

## Analisis Kontribusi Pajak Parkir dan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Pada Kantor Badan Pendapatan Daerah Kota Palembang

Mona Agustina<sup>1</sup>, Mohammad Aryo Arifin<sup>2</sup>, Andri Eko Putra<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang, [monaagustina0308@gmail.com](mailto:monaagustina0308@gmail.com)

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang, [aryo.83arifin@gmail.com](mailto:aryo.83arifin@gmail.com)

<sup>3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang, [ekoa4378@gmail.com](mailto:ekoa4378@gmail.com)

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the contribution of parking tax and advertisement tax to the Local Own-Source Revenue (PAD) of Palembang City during the period of 2019 to 2023. Parking tax and advertisement tax are types of regional taxes that hold significant potential in supporting local fiscal independence. The research method used is descriptive qualitative, with data collection techniques including documentation, observation and interviews. The data analyzed consist of the targets and actual realizations of parking and advertisement tax revenues, as well as the overall PAD of Palembang City. The results show that the contribution of both parking and advertisement taxes to Palembang's PAD is categorized as very low, with annual contribution percentages consistently below 5%. Parking tax demonstrated a stable and increasing trend after the COVID-19 pandemic, with actual revenues exceeding targets consistently since 2021. In contrast, advertisement tax showed significant fluctuations, influenced by trends in digital advertising, weak supervision, and low taxpayer awareness.*

*The main obstacles to optimizing the contribution of these taxes include low taxpayer compliance, limited human resources for field supervision, and underutilized digital tax systems. Nevertheless, the Regional Revenue Agency (Bapenda) of Palembang has implemented several strategic efforts such as intensified supervision and the issuance of tax notices. The study recommends improving taxpayer education, enhancing digital tax systems, and strengthening regulations to better harness the potential of parking and advertisement taxes in increasing the city's PAD.*

**Keywords:** Parking Tax, Advertisement Tax, Local Own-Source Revenue, Contribution.

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kontribusi pajak parkir dan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Palembang selama periode tahun 2019 hingga 2023. Pajak parkir dan pajak reklame merupakan jenis pajak daerah yang potensial dalam mendukung kemandirian fiskal pemerintah daerah. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui dokumentasi, observasi, dan wawancara. Data yang dianalisis mencakup target dan realisasi penerimaan pajak parkir, pajak reklame, serta PAD Kota Palembang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kontribusi pajak parkir dan pajak reklame terhadap PAD Kota Palembang tergolong sangat kurang, dengan persentase kontribusi masing-masing jenis pajak selalu berada di bawah 5% setiap tahunnya. Pajak parkir menunjukkan tren yang stabil dan cenderung meningkat pasca pandemi COVID-19, dengan capaian realisasi yang konsisten melebihi target sejak tahun 2021. Sebaliknya, pajak reklame mengalami fluktuasi yang signifikan, dipengaruhi oleh tren digitalisasi promosi, lemahnya pengawasan, serta rendahnya kesadaran wajib pajak.

Kendala utama dalam optimalisasi kontribusi kedua pajak ini adalah rendahnya kepatuhan wajib pajak, keterbatasan sumber daya pengawasan, serta belum maksimalnya digitalisasi sistem perpajakan. Meskipun demikian, Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Kota Palembang telah melakukan berbagai upaya strategis seperti intensifikasi pengawasan dan penerbitan surat pemberitahuan. Penelitian ini menyarankan perlunya peningkatan edukasi kepada wajib pajak, digitalisasi sistem pemungutan, dan penguatan regulasi agar potensi pajak parkir dan reklame dapat dimanfaatkan secara optimal dalam meningkatkan PAD Kota Palembang.

**Kata kunci:** Pajak Parkir, Pajak Reklame, Pendapatan Asli Daerah, Kontribusi.



## A. PENDAHULUAN

Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah sumber pendapatan yang diperoleh oleh pemerintah daerah dari kekayaan dan potensi daerah itu sendiri. PAD merupakan salah satu komponen penting dalam pembiayaan anggaran daerah dan digunakan untuk menadani berbagai kegiatan pembangunan dan pelayanan publik sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat di daerah tersebut ( Mardiasmo, 2019).

Badan Pendapatan Daerah ( BAPENDA) bertugas mengurus dan memastikan pemasukan daerah berjalan dengan baik. Pemasukan daerah yang paling besar berasal dari pajak dan retribusi. Pajak daerah sangat membantu dalam menambah pendapatan pemerintah daerah. Pajak daerah mencakup berbagai jenis, seperti pajak hotel, restoran, hiburan, penerangan jalan, air tanah, sarang burung walet, pajak tanah dan bangunan, serta pajak parkir dan reklame (Direktorat Jenderal Perimbangan Keuangan, 2019).

Di Kota Palembang, pajak parkir dan reklame menjadi bagian dari penerimaan daerah yang memiliki potensi besar untuk mendukung PAD. Pajak parkir ini dikenakan atas kegiatan penyediaan tempat parkir baik di fasilitas umum maupun swasta, menjadi salah satu sumber penerimaan yang semakin relevan seiring dengan meningkatnya jumlah kendaraan dan kebutuhan akan fasilitas parkir. Sementara itu, pajak reklame dikenakan atas penggunaan media reklame untuk promosi dan iklan yang memiliki kontribusi signifikan karena tingginya aktivitas ekonomi dan bisnis di kota Palembang yang dapat dilihat dari banyaknya reklame di pinggir jalan. Kedua jenis pajak ini digunakan untuk mengatur dan mengendalikan pembangunan dan pelayanan publik di tingkat daerah. Oleh karena itu, pajak parkir dan pajak reklame diharapkan dapat meningkatkan pendapatan daerah.

**Tabel Target dan Realisasi Pajak Parkir dan Pajak Reklame Kota Palembang**

No	Jenis Pajak	Tahun Anggaran	Target (Rp)	Realisasi (Rp)
1	Pajak Parkir	2019	34.000.000.000	34.051.580.953
		2020	24.000.000.000	17.247.731.610
2	Pajak Reklame	2019	20.000.000.000	19.561.159.386
		2020	30.000.000.000	18.307.596.568

**Sumber : BAPENDA Kota Palembang 2019-2020**

Berdasarkan tabel pada periode tahun 2019 hingga 2020, penerimaan Pajak Parkir di Kota Palembang menunjukkan tren yang relatif stabil dengan kecenderungan capaian yang cukup baik. Pada tahun 2019, realisasi pajak parkir tercatat sebesar Rp34.051.580.953 dari target Rp34.000.000.000, mencerminkan pelaksanaan yang sangat mendekati rencana awal. Namun, kondisi berubah pada tahun 2020, di mana realisasi anjlok menjadi Rp17.247.731.610 dari target sebesar Rp24.000.000.000. Penurunan ini kemungkinan besar merupakan dampak dari pembatasan aktivitas masyarakat akibat COVID-19.

Penerimaan Pajak Reklame Kota Palembang mengalami fluktuasi yang cukup signifikan antara target dan realisasi. Pada tahun 2019, realisasi pajak reklame sebesar Rp19.561.159.386 dari target Rp20.000.000.000, menunjukkan bahwa capaian hampir menyentuh target yang ditetapkan. Namun pada tahun 2020, terjadi penurunan tajam dalam realisasi, yaitu hanya sebesar Rp18.307.596.568 dari target Rp30.000.000.000. Penurunan ini sangat mungkin dipengaruhi oleh COVID-19 yang

menimbulkan efek besar terhadap sektor usaha dan aktivitas reklame di kota tersebut.

Realisasi penerimaan pajak parkir di Kota Palembang selama ini mampu melampaui target yang ditetapkan, meski grafiknya fluktuatif. Sedangkan realisasi penerimaan pajak reklame juga umumnya setiap tahun mengalami peningkatan meskipun beberapa tahun belum mampu melampaui target. Dalam hal penerapan pajak daerah khususnya pajak parkir dan reklame, Badan Pendapatan Daerah Kota Palembang telah melaksanakannya dengan baik. Meskipun realisasi penerimaan pajak parkir dan pajak reklame pada Tahun 2020 mengalami penurunan yang signifikan. Hal tersebut merupakan salah satu dampak dari pelemahan ekonomi saat terjadinya pandemi Covid-19.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Kantor Badan Pendapatan Daerah Kota Palembang, pendapatan pajak parkir dan pajak reklame pada tahun-tahun sebelumnya masih relatif kecil dibandingkan dengan pendapatan daerah lainnya. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis untuk mengetahui kontribusi pajak parkir dan pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah pada Kantor Badan Pendapatan Daerah Kota Palembang sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pajak parkir dan pajak reklame Tahun 2019 sampai dengan Tahun 2023. Maka dalam Penelitian ini penulis tertarik untuk mengambil judul : ANALISIS KONTRIBUSI PAJAK PARKIR DAN PAJAK REKLAME TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH PADA KANTOR BADAN PENDAPATAN DAERAH KOTA PALEMBANG.

## **B. KAJIAN TEORI**

### **Pengertian Pajak**

Pajak adalah sumber pendapatan negara yang dibayar oleh wajib pajak kepada negara sesuai dengan ketentuan undang-undang yang bersifat wajib dan digunakan untuk kesejahteraan masyarakat (Aji & Wulandari, 2022).

Perpajakan merupakan sumber pendapatan utama bagi suatu wilayah Yang dialokasikan untuk menutupi biaya umum terkait pelaksanaan tugas negara dalam menjalankan pemerintahan (Andriani & Kumala, 2022).

### **Pengertian Pajak Parkir**

Pajak parkir adalah pajak yang dikenakan oleh pemerintah daerah kepada pihak yang menyelenggarakan tempat parkir. Pajak ini biasanya dibayar oleh pemilik atau pengelola tempat parkir, baik itu parkir di tempat umum maupun parkir yang disediakan oleh perorangan atau badan usaha (Mardiasmo, 2023).

Pajak parkir dikenakan atas penyelenggaran tempat parkir diluar badan oleh orang pribadi atau badan, baik yang yang disediakan berkaitan dengan pokok usaha maupun yang disediakan sebagai suatu usaha, termasuk penyediaan tempat penitipan kendaraan bermotor dan garansi kendaraan yang memungut bayaran (Kamroellah, 2021).

### **Definisi Pajak Reklame**

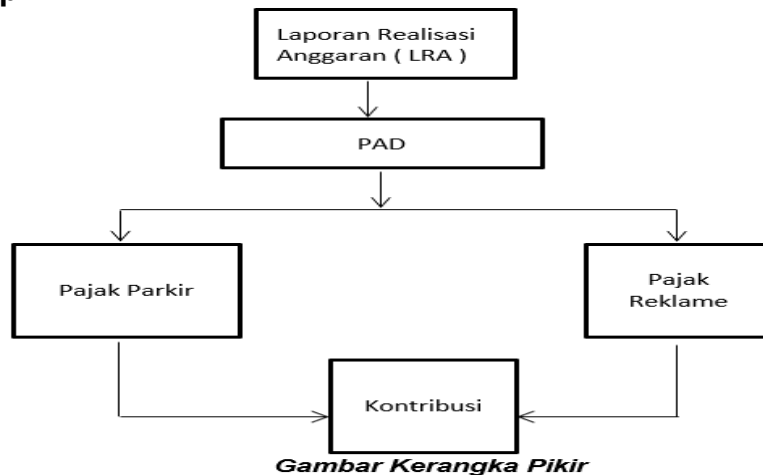
Pengertian reklame menurut Peraturan Daerah Nomor 14 Tahun 2018 tentang Tata Cara Perizinan Reklame menyatakan bahwa, Reklame adalah segala benda, alat, perbuatan, atau media yang secara bentuk dan corak beragam dipakai untuk tujuan bisnis, seperti memperkenalkan, menganjurkan, atau memuji barang, jasa, atau orang, serta menarik perhatian masyarakat umum.



Pajak reklame adalah pajak yang dikenakan atas penyelenggaraan reklame itu sendiri. Pajak reklame termasuk dalam kategori pajak langsung yang dilaksanakan berdasarkan peraturan daerah yang berlaku dan dikelola oleh pemerintah daerah (Abu, 2023).

Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. 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.

**Kerangka Berpikir**



*Gambar Kerangka Pikir*

**C. METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini digunakan metode kualitatif dengan fokus pada deskripsi data secara sistematis, yaitu menggambarkan atau memberikan penjelasan mengenai kondisi yang ada (Sugiyono 2022:80) khususnya mengenai besarnya PAD Kota Palembang meningkat melalui kontribusi pajak parkir dan reklame. Penelitian dilakukan langsung di kantor Badan Pendapatan Daerah Kota Palembang. Beralamat di Jl. Merdeka No 21 Palembang, Provinsi Sumatera Selatan. 30131. Penelitian ini berlangsung selama tiga bulan, terhitung sejak 22 Januari hingga 22 April 2025. Populasi yang digunakan peneliti adalah laporan realisasi APBD berupa pajak parkir dan pajak reklame Kota Palembang. Sampel yang digunakan peneliti yaitu sampel berupa data target dan realisasi pajak parkir dan pajak reklame serta data realiasi PAD Bapenda Kota Palembang tahun 2019-2023 ( Sugiyono 2022:80). Sumber yang digunakan peneliti melalui dokumen terdahulu atau melalui orang lain. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Data Sekunder. Teknik Pengumpulan data yang digunakan berupa observasi, wawancara dan dokumentasi.

**D. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Target dan realisasi Pajak Parkir Pajak Reklame, dan Pad Kota Palembang**

**Tabel Target dan Realisasi Pajak Parkir Kota Palembang (2019–2023)**

Tahun	Target (Rp)	Realisasi (Rp)
2019	34.000.000.000	34.051.580.953
2020	24.000.000.000	17.247.731.610
2021	16.000.000.000	17.684.098.185
2022	24.500.000.000	24.983.066.084
2023	26.000.000.000	27.543.557.803

Tabel menunjukkan data Target dan pencapaian pengumpulan pajak atas layanan parkir Kota Palembang selama lima tahun terakhir. Pada tahun 2019, target pajak parkir sebesar Rp34.000.000.000 berhasil terealisasi sebesar Rp34.051.580.953 Artinya, capaian tahun tersebut sesuai bahkan sedikit melebihi target. Namun pada tahun 2020, terjadi penurunan signifikan dalam capaian pajak parkir yaitu dari target Rp24.000.000.000. Kemerosotan tersebut diperkirakan disebabkan oleh dampak pandemi virus corona yang mengurangi mobilitas masyarakat serta pemanfaatan fasilitas parkir.

Mulai tahun 2021, kinerja penerimaan pajak parkir mulai pulih. Realisasi tahun 2021 mencapai Rp17.684.098.185 dari target Rp16.000.000.000. Tren positif ini berlanjut pada tahun 2022 dan 2023, masing-masing dengan capaian ini menunjukkan bahwa pengelolaan pajak parkir mulai membaik dan lebih efektif.

**Tabel Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Kota Palembang (2019–2023)**

Tahun	Target (Rp)	Realisasi (Rp)
2019	20.000.000.000	19.561.159.386
2020	30.000.000.000	18.307.596.568
2021	18.000.000.000	22.938.852.522
2022	30.000.000.000	26.971.159.150
2023	29.000.000.000	24.607.961.466

**Sumber: Data diolah 2025**

Tabel menyajikan data Rencana dan capaian pengumpulan pajak reklame selama periode 2019–2023. Pada tahun 2019, target sebesar Rp20.000.000.000 hampir tercapai sepenuhnya, dengan realisasi Rp19.561.159.386. Pada tahun 2020, terjadi penurunan tajam capaian realisasi dari target Rp30.000.000.000. Hal ini juga dipengaruhi oleh pandemi yang menyebabkan berkurangnya kegiatan usaha dan pemasangan reklame.

Pada tahun 2021, capaian mengalami peningkatan drastis hingga mencapai melampaui target Rp18.000.000.000. Hal ini mencerminkan keberhasilan strategi intensifikasi pemungutan pajak atau peningkatan kepatuhan wajib pajak.

Namun pada tahun 2022, capaian kembali menurun menjadi dari target Rp30.000.000.000. Penurunan ini kemungkinan disebabkan oleh perubahan pola promosi perusahaan yang mulai beralih ke media digital dan juga keterbatasan dalam pengawasan lapangan.

Selama 2023, Pemerintah Kota Palembang menetapkan rencana penerimaan pajak reklame sebesar Rp29.000.000.000. Namun, Capaian pendapatan yang berhasil dicapai hanya sebesar Rp24.607.961.466.

**Tabel Target dan Realisasi Penerimaan Pendapatan Asli Daerah Kota Palembang (2019–2023)**

Tahun	Target (Rp)	Realisasi (Rp)
2019	1.657.808.205.237.47	1.081.114.690.858.43
2020	1.428.543.374.447.70	1.032.720.987.939.99
2021	1.394.458.057.851.12	1.158.871.191.669.00
2022	1.378.043.447.262.00	1.408.723.442.113,31
2023	1.445.963.304.981.00	1.442.610.634.334.96

**Sumber : Badan Pendapatan Keuangan Aset Daerah 2025**

Tabel memperlihatkan bahwa penerimaan PAD di tahun 2019 dan 2020 tidak



sesuai target yang ditetapkan. Realisasi tahun 2019 sebesar Rp1.081.114.690.858,43 sedangkan tahun 2020 turun menjadi Rp1.032.720.987.939,99. Pada tahun 2021 dan 2022, penerimaan mengalami pertumbuhan. Dimana tahun 2021 realisasi penerimaan sebesar 1.158.871.191.669,00 dan untuk tahun 2022 mengalami peningkatan sebesar 1.408.723.442.113,31 Selanjutnya untuk tahun 2023 mengalami penurunan sebesar 1.442.610.634.334,96.

### Perhitungan Kontribusi Pajak Parkir terhadap PAD Kota Palembang

**Tabel Persentase Kontribusi Pajak Parkir terhadap PAD (2019–2023)**

Tahun	PAD (Rp)	Pajak Parkir (Rp)	Kontribusi (%)
2019	1.657.808.205.237.47	34.051.580.953	3,14
2020	1.428.543.374.447.70	17.247.731.610	2,67
2021	1.394.458.057.851.12	17.684.098.185	2,52
2022	1.378.043.447.262.00	24.983.066.084	2,87
2023	1.445.963.304.981.00	27.543.557.803	2,90

*Sumber : Data diolah, 2025*

### Tabel Kriteria Nilai Kontribusi Pajak Parkir dan PAD Tahun 2019-2023

Tahun	Kontribusi (%)	Kriteria
2019	3,14	Sangat Kurang
2020	2,67	Sangat Kurang
2021	2,52	Sangat Kurang
2022	2,87	Sangat Kurang
2023	2,90	Sangat Kurang

*Sumber : Data diolah, 2025*

### Perhitungan Kontribusi Pajak Reklame terhadap PAD Kota Palembang

**Persentase Kontribusi Pajak Reklame terhadap PAD (2019–2023)**

Tahun	PAD (Rp)	Pajak Reklame (Rp)	Kontribusi (%)
2019	1.657.808.205.237.47	19.561.159.386	2,80
2020	1.428.543.374.447.70	18.307.596.568	2,77
2021	1.394.458.057.851.12	22.938.852.522	3,01
2022	1.378.043.447.262.00	26.971.159.150	2,85
2023	1.445.963.304.981.00	24.607.961.466	2,60

*Sumber: Data diolah (2025)*

### Pembahasan

#### Tren Kontribusi Pajak Parkir

Peran pajak parkir dalam pendapatan asli daerah Kota Palembang mengalami fluktuasi. Tahun 2019 memberikan kontribusi tertinggi sebesar 3,14%, lalu mengalami penurunan di tahun 2020 menjadi 2,67%. Situasi ini kemungkinan muncul karena efek dari wabah COVID-19 yang menurunkan aktivitas masyarakat dan penggunaan fasilitas parkir. Namun, pada tahun 2021, kontribusi kembali penurunan menjadi 2,52%, pada tahun 2022 dan 2023 mengalami kenaikan sebesar 2,87% dan 2,90%.

Secara umum, Peranan pajak parkir dalam total PAD masih tergolong rendah (di bawah 2%). Situasi ini menunjukkan bahwa potensi pajak parkir belum tergali secara efektif. Diperlukan strategi intensifikasi dan ekstensifikasi pajak parkir,

termasuk penertiban parkir liar dan digitalisasi sistem pembayaran parkir.

### **Tren Kontribusi Pajak Reklame**

Pajak reklame juga menunjukkan penurunan kontribusi dari tahun ke tahun. Kontribusi tahun 2019 sebesar 2,80%, Kontribusi pada tahun 2020 sebesar 2,77%, lalu menjadi 3,01% pada tahun 2021 dan 2,85% pada tahun 2022 serta 2,60% pada tahun 2023. Penurunan ini dapat disebabkan oleh berkurangnya minat pelaku usaha untuk beriklan secara konvensional (offline), seiring berkembangnya media digital sebagai sarana promosi alternatif.

Kondisi ini mengindikasikan perlunya Bapenda melakukan penyesuaian kebijakan, seperti pembaruan tarif, zonasi, dan sistem pengawasan reklame digital yang belum banyak terjangkau regulasi.

### **Perbandingan Kontribusi Pajak Parkir dan Pajak Reklame**

Dari ketiga tahun tersebut, pajak reklame selalu memberikan kontribusi lebih tinggi dibandingkan pajak parkir. Hal ini mencerminkan bahwa meskipun sama-sama termasuk pajak daerah, potensi dan realisasi dari masing-masing objek pajak sangat dipengaruhi oleh dinamika ekonomi serta strategi penarikan dan pengawasan yang diterapkan.

Maka dari itu, pemerintah daerah perlu merumuskan kebijakan yang dapat mendorong peningkatan kontribusi kedua jenis pajak tersebut dengan tetap memperhatikan prinsip keadilan dan efisiensi.

Penelitian ini mengkaji Andil pajak parkir dan pajak reklame pada pendapatan asli daerah Kota Palembang dalam kurun waktu 2019–2023. Untuk memperkuat validitas dan konteks temuan, penting untuk membandingkan hasil Kajian ini dikaitkan dengan riset terdahulu yang memiliki topik, pendekatan, atau objek yang serupa. Salah satu penelitian yang relevan adalah penelitian Rizky et al. (2024). Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa Pemerintah Kabupaten Malang masih menghadapi tantangan besar dalam meningkatkan efektivitas pemungutan pajak reklame, seperti rendahnya kesadaran wajib pajak, kurangnya pengawasan, serta ketidakakuratan data reklame. Hal ini sejalan dengan temuan dalam penelitian di Kota Palembang, di mana Bapenda juga menghadapi hambatan dalam hal kepatuhan wajib pajak dan keterbatasan pengawasan. Dengan demikian, kedua penelitian menunjukkan bahwa permasalahan utama pada pajak reklame umumnya berkaitan dengan sisi administratif dan perilaku wajib pajak, serta lemahnya pemanfaatan teknologi dalam pengawasan. Sumbangan pajak atas iklan terhadap penerimaan daerah tidak disebutkan secara langsung, namun berdasarkan kesamaan kondisi dengan Kota Palembang, kontribusinya diperkirakan berada di kisaran 1,8%, sebagaimana ditemukan dalam penelitian ini untuk tahun 2019. Dengan demikian, kontribusinya masih tergolong sangat kurang, yang menunjukkan bahwa masalah utama terletak pada sisi administrasi dan minimnya pemanfaatan teknologi pengawasan.

Selanjutnya, penelitian Hendikus (2024) Mengangkat topik “Analisis Peran Pajak Parkir dalam Optimalisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan” juga menggunakan pendekatan kualitatif dan membahas dinamika pajak parkir. Analisis mengungkapkan bahwa kontribusi pajak parkir di Kota Medan selama 2019–2022 bersifat fluktuatif dan cenderung tidak efektif. Banyaknya wajib pajak yang menunda pembayaran, tidak mendaftarkan usaha parkir mereka, atau bahkan menutup usahanya tanpa pemberitahuan menjadi penyebab utama rendahnya efektivitas penerimaan pajak. Hal ini sangat paralel dengan kondisi di Kota Palembang, yang



juga menghadapi tantangan serupa dalam hal pengawasan dan transparansi usaha parkir swasta. Meskipun tidak disebutkan angka kontribusi secara eksplisit, bila dibandingkan dengan kondisi Kota Palembang, dapat diasumsikan bahwa kontribusinya berada di kisaran 1,5% hingga 1,7% per tahun, sebagaimana kontribusi pajak parkir di Palembang pada tahun 2020–2021. Hal ini menegaskan bahwa efektivitas teknis tidak serta merta meningkatkan kontribusi terhadap PAD jika tidak dibarengi dengan pengawasan yang kuat. Meski demikian, Palembang menunjukkan tren positif pasca-2021 dengan realisasi yang berhasil melampaui target. Artinya, dibandingkan dengan Kota Medan, Bapenda Kota Palembang telah menunjukkan upaya peningkatan yang lebih signifikan dalam hal pencapaian target pajak parkir, meskipun kontribusinya terhadap PAD masih tergolong kecil.

Penelitian Fadli Abu (2023) di Kota Makassar juga berfokus pada kontribusi pajak reklame terhadap PAD. Dalam studinya, ditemukan bahwa kontribusi pajak reklame masih tergolong sangat kurang dan belum menunjukkan peningkatan yang signifikan. Kontribusi pajak reklame di Makassar dapat diperkirakan berada di angka 1,7%–1,9%, sehingga masih dikategorikan sangat kurang. Abu juga menyoroti pentingnya pendataan dan penertiban reklame ilegal yang banyak menghambat optimalisasi penerimaan pajak. Hal ini juga menjadi isu utama di Kota Palembang, sebagaimana ditemukan dalam wawancara dengan pegawai Bapenda, bahwa banyak wajib pajak belum memahami kewajiban membayar pajak reklame dan seringkali lupa memperpanjang izin reklame mereka. Kedua penelitian ini menyoroti bahwa lemahnya sistem monitoring dan kurangnya edukasi kepada wajib pajak merupakan dua faktor utama rendahnya kontribusi pajak reklame, meskipun potensi penerimaan cukup besar.

Sementara itu, penelitian Yuniati dan Yuliandi (2021) yang dilakukan di Kota Bogor dengan judul “Analisis Efektivitas dan Kontribusi Pajak Reklame dan Pajak Restoran terhadap PAD” menunjukkan hasil yang cukup berbeda. Rata-rata Efisiensi pengumpulan pajak mencapai lebih dari 100%, serta andilnya terhadap PAD pun relatif tinggi. Pajak reklame memiliki kontribusi sekitar 4,8%, sedangkan pajak restoran mencapai 9,2%. Meskipun keduanya belum melampaui 10%, namun sudah menunjukkan kategori kurang, yang jauh lebih baik dibandingkan dengan Kota Palembang. Mereka menemukan bahwa Kinerja pengumpulan pajak iklan dan pajak makanan di Bogor sangat efektif, melebihi target 100% dan menyumbang signifikan pada pendapatan asli daerah. Hal ini menunjukkan bahwa Kota Bogor memiliki sistem pengawasan dan administrasi yang lebih baik, serta tingkat kesadaran wajib pajak yang lebih tinggi dibandingkan dengan Kota Palembang. Temuan ini menjadi pembandingan yang penting, karena menunjukkan bahwa efektivitas pengelolaan pajak sangat ditentukan oleh kebijakan daerah, kualitas sistem informasi, dan intensitas pengawasan lapangan. Jika Palembang ingin mencapai tingkat efektivitas dan kontribusi yang sama dengan Kota Bogor, maka perlu dilakukan reformasi sistem informasi perpajakan serta peningkatan SDM dan edukasi terhadap wajib pajak.

Terakhir, penelitian Veronika Militia (2020) di Kota Kotamobagu yang berjudul “Analisis Efektivitas Pajak Parkir dan Kontribusinya terhadap PAD” juga memiliki relevansi tinggi. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa meskipun kontribusi pajak parkir tergolong sangat rendah, namun efektivitas pemungutannya dinilai cukup baik karena realisasi hampir selalu mendekati target. Berdasarkan perbandingan dengan data Kota Palembang, kontribusi pajak parkir di Kotamobagu kemungkinan berada di bawah 1,5%, sehingga tetap dikategorikan sangat kurang. Kondisi ini mirip dengan Kota Palembang, di mana Andil pajak parkir pada pendapatan asli daerah masih

tergolong sangat rendah, namun dari sisi capaian target, realisasi penerimaan seringkali melampaui yang ditetapkan. Ini menandakan bahwa permasalahan utama bukan terletak pada efektivitas teknis pemungutan, melainkan lebih pada skala kontribusinya terhadap total pendapatan daerah yang relatif kecil dibandingkan jenis pajak lainnya seperti PBB dan BPHTB.

Secara umum, dari perbandingan antara hasil penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa Persoalan kesadaran wajib pajak, kurangnya pengawasan, dan belum optimalnya pemanfaatan teknologi adalah masalah umum di banyak daerah, termasuk Kota Palembang. Beberapa daerah seperti Bogor sudah berhasil menunjukkan efektivitas tinggi karena didukung oleh sistem administrasi dan sosialisasi yang kuat. Kota Palembang telah melakukan berbagai upaya perbaikan, seperti pengawasan lapangan, pemberian surat pemberitahuan, serta koordinasi lintas bidang, namun dampaknya masih terbatas karena tantangan struktural dan perilaku masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya mengonfirmasi temuan dari penelitian terdahulu, tetapi juga memperkuat pentingnya langkah strategis dalam bentuk edukasi wajib pajak, digitalisasi pengawasan, dan penyederhanaan regulasi, agar potensi pajak reklame dan parkir dapat lebih maksimal dalam meningkatkan PAD Kota Palembang ke depan.

## E. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Hasil penelitian mengenai peranan kontribusi parkir dan reklame terhadap PAD Kota Palembang selama periode 2019-2023 yang dilakukan oleh Badan Pendapatan Daerah menunjukkan bahwa meskipun potensi kontribusi pajak ini cukup besar, realisasi kontribusinya masih belum optimal.

1. Dari 2019 hingga 2023, kontribusi pajak parkir terhadap PAD Kota Palembang masing-masing adalah 3,14%, 2,67%, 2,52%, 2,85%, dan 2,90%. Menurut klasifikasi Tim Litbang Depdagri-FISIPOL UGM, nilai ini masuk kategori sangat kurang.
2. Dari 2019 hingga 2023, kontribusi pajak reklame terhadap PAD Kota Palembang masing-masing adalah 2,80%, 2,77%, 3,01%, 2,85% , 2,60%. Menurut klasifikasi Tim Litbang Depdagri-FISIFOL UGM, nilai ini masuk dalam kategori sangat kurang.

### Saran

Mengacu pada hasil dan kesimpulan penelitian, penulis memberikan beberapa saran yang ditujukan kepada pihak terkait untuk mendongkrak kontribusi pajak parkir serta pajak reklame dalam PAD Kota Palembang, di antaranya:

1. Bapenda Kota Palembang sebaiknya meningkatkan intensifikasi dan ekstensifikasi pendataan Pajak Parkir, terutama terhadap lokasi-lokasi parkir non-resmi dan ilegal yang belum terdaftar sebagai objek pajak. Penertiban dan pemutakhiran data subjek serta objek pajak parkir secara menyeluruh perlu dilakukan secara berkala untuk memperluas basis pajak. Selain itu, pengawasan di lapangan perlu ditingkatkan guna mencegah kebocoran penerimaan dan memastikan kewajiban pajak dipenuhi secara optimal oleh pengelola parkir.
2. Bapenda Kota Palembang juga perlu mengoptimalkan pendataan dan pengawasan terhadap objek Pajak Reklame, khususnya reklame non-permanen dan ilegal yang belum terdaftar. Penertiban reklame ilegal serta pemutakhiran data wajib pajak reklame secara digital akan sangat membantu dalam meningkatkan akurasi data dan potensi penerimaan pajak. Di samping itu,



diperlukan sosialisasi yang intensif mengenai regulasi pajak reklame kepada pelaku usaha dan masyarakat, agar kepatuhan terhadap aturan perpajakan semakin meningkat.

### DAFTAR PUSTAKA

- Aji, F. P., & Wulandari, S. (2022). Analisis Determinan Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi. *Owner*, 6(3), 1591–1604. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i3.915>
- Andriani, N., & Kumala, R. (2022). Analisis Efektivitas dan Kontribusi Penerimaan Pajak
- Direktorat Jenderal Perimbangan Keuangan. (2019). *Pedoman Umum Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*.
- Fadli Abu, (2023). Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Makassar.
- Hendikus, P. S., Ratih, A. S. 2024. Analisis Efektivitas Kontribusi Pajak Parkir dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan. *Jurnal Dunia Pendidikan*, 5(3).
- Mardiasmo. (2019). *Perpajakan Edisi Revisi Tahun 2016*. Yogyakarta:Penerbit Andi.
- Mardiasmo. (2023). *Perpajakan Edisi Terbaru*. Yogyakarta: Penerbit Andi..
- Rizky, Nurhidayat., Masud, S., & Ali, M. (2024). *Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame dan Kontribusinya Terhadap Pajak Daerah (Studi pada Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Malang Tahun 2019-2021)*. 9(3), 629–636.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Veronika, M. P., Harijanto, S., Sientje, R. (2020). Analisis Efektivitas Pajak Parkir dan Kontribusinya Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Kotamobagu. *Jurnal EMBA*, 9(4), 381-388
- Yuniati, E., & Yuliandi, Y. (2021). Analisis Efektivitas Dan Kontribusi Pajak Reklame Dan Pajak Restoran Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(1), 79–92.