan Ilir.
2. Sebaiknya, Dipenda menambah objek pajak reklame sesuai lokasi penempatan reklame yang mengacu pada perda setempat

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Gunadi, 2012, Analisis penerimaan pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah kota Palembang, Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Palembang, (Tidak Dipublikasikan).
- Agoes, Sukrisnodan Estranita trisnawati, 2007, *Akuntansi Perpajakan*. Salemba Empat, Jakarta
- Bungin, HM, 2005, *Metode Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, Edisi Pertama, cetakan Kedua, Prenada Media Group, Jakarta.
- Darul Qutni, 2011, Analisis kontribusi pajak daerah dalam upaya meningkatkan penerimaan pendapatan asli daerah (PAD) di kabupaten ogan ilir, Skripsi Universitas Muhammadiyah Palembang, (Tidak Dipublikasikan).

- Fakultas Ekonomi UPGRI,
2012, *Pedoman penulisan
Skripsi Fakultas Ekonomi*
Universitas PGRI, Fakultas Ekonomi
Universitas PGRI, Palembang.
- Halim, Abdul, 2004, *Manajemen
Keuangan Daerah*, edisi revisi,
(UPP) AMP YKPAN, Yogyakarta
- Mahmudi, 2010, *Manajemen
Keuangan Daerah*, Erlangga,
Jakarta.
- Nordiawan, Deddi, 2008. *Akuntansi
Pemerintahan*, Salemba Empat,
Jakarta.
- Peraturan Daerah nomor 15 tahun
2010, *tentang Pajak Daerah*,
kabupaten Ogan Ilir.
- Peraturan Pemerintah nomor 71 tahun
2010, *tentang Standar
Akuntansi Pemerintahan*.
- Purwono, Herry, 2010, *Dasar-Dasar
Perpajakan dan Akuntansi
Pajak*, Erlangga, jakarta.
- Rahman, Abdul, 2010, *Panduan
Pelaksanaan Administrasi
Perpajakan untuk Karyawan
Pelaku Bisnis dan Perusahaan*,
Edisi : Pertama, Nuansa,
Jakarta.
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian dan
Bisnis*. Salemba Empat, Jakarta.
- Undang-Undang RI Nomor 28 Tahun
2009. *Pajak Daerah dan
Retribusi Daerah*,
Edisi, 2011, Fokusmedia.