

Analisis Penerimaan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Palembang

Annisa Pratiwi¹, Oktariansyah², Siti Mahmudah³

¹Politeknik Piksi Input Serang, annisapatiwi1494@gmail.com

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang, rianbro82@univpgri-palembang.ac.id

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang

ABSTRACT

This study aims to determine the Advertising Tax Revenue on Regional Original Income (PAD) of Palembang City. The observed data is advertisement tax revenue data on local revenue (PAD) at the Palembang City Regional Tax Management Agency in 2012-2016. Data analysis and discussion used quantitative methods with effectiveness formulas and contribution formulas. The results of the discussion can be seen that the advertisement tax revenue on the Palembang city's original revenue has been realized well (very effectively) but in 2013 it did not reach the realization. While the contribution for 5 years does not contribute. In connection with the above, the authors suggest that the local tax management agency of the city of Palembang is expected to hold outreach to the community, especially taxpayers in paying taxes in order to increase the local revenue (PAD) of the city of Palembang, especially the advertisement tax.

Keywords: Advertising Tax, Local Revenue

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Penerimaan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Palembang. Data yang diamati merupakan data penerimaan pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah (PAD) pada Badan Pengelolaan Pajak Daerah Kota Palembang tahun 2012-2016. Analisis data dan pembahasan menggunakan metode kuantitatif dengan rumus efektifitas dan rumus kontribusi. Hasil pembahasan dapat diketahui bahwa penerimaan pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah kota Palembang sudah terealisasi dengan baik (sangat efektif) hanya saja pada tahun 2013 tidak mencapai realisasi. Sedangkan kontribusi selama 5 tahun tidak berkontribusi. Sehubungan dengan hal di atas, penulis menyarankan agar badan pengelolaan pajak daerah kota Palembang diharapkan mengadakan sosialisasi terhadap masyarakat terutama wajib pajak dalam membayar pajak guna meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD) kota Palembang khususnya pajak reklame.

Kata kunci: Pajak Reklame, Pendapatan Asli Daerah.

A. PENDAHULUAN

Negara Indonesia merupakan salah satu Negara yang menjunjung tinggi hak dan kewajiban seseorang berdasarkan Pancasila dan UUD 1945. Dalam konteks pembangunan, bangsa Indonesia sejak lama telah merencanakan suatu gerakan pembangunan yang dikenal dengan istilah pembangunan nasional.

Pembangunan nasional adalah kegiatan langsung terus menerus dan berkesinambungan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat baik yang bersifat material maupun spiritual. Pembangunan nasional diawali dengan pembangunan pondasi ekonomi sehingga menciptakan pertumbuhan ekonomi. Untuk itu pemerintah harus berusaha untuk meningkatkan pendapatan daerah guna menunjang keberhasilan pembangunan.

Kemandirian pembangunan diperlukan baik ditingkat pusat maupun tingkat daerah. Hal ini tidak terlepas dari keberhasilan penyelenggaraan pemerintah provinsi



maupun kabupaten/kota yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari pemerintahan pusat dengan kebijaksanaannya. Kebijakan tentang keuangan daerah ditempuh oleh pemerintah pusat agar pemerintah daerah mempunyai kemampuan untuk membiayai pembangunan daerahnya sesuai prinsip ekonomi yang nyata.

Setelah pemerintah pusat mengeluarkan Undang-Undang No. 22 Tahun 1999 dan diperbarui dengan Undang-Undang No. 32 tahun 2004 tentang pemerintah daerah yang terfokus pada otonomi daerah dan Undang-Undang No. 25 yang diperbarui dengan Undang-Undang No. 33 Tahun 2004 tentang perimbangan antara pemerintah pusat dan daerah, maka pemerintah daerah diberi kekuasaan yang lebih besar untuk mengatur anggaran daerah.

Untuk mendukung pelaksanaan otonomi yang maksimal maka pemerintah mengeluarkan kebijakan dibidang penerimaan daerah yang berorientasi pada peningkatan kemampuan daerah untuk membiayai urusan rumah tangganya sendiri dan diprioritaskan pada pengalihan dana mobilisasi sumber-sumber daerah.

Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, menegaskan bahwa program penataan pengelolaan keuangan daerah dilaksanakan secara profesional, efisien, transparan, dan bertanggung jawab. Sasaran yang ingin dicapai adalah semakin meningkatnya proporsi Pendapatan Asli Daerah (PAD) secara signifikan dalam pembiayaan bagi kegiatan pelayanan masyarakat dan pembangunan. Berdasarkan UU No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah yang selanjutnya disebut dengan UU PEMDA dalam Pasal 157 menyebutkan sumber pendapatan tetap yang digunakan untuk membiayai berbagai kegiatan Daerah Otonom terdiri dari:

1. Pendapatan Asli Daerah
2. Dana Perimbangan
3. Lain-lain Pendapatan yang Sah

Berdasarkan Undang-Undang No. 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintahan Daerah, Pendapatan Asli Daerah terdiri dari:

1. Pajak Daerah
2. Retribusi Daerah
3. Hasil Pengelolaan Kekayaan Daerah Yang Dipisahkan, yang bersumber dari:
 - Bagian laba atas penyertaan modal pada perusahaan milik daerah (BUMD).
 - Bagian laba atas penyertaan modal pada perusahaan milik negara (BUMN).
 - Bagian laba atas penyertaan modal pada perusahaan milik swasta.

Pendapatan Asli Daerah merupakan sumber pendapatan daerah yang secara bebas dapat digunakan oleh masing-masing daerah untuk menyelenggarakan pemerintahan dan pembangunan daerah. Guna meningkatkan kemampuan dalam bidang pendanaan untuk pembangunan, Kota Palembang berusaha untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui pajak daerah. Ditinjau dari lembaga pemungutnya, pajak dibedakan menjadi dua, yaitu pajak pusat (disebut juga pajak negara) dan pajak daerah. Salah satu jenis pajak daerah yang dipungut oleh pemerintah kabupaten/kota adalah Pajak Reklame.

Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Dimana 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.

Berikut ini akan disajikan Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame pada Badan Pengelolaan Pajak Daerah Kota Palembang Tahun 2012-2016.

Tabel Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Kota Palembang Tahun 2012-2016

Tahun	Target Penerimaan Pajak Reklame	Realisasi Penerimaan Pajak Reklame	Pencapaian %
2012	Rp 9.000.000.000	Rp 9.182.077,878	102,02%
2013	Rp 9.200.000.000	Rp 8.731.561.027,26	94,91%
2014	Rp 13.500.000.000	Rp 14.185.516.850,50	105,08%
2015	Rp 14.890.000.000	Rp 15.318.826,606	102,88%
2016	Rp 15.604.719.571,97	Rp 16.567.211.469,38	106,17%

Sumber : Badan Pengelolaan Pajak Daerah Kota Palembang.

Berdasarkan tabel di atas, tahun 2012 target sebesar Rp 9.000.000.000,00 sedangkan realisasi sebesar Rp 9.182.077.878,00 atau sekitar 102,02% , pada tahun 2013 dimana target sebesar Rp 9.200.000.000,00 sedangkan realisasi sebesar Rp 8.731.561.027,26 atau sekitar 94,91% , pada tahun 2014 target sebesar Rp 13.500.000.000,00 sedangkan realisasi sebesar Rp 14.185.516.850,50 atau sekitar 105,08% , pada tahun 2015 target sebesar Rp 14.890.000.000,00 sedangkan realisasi sebesar Rp 15.318.826.606,00 atau sekitar 102,88% , pada tahun 2016 target sebesar Rp 15.604.719.571,97 sedangkan realisasi sebesar Rp 16.567.211.469,38 atau sekitar 106,17%. Dengan ini Pajak Reklame merupakan objek yang paling menarik bagi penulis karena penerimaan pajak daerah terutama pajak reklame dapat memberikan andil yang tidak sedikit dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Palembang guna mengsucceskan pembangunan daerah Kota Palembang khususnya dan pembangunan nasional pada umumnya, dimana permasalahan dalam penelitian ini adalah melanjutkan penelitian terdahulu.

B. KAJIAN TEORI

1. Pengertian Pajak

Definisi dan pengertian pajak yang dikemukakan oleh para ahli diantaranya adalah:

Menurut Mardiasmo (2016:1) menyebutkan definisi pajak menurut Undang-Undang Nomor 16 tahun 2009 tentang perubahan keempat atas Undang-Undang Nomor 6 tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan pada pasal 1 ayat 1 Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tiada mendapat imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Dari pendapat para ahli diatas maka penulis dapat menyimpulkan bahwa pajak adalah suatu iuran wajib bagi wajib pajak dengan peraturan-peraturan tertentu, untuk kepentingan bersama serta mempermudah pemerintah menjalankan tugas-tugasnya terutama membiayai pengeluaran-pengeluaran umum yang berhubungan dengan tugas negara.



2. Fungsi Pajak

Menurut Mardiasmo (2011:1) ada dua fungsi pajak, diantaranya yaitu:

- a) Fungsi Budgetair
Pajak sebagai sumber dana bagi pemerintah untuk membiayai pengeluaran-pengeluarannya.
- b) Fungsi mengatur (*legulernd*)
Pajak sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijaksanaan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi.

3. Pajak Negara Dan Pajak Daerah

Pengenaan pajak di Indonesia dapat dikelompokkan menjadi 2 bagian, yaitu: Pajak Negara dan Pajak Daerah.

- a) Pajak Negara
Pajak negara adalah pajak wewenang pemungutannya dimiliki oleh pemerintah pusat. Pajak negara yang sampai saat ini masih berlaku adalah : Pajak Penghasilan (PPH), Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPN & PPn BM). Bea Materai, Pajak Bumi dan Bangunan, Bea Perolehan Hak Atas Tanah dan Bangunan (BPHBT).
- b) Pajak Daerah
Pajak yang wewenangnya dimiliki oleh pemerintah daerah. Pajak daerah terdiri atas :
 - Pajak provinsi, seperti pajak kendaraan bermotor, bea balik nama kendaraan bermotor, pajak bahan bakar kendaraan bermotor, pajak air permukaan, dan pajak rokok.
 - Pajak Kabupaten/Kota, seperti pajak hotel, pajak restoran, pajak hiburan, pajak reklame, pajak penerangan jalan, pajak mineral bukan logam dan batuan, pajak parkir, pajak air tanah, pajak sarang burung walet, pajak bumi dan bangunan perdesaan dan perkotaan, bea perolehan hak atas tanah dan bangunan.

4. Definisi Pajak Daerah

Menurut Samudra (2015:67) Definisi Pajak Daerah adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapat imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Menurut Mardiasmo (2011:12) Pajak Daerah adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan Daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Dari pengertian beberapa para ahli di atas, dapat disimpulkan Pajak Daerah merupakan pajak yang ditetapkan pemerintah daerah dengan Peraturan Daerah (PERDA), yang wewenang pemungutannya dilaksanakan oleh pemerintah daerah dan hasilnya digunakan untuk membiayai pengeluaran pemerintah daerah dalam melaksanakan penyelenggaraan pemerintah dan pembangunan di daerah.

Jenis Pajak Dan Objek Pajak

Menurut mardiasmo (2011:13) Pajak daerah dibagi menjadi 2 yaitu :

- a. Pajak Provinsi

- Pajak Kendaraan Bermotor
 - Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor
 - Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor
 - Pajak Air Permukaan
 - Pajak Rokok
- b. Pajak Kabupaten/Kota
- Pajak Hotel
 - Pajak Restoran
 - Pajak Hiburan
 - Pajak Reklame
 - Pajak Penerangan Jalan
 - Pajak Mineral Bukan Logam Dan Batuan

Khusus dengan daerah yang setingkat dengan daerah provinsi, tetapi tidak terbagi dalam daerah kabupaten /kota otonom, seperti daerah khusus ibu kota jakarta, jenis Pajak yang dapat dipungut merupakan gabungan dari Pajak untuk daerah provinsi dan daerah Pajak untuk kabupaten/kota.

5. Definisi Pajak Reklame

Pengertian Pajak Reklame

Menurut Perda Kota Palembang Nomor 14 Tahun 2010 tentang Pajak Reklame. Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Sedangkan yang dimaksud reklame adalah benda, alat dan perbuatan. Atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersil memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan dinikmati oleh umum.

Menurut Samudra (2015:216) Pajak Reklame adalah pajak daerah (kota/kabupaten), akan tetapi untuk daerah yang tidak memiliki Kota/Kabupaten seperti Jakarta, maka menurut Undang-Undang Nomor 18/1997 yang menjadi pajak daerah bagi daerah tersebut adalah gabungan pajak daerah provinsi dan pajak daerah kota/kabupaten. Sedangkan Reklame ialah benda, alat atau perbuatan, yang menurut bentuk susunan dan atau corak ragamnya dengan maksud untuk mencari keuntungan (*sales promotion*) dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa atau seseorang yang ditempatkan atau yang dapat dilihat, dibaca dan atau didengar dari sesuatu tempat oleh umum kecuali yang dilakukan oleh pemerintah.

Dasar Hukum Pemungutan Pajak Reklame

Menurut Samudra (2015:215) dasar hukum pajak reklame dapat diurut sebagai berikut:

1. Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 tentang Pajak dan Retribusi Daerah.
2. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak dan Retribusi Daerah.
3. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.

Tarif Pajak Reklame



Tarif pajak reklame ditetapkan setinggi-tinggi 25%. Dan dihitung dengan memperhatikan faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, waktu, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah dan ukuran reklame, dan ditetapkan dengan Peraturan Daerah Kabupaten/Kota Palembang. Berikut contoh perhitungan reklame :

a. Reklame Papan/Billboard

Perhitungan normal :

Luas reklame	: 20 M ²
Lokasi reklame	: Jl.Kayu Putih (Jl. Ekonomi Kelas II)
Letak reklame	: Di dalam Saranaa dan Prasaranaa Kota
Ketinggian Reklame	: 10 m.
RAB dari SIBP	: Rp 30.000.000,00
Pajak per tahun	= tarif x Nilai Sewa Reklame
	= 25% x (NSR x luas reklame)
	= 25% x (Rp 684.000.000,00 x 20 m ²)
	= 25% x (Rp 13.680.000,00)
	= Rp 3.430.000,00

6. Definisi Pendapatan Asli Daerah

Menurut Samudra (2015:54) Pendapatan asli daerah (PAD) merupakan pengertian dalam arti sempit. Jadi jelas berbeda dengan sumber pendapatan daerah (secara global). Sebab dari semua sumber-sumber pendapatan hanya sebagian saja yang merupakan pendapatan asli daerah. pendapatan asli daerah adalah penerimaan dari pungutan pajak daerah, dari retribusi daerah, hasil dari perusahaan daerah, dan lainnya yang merupakan pendapatan asli daerah itu yang digali atau dihasilkan oleh daerah yang bersangkutan dan merupakan pula pendapatan daerah yang sah.

Menurut Mardiasmo (2011:12) Dasar hukum pemungutan Pajak Daerah dan Retribusi Daerah adalah Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang pajak daerah dan retribusi daerah, dimana Pendapatan asli daerah merupakan pendapatan yang diperoleh dari sumber-sumber pendapatan daerah dan dikelola sendiri oleh sumber pemerintah daerah. Pendapatan daerah merupakan pendapatan yang diperoleh oleh pemerintah daerah dan digali dari potensi pendapatan yang ada di daerah. Dengan kata lain pendapatan asli daerah merupakan pendapatan yang diterima oleh pemerintah daerah atas sumber-sumber atau potensi yang ada pada daerah yang harus diolah oleh pemerintah daerah didalam memperoleh pendapatan daerah.

Dari pengertian para ahli diatas, maka penulis menyimpulkan Pendapatan Asli Daerah adalah pengelolaan sumber daya alam yang dipungut oleh pemerintah pusat maupun pemerintah daerah berdasarkan peraturan sesuai Undang-Undang yang berlaku di daerah atau pendapatan yang bersumber dari pajak daerah, retribusi daerah, hasil perusahhan milik daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah untuk membiayai kegiatan daerahnya.

Sumber Pendapatan Asli Daerah

Sumber-sumber pelaksanaan disentralisasikan terdiri dari pendapatan asli daerah (PAD), dana perimbangan, pinjaman daerah, dan lain-lain penerimaan yang sah.

Sumber pendapatan asli daerah merupakan sumber keuangan daerah yang digali dan wilayah daerah yang bersangkutan.

Menurut Samudra (2015:59) sumber pendapatan asli daerah (PAD), yaitu terdiri dari:

1. Hasil pajak daerah
2. Hasil retribusi daerah
3. Hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan
4. Lain-lain pendapatan asli daerah (PAD) yang sah

7. Efektifitas

Menurut Hasibuan (2011:165) “Efektifitas adalah pemanfaatan sumber daya, sarana dan prasarana dalam jumlah tertentu yang secara sadar ditetapkan sebelumnya untuk menghasilkan pekerjaan tepat pada waktunya. Jadi apabila tujuan tersebut telah dicapai baru dapat dikatakan efektif”.

Menurut Halim (2010:234) “Rasio efektifitas adalah menggambarkan kemampuan PEMDA dalam merealisasikan PAD yang direncanakan dibandingkan dengan target yang ditetapkan berdasarkan potensi di daerah”.

Kemampuan daerah dalam menjalankan tugas dikategorikan efektif apabila rasio yang dicapai minimal 100 %. Apabila rasio efektifitas yang dicapai minimal 100% atau semakin tinggi efektifitas, maka kemampuan daerah semakin baik.

8. Kontribusi

Kontribusi adalah besaran sumbangan yang diberikan atas sebuah kegiatan yang dilaksanakan. (Handoko, 2013:2)

Analisis kontribusi pajak daerah suatu analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi yang dapat disumbangkan dari penerimaan pajak terhadap pendapatan asli daerah, maka dibandingkan antara realisasi penerimaan pajak daerah terhadap pendapatan asli daerah. (Handoko, 2013:3)

Hasil dari kedua rasio keuangan tersebut selanjutnya nanti akan digunakan untuk:

- a. Mengukur efektifitas dalam realisasi pendapatan daerah.
- b. Mengukur kontribusi sumber pendapatan dalam pembentukan pendapatan daerah.

C. METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2016:2) “metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Metode Kuantitatif.

Menurut Sugiyono (2016:7) Metode Kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah/scientific karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Metode ini juga disebut metode discovery, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan sebagai iptek baru. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.



Populasi

Menurut Sugiyono (2016:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi pada penelitian ini adalah Penerimaan Pajak Daerah Daerah Kota Palembang Tahun 2012-2016.

Sampel

Menurut Sugiyono (2016:81) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut . bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada di populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul refresentatif (mewakili).

Maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Penerimaan Pajak Reklame Kota Palembang tahun 2012-2016.

Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain, (Bogdan dalam Sugiyono, 2013:244).

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah komparatif konstan (constant comparative analysis). Dengan menggunakan Rumus Efektifitas dan Rumus Kontribusi sebagai berikut:

$$\text{Rumus efektifitas} = \frac{\text{realisasipenerimaanPAD (pajakreklame)}}{\text{targetpenerimaanPAD yang ditetapkan berdasarkan potensi}} \times 100\%$$

Kemampuan daerah dalam menjalankan tugas dikategorikan efektif apabila rasio yang dicapai minimal 100 %, Apabila rasio efektifitas yang dicapai minimal 100% atau semakin tinggi efektifitas, maka kemampuan daerah semakin baik.

$$\text{Rumus Kontribusi} = \frac{\text{jumlahpajakdaerah (pajakreklame)}}{\text{jumlahPAD (tahun yang sama)}} \times 100\%$$

Tingkat kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah dikatakan berkontribusi apabila rasio yang dicapai minimal 30,10% atau lebih.

D. HASIL PENELITIAN

1) Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Dan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Palembang

Realisasipenerimaan Pajak Reklame dan Pendapatan Asli Daerah (PAD) selama 5 tahun (2012-2016). Penerimaan pajak reklame terdiri dari target dan realisasi penerimaan, sedangkan pendapatan asli daerah berupa realisasi total penerimaan. Berikut hasil berdasarkan penerimaan pajak reklame selama 5 tahun.

Tabel Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Tahun 2012-2016

No	Tahun	Target	Realisasi	PAD
1	2012	9.000.000.000,00	9.182.077.878,00	521.877.454.519,12
2	2013	9.200.000.000,00	8.731.561.027,26	689.103.604.093,88
3	2014	13.500.000.000,00	14.185.516.850,50	728.123.306.512,64
4	2015	14.890.000.000,00	15.318.876.606,00	734.820.204.068,92

5	2016	15.604.719.571,97	16.567.211.469,38	777.394.030.094,31
---	------	-------------------	-------------------	--------------------

Sumber : **Badan Pengelolaan Pajak Daerah kota Palembang**

Dari tabel dapat dilihat bahwa penerimaan yang tertinggi adalah penerimaan pada tahun 2016 Rp 16.576.211.469,38 dan penerimaan terendah adalah pada tahun 2013 Rp 8.731.561.027,26. Pada total penerimaan PAD terbesar adalah pada tahun 2016 sebesar Rp 777.394.030.094,31 sedangkan penerimaan PAD terendah adalah pada tahun 2012 sebesar Rp 521.877.454.519,12. Maka dapat disimpulkan bahwa penerimaan pajak reklame selama 5 tahun sudah cukup baik karena hanya 1 tahun yang tidak terealisasi/mencapai target sedangkan 4 tahun sudah terealisasi. Ini berpengaruh terhadap kontribusi yang diberikan terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Palembang. Sedangkan Pendapatan Asli Daerah sendiri selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya, Jadi untuk mengetahui Bagaimana Penerimaan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Palembang, maka dapat dianalisis dengan menggunakan rasio keuangan daerah, yaitu Efektifitas dan Kontribusi.

2) Analisis Efektifitas Pajak Reklame

Kemampuan daerah dalam menjalankan tugas dikategorikan efektif apabila rasio yang dicapai minimal sebesar 100%. Apabila rasio efektifitas yang dicapai minimal 100% atau semakin tinggi efektifitas, maka kemampuan daerahpun semakin baik. Penerimaan pajak dapat dikatakan baik apabila realisasi pajak lebih besar dari target penerimaan PAD yang ditetapkan berdasarkan potensi. Berdasarkan Peraturan Daerah No 14 tahun 2010 Kota Palembang, 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.

3) Perhitungan Target Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Tahun 2012-2016

1. Tahun 2012

$$\text{Efektifitas} = \frac{9.182.077.878,00}{9.000.000.000,00} \times 100\% = 102,02\%$$

Dari hasil perhitungan diatas diperoleh tingkat efektifitas penerimaan pajak reklame pada Badan Pengelolaan Pajak daerah Kota Palembang tahun 2012 sebesar 102,02%. Hasil ini menunjukkan bahwa penerimaan pajak reklame tahun 2012 sangat efektif.

2. Tahun 2013

$$\text{Efektifitas} = \frac{8.731.561.027,26}{9.200.000.000,00} \times 100\% = 94,91\%$$

Dari hasil perhitungan diatas diperoleh tingkat efektifitas penerimaan pajak reklame pada Badan Pengelolaan Pajak Daerah Kota Palembang tahun 2013 sebesar 94,91%. Hasil ini menunjukkan bahwa hasil penerimaan pajak reklame tahun 2013 tidak efektif.

3. Tahun 2014

$$\text{Efektifitas} = \frac{14.185.516.850,50}{13.500.000.000,00} \times 100\% = 105,08\%$$

Dari hasil perhitungan diatas diperoleh tingkat efektifitas penerimaan pajak reklame pada Badan Pengelolaan Pajak Daerah Kota Palembang tahun 2014 sebesar 105,08%. Hasil ini menunjukkan bahwa hasil penerimaan pajak reklame



tahun 2014 sangat efektif.

4. Tahun 2015

$$\text{Efektifitas} = \frac{15.318.876.606,00}{14.890.000.000,00} \times 100\% = 102,88\%$$

Dari hasil perhitungan diatas diperoleh tingkat efektifitas penerimaan pajak reklame pada Badan Pengelolaan Pajak Daerah Kota Palembang tahun 2015 sebesar 102,88%. Hasil ini menunjukkan bahwa hasil penerimaan pajak reklame tahun 2015 sangat efektif.

5. Tahun 2016

$$\text{Efektifitas} = \frac{16.567.211.469,38}{15.604.719.571,97} \times 100\% = 106,17\%$$

Dari hasil perhitungan diatas diperoleh tingkat efektifitas penerimaan pajak reklame pada Badan Pengelolaan Pajak Daerah Kota Palembang tahun 2016 sebesar 106,17%. Hasil ini menunjukkan bahwa hasil penerimaan pajak reklame tahun 2016 sangat efektif.

**Tabel Perhitungan Rasio Efektifitas
Targer Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Tahun 2012-2016**

No	Tahun	Target	Realisasi	%	Fektifitas
1	2012	Rp 9.000.000.000,00	Rp 9.182.077.878,00	102,02%	Sangat Efkatif
2	2013	Rp 9.200.000.000,00	Rp 8.731.561.027,26	94,91%	Tidak Efektif
3	2014	Rp 13.500.000.000,00	Rp 14.185.516.850,50	105,08%	Sangat Efektif
4	2015	Rp 14.890.000.000,00	Rp 15.318.876.606,00	102,88%	Sangat Fektif
5	2016	Rp 15.604.719.571,97	Rp 16.567.211.469,38	106,17%	Sangat Efektif

Sumber data : Data yang diolah

Dari tabel berdasarkan dari hasil perhitungan rasio efektifitas dimana penerimaan target terhadap realisasi hanya 1 tahun yang tidak efektif yaitu tahun 2013 sedangkan pada 4 tahun yang lain yaitu 2012, 2014,2015, 2016 sangat efektif. Dimana tahun 2012 target sebesar Rp 9.000.000.000,00 sedangkan realisasi sebesar Rp 9.182.077.878,00 atau sekitar 102,02% , pada tahun 2013 dimana target sebesar Rp 9.200.000.000,00 sedangkan realisasi sebesar Rp 8.731.561.027,26 atau sekitar 94,91% , pada tahun 2014 target sebesar Rp 13.500.000.000,00 sedangkan realisasi sebesar Rp 14.185.516.850,50 atau sekitar 105,08% , pada tahun 2015 target sebesar Rp 14.890.000.000,00 sedangkan realisasi sebesar Rp 15.318.826.606,00 atau sekitar 102,88% , pada tahun 2016 target sebesar Rp 15.604.719.571,97 sedangkan realisasi sebesar Rp 16.567.211.469,38 atau sekitar 106,17%.

Dari data diatas dimana realisasi penerimaan pajak reklame dari tahun 2012-2016 sudah terealisasi dengan baik hanya saja pada tahun 2013 yang tidak terealisasi (tidak efektif) hal ini disebabkan karena potensi pajak reklame yang ada di Kota Palembang banyak yang hilang dan mengalami penurunan.

4) Analisis Kontribusi Pajak Reklame

Menurut Handoko (2013:2), Kontribusi adalah besaran sumbangan yang diberikan atas sebuah kegiatan yang dilaksanakan.

Analisis kontribusi pajak daerah suatu analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi yang dapat disumbangkan dari penerimaan pajak terhadap pendapatan asli daerah, maka dibandingkan antara realisasi penerimaan pajak daerah terhadap pendapatan asli daerah. (Handoko, 2013:3)

Untuk menghitung kontribusi dan penerimaan objek pajak daerah dan sumbangannya terhadap PAD maka digunakan formula sebagai berikut:

$$\text{Rumus kontribusi} = \frac{\text{jumlah pajak daerah (pajak reklame)}}{\text{jumlah PAD (tahun yang sama)}} \times 100\%$$

Tabel Kriteria Kontribusi Penerimaan Pajak Daerah Pada Badan Pengelolaan Pajak Daerah Kota Palembang

Klasifikasi Kontribusi	Kriteria
0,00% - 10%	Tidak Berkontribusi
10% - 20%	Kurang Berkontribusi
20,10% - 30%	Cukup Berkontribusi
30,10% - 40%	Berkontribusi
40,10% - 50%	Sangat Berkontribusi

Sumber : Halim Dalam Silmi Muammar Rizki : 2015

5) Perhitungan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Dan Total PAD Tahun 2012-2016 Menggunakan Kontribusi

1. Tahun 2012

$$\text{Kontribusi} = \frac{9.182.077.878,00}{521.877.454.519,12} \times 100\% = 0,18\%$$

Dari hasil perhitungan diatas diperoleh tingkat kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Palembang pada tahun 2012 yaitu sebesar 0,18% (tidak berkontribusi).

2. Tahun 2013

$$\text{Kontribusi} = \frac{8.731.561.027,26}{689.103.604.093,88} \times 100\% = 0,13\%$$

Dari hasil perhitungan diatas diperoleh tingkat kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Palembang pada tahun 2013 yaitu sebesar 0,12% (tidak berkontribusi).

3. Tahun 2014

$$\text{Kontribusi} = \frac{14.185.516.850,50}{728.123.306.512,64} \times 100\% = 0,19\%$$

Dari hasil perhitungan diatas diperoleh tingkat kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Palembang pada tahun 2014 yaitu sebesar 0,19% (tidak berkontribusi)

4. Tahun 2015

$$\text{Kontribusi} = \frac{15.318.876.606,00}{734.820.204.068,92} \times 100\% = 0,20\%$$

Dari hasil perhitungan diatas diperoleh tingkat kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Palembang pada tahun 2015 yaitu sebesar 0,20% (tidak berkontribusi).

5. Tahun 2016

$$\text{Kontribusi} = \frac{16.567.211.469,38}{777.394.030.094,31} \times 100\% = 0,21\%$$

Dari hasil perhitungan diatas diperoleh tingkat kontribusi penerimaan pajak



reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Palembang pada tahun 2016 yaitu sebesar 0,21%. (tidak berkontribusi).

**Tabel Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame
Tahun 2012-2016**

No	Tahun	Realisasi	PAD	Persentase(%)
1	2012	Rp 9.182.077.878,00	Rp 521.877.454.519,12	0,18%
2	2013	Rp 8.731.561.027,26	Rp 689.103.604.093,88	0,13%
3	2014	Rp 14.185.516.850,50	Rp 728.123.306.512,64	0,19%
4	2015	Rp 15.318.876.606,00	Rp 734.820.204.068,92	0,20%
5	2016	Rp 16.567.211.469,38	Rp 777.394.030.094,31	0,21%

Sumber data: Data yang diaolah

E. PEMBAHASAN

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 dari Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Palembang. Maka disimpulkan bahwa pada tahun 2012 kontribusi yang diberikan sebesar 0,18%. Pada tahun 2013 sebesar 0,13%. Pada tahun 2014 sebesar 0,19%. Pada tahun 2015 sebesar 0,20%. Pada tahun 2016 sebesar 0,21%. Berdasarkan hasil kontribusi pajak reklame selama 5 tahun (2012-2016) menunjukkan bahwa kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah masih rendah, yaitu dengan membandingkan jumlah pajak daerah yang dipungut oleh BPPD kota Palembang sebanyak 13 macam pajak. Jadi rata-rata penerimaan pajak reklame harus mencapai 10% agar kontribusi pajak reklame dianggap besar dan berkontribusi. Kontribusi penerimaan pajak reklame termasuk rendah jika dibandingkan dengan 12 macam penerimaan pajak daerah yang lain terhadap pendapatan asli daerah Kota Palembang.

Berdasarkan PERDA No. 14 Tahun 2010, Pajak Reklame merupakan pajak atas semua penyelenggaraan reklame. Penerimaan pajak reklame merupakan pajak yang dipungut atas penyelenggaraan reklame berupa reklame megatron, billboard, vidiotron, reklame kain, reklame udara, reklame apung, reklame suara, reklame peragaan, dan reklame selebaran.

Hasil analisis efektifitas menunjukkan bahwa terjadi peningkatan setiap tahunnya, hanya saja ada satu tahun yang tidak mencapai target atau tidak terealisasi yaitu tahun 2013 dengan target sebesar Rp 9.200.000.000,00 dan realisasi Rp 8.731.561.027,26 dengan persentase 94,91%, dikatakan tidak efektif, adapun untuk tahun 2012 (102,02%), 2014 (105,08%), 2015 (102,88%), 2016 (106,17%) sudah terealisasi dengan baik (sangat efektif). Sedangkan untuk analisis kontribusi penerimaan pajak reklame yang tertinggi adalah pada tahun 2016 yaitu 0,21% dan kontribusi penerimaan terendah adalah pada tahun 2013 yaitu 0,13%. Analisis kontribusi dari tahun 2012-2016 tidak berkontribusi sehingga hasil kontribusi penerimaan pajak reklame pada Badan Pengelolaan Pajak Daerah Kota Palembang masih rendah. Hal ini dikarenakan realisasi penerimaan pajak reklame masih sangat kecil jika dibandingkan dengan pendapatan asli daerah kota Palembang.

F. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

- a) Berdasarkan hasil perhitungan rasio efektifitas dari tahun 2012-2016 penerimaan pajak reklame yang sangat efektif adalah pada tahun 2012, 2014, 2015, 2016. Pada tahun 2012 dengan persentase 102,02% (sangat efektif), tahun 2014 dengan persentase 105,91% (sangat efektif), tahun 2015 dengan persentase 102,88% (sangat efektif), dan tahun 2016 dengan persentase 106,17% (sangat efektif). Hasil ini menunjukkan bahwa target yang direalisasikan oleh pemerintah telah tercapai bahkan melebihi dari target yang diinginkan. Sedangkan penerimaan pajak reklame yang tidak efektif adalah pada tahun 2013 dengan persentase 94,91% (tidak efektif). Hasil ini menunjukkan bahwa pada tahun 2013 realisasi belum mencapai target yang diinginkan.
- b) Berdasarkan perhitungan rasio kontribusi dari tahun 2012-2016 penerimaan pajak reklame yang tertinggi dari kelima tahun perhitungan adalah tahun 2016 dengan kontribusi yang diberikan untuk penerimaan pendapatan asli daerah (PAD) adalah sebesar 0,21% dan kontribusi penerimaan terendah yang diberikan adalah pada tahun 2013 sebesar 0,13%. Hasil ini menunjukkan bahwa kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah (PAD) masih rendah, hal ini dikarenakan realisasi Pajak Reklame masih sangat kecil jika dibandingkan dengan Pendapatan Asli Daerah kota Palembang.

2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis dapat memberikan saran yang dapat dijadikan bahan informasi sebagai pertimbangan dalam menentukan kebijakan yang berhubungan dengan analisis penerimaan pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah pada Kota Palembang, sebagai berikut :

- a) Penerimaan pajak reklame sudah efektif, akan tetapi perlu ditingkatkan lagi karena masih ada penerimaan yang belum mencapai target, untuk meningkatkan penerimaan pajak reklame maka Pemerintah khususnya dalam hal ini Badan Pengelolaan Pajak Daerah (BPPD) kota Palembang, diharapkan mengadakan sosialisasi terhadap masyarakat terutama wajib pajak dalam membayar pajak guna meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD) khususnya pajak reklame.
- b) Sedangkan kontribusi penerimaan pajak reklame masih rendah. Maka pemerintah khususnya dalam hal ini, Badan Pengelolaan Pajak Daerah (BPPD) kota Palembang perlu mengembangkan lagi objek pajak daerah (pajak reklame) dengan menambah jenis pajak reklame dan potensi penerimaan menjadi lebih besar untuk pajak reklame. Karena dengan semakin besar kontribusi yang diberikan oleh Penerimaan Pajak Reklame maka akan semakin meningkat pula Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Palembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Halim, Abdul, 2004. *Manajemen Keuangan Daerah*, Edisi Refisi. (UPP) AMP YKPN, Yogyakarta.
- Hasibuan, Melayu, SP, 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Pt Bumi Perkasa.



Handoko, Hani T. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Penerbit BFFE, Yogyakarta

Mardiasmo, 2011. *Perpajakan*. Penerbit Andi : Yogyakarta.

———, 2016. *Akuntansi Sektor Publik*. Penerbit Andi, Yogyakarta.

Peraturan Daerah (PERDA) Nomor 14 Tahun 2010 Kota Palembang Tentang Pajak Reklame.

Samudra, Aziz, Azhari, 2015, *Perpajakan Di Indonesia*, Penerbit PT Raja Grafindo persada: Jakarta

Sugiyono, 2016, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan RdanD*, Bandung, Penerbit Alfabeta.

———, 2013, *Statistik Untuk Penelitian*, Bandung, Penerbit Alfabeta.