



**PAJAK REKLAME: UPAYA UNTUK MENINGKATKAN
KONTRIBUSI PENDAPATAN ASLI DAERAH
DI KABUPATEN BREBES**

Zumaeroh¹, Agus Prabawa¹
email : zumaeroh1234@gmail.com

¹Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Wijayakusuma

ABSTRACT

Every regional government is required to be able to optimize the potential of its regional income, including from the regional tax sector. One of the taxes managed by the local government is the advertisement tax. Brebes Regency, as one of the areas in Central Java Province which are traversed by the main route of the Urata coast (Pantura), is expected to be able to optimize regional income from advertisement tax. However, the advertisement tax obtained in Brebes Regency is still not optimal. Based on this, this study seeks to determine the performance of the advertisement tax on local revenue in Brebes Regency.

With secondary data, this research was conducted using a quantitative approach. Data obtained from the Regional Revenue Service of Brebes Regency. The method of calculating advertisement tax data is calculated based on the Regional Regulation of Brebes Regency number 8 of 2010. Then the data is carried out several analyzes to determine the growth, contribution, and effectiveness. Also, SWOT analysis is used to determine the position of strengths, weaknesses, opportunities, and threats from the implementation of billboard tax collection in Brebes district.

The advertisement tax in Brebes Regency has enormous potential, especially in several Districts that are traversed by the northern coast (pantura) such as Brebes District, Losari District, and Bulakamba District. Based on the results of the analysis, the growth of advertisement tax revenue realization in Brebes Regency was 80.27%. Based on this, the contribution analysis shows that the advertisement tax in Brebes Regency is still very low. Based on the results of the SWOT analysis, the implementation of advertisement tax revenue in Brebes Regency has weaknesses, especially in the limitations of the system, and human resources. However, the advertisement tax in Brebes Regency has a great opportunity to be developed into a source of regional income

Keywords : Advertisement tax, Locally-generated revenue, Brebes Regency

Abstrak

Setiap pemerintah daerah dituntut mampu mengoptimalkan potensi pendapatan daerahnya, termasuk dari sektor perpajakan daerah. Salah satu pajak yang dikelola oleh pemerintah daerah adalah pajak reklame. Kabupaten Brebes sebagai salah satu daerah di Provinsi Jawa Tengah yang dilintasi jalur utama pantai Utara (Pantura) diharapkan dapat mengoptimalkan pendapatan daerah dari pajak reklame. Namun pajak reklame yang diperoleh di Kabupaten Brebes masih belum optimal. Berdasarkan hal tersebut maka penelitian ini berusaha untuk mengetahui kinerja pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah di Kabupaten Brebes.

Dengan data sekunder, penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Data diperoleh dari Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Brebes. Metode penghitungan data pajak reklame dihitung berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Brebes nomor 8 tahun 2010. Kemudian dilakukan beberapa analisis untuk mengetahui pertumbuhan, kontribusi, dan efektivitasnya. Selain itu, analisis SWOT digunakan untuk mengetahui posisi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari pelaksanaan pemungutan pajak reklame di Kabupaten Brebes.

Potensi pajak reklame di Kabupaten Brebes sangat besar, terutama di beberapa Kecamatan yang dilintasi pantai utara (pantura) seperti Kecamatan Brebes, Kecamatan Losari, dan Kabupaten Bulakamba. Berdasarkan hasil analisis, pertumbuhan realisasi penerimaan pajak reklame di Kabupaten Brebes sebesar 80,27%. Berdasarkan hal tersebut, analisis kontribusi menunjukkan bahwa pajak reklame di Kabupaten Brebes masih sangat rendah. Berdasarkan hasil analisis SWOT, penerapan penerimaan pajak reklame di Kabupaten Brebes memiliki kelemahan terutama pada keterbatasan sistem, dan sumber daya manusianya. Namun pajak reklame di Kabupaten Brebes berpotensi besar untuk dikembangkan menjadi salah satu sumber pendapatan daerah.

Kata Kunci : Pajak reklame, pendapatan asli daerah, Kabupaten Brebes.

PENDAHULUAN

Melalui pelaksanaan otonomi daerah, pemerintah kabupaten/kota harus memiliki sumber-sumber keuangan yang memadai untuk menyelenggarakan pemerintahan. Kapasitas keuangan daerah sangat berpengaruh terhadap kemampuan pemerintah daerah untuk menjalankan fungsinya yang meliputi pelayanan masyarakat, pelaksanaan pembangunan, dan perlindungan kepada masyarakat. Undang-Undang Nomor 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, yang merupakan perubahan atas Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah menjadi landasan hukum.

Kabupaten Brebes merupakan salah satu daerah di wilayah Provinsi Jawa Tengah yang terletak di wilayah Pantura dan berbatasan langsung dengan Provinsi Jawa Barat. Salah satu persoalan yang dihadapi Kabupaten Brebes adalah terkait

pajak daerah adalah aspek kontribusi. Diketahui bahwa kontribusi PAD terhadap penerimaan daerah masih relatif kecil. Kecenderungan yang selama ini terjadi adalah terhadap penetapan anggaran pada pos pajak daerah, yaitu bahwa penetapan target-target dari setiap jenis pajak daerah di dalam PAD hanya didasarkan atas proses *incremental* (peningkatan/tambahan) sebesar nominal prosentase tertentu dibandingkan dengan nominal riil pada tahun-tahun sebelumnya.

Tabel 1.
Kontribusi PAD terhadap Realisasi Pendapatan Pemerintah Kabupaten Brebes
(juta rupiah) Tahun 2013-2016

Jenis Pendapatan	2013		2014		2015		2016	
	Nominal	Persen (%)	Nominal	Persen (%)	Nominal	Persen (%)	Nominal	Persen (%)
1 Pendapatan Asli Daerah (PAD)	101	6,50	133	7,51	267.772	13,10	301.953	12,49
2 Dana Perimbangan	1.123	71,68	1.248	70,05	1.337.754	65,45	1.387.121	57,39
3 Lain-Lain Pendapatan yang Sah	341	21,82	399	22,43	438.395	21,45	728.134	30,12
Jumlah	1.567	100	1.781	100	2.043.992	100	2.417.210	100

Sumber: BPS Kab. Brebes 2017, diolah.

Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa pendapatan Pemerintah Kabupaten Brebes dihasilkan dari tiga sumber yaitu Pendapatan Asli Daerah (PAD), Dana Perimbangan, dan Dana Lain-lain yang sah. Kontribusi pendapatan asli daerah (PAD) terhadap total pendapatan daerah Kabupaten Brebes memiliki kecenderungan meningkat dari tahun 2013 hingga tahun 2016. Berdasarkan hal tersebut pemerintah daerah Kabupaten Brebes perlu untuk terus melakukan upaya memaksimalkan setiap potensi-potensi pemasukan termasuk diantaranya pajak reklame.

Tabel 2.
Target Pendapatan Pemerintah Kabupaten Brebes
Dari 8 Jenis Pajak Tahun 2017

Jenis Pendapatan	2017	
	Nominal	Persen (%)
1 Pajak Hotel	95.000.000	5,22
2 Pajak Restoran	300.000.000	16,49
3 Pajak Hiburan	59.740.000	3,28
4 Pajak Reklame	900.000.000	49,46

5 Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan	185.400.000	10,19
6 Pajak Parkir	65.920.000	3,62
7 Pajak Air Bawah Tanah	206.000.000	11,32
8 Pajak Sarang Burung Walet	7.520.000	0,41
Jumlah	1.819.580.000	100

Sumber: DPPKAD Kab. Brebes 2018, diolah.

Lebih lanjut diketahui bahwa mekanisme yang berjalan selama ini adalah terlebih dahulu ditetapkan target penerimaan pajak di dalam APBD untuk tahun bersangkutan yang kemudian menjadi tanggung jawab dari SKPD terkait untuk memenuhi target tersebut. Pelaksanaan di lapangan tentu bervariasi, ada SKPD yang bisa mencapai target bahkan melebihinya, tetapi terdapat pula SKPD yang belum bisa mencapai target penerimaan pajak yang telah ditetapkan. Pada tabel 2 diketahui target pendapatan Pemerintah Kabupaten Brebes dari delapan jenis pajak daerah. Pada tabel tersebut dapat diketahui bahwa pajak reklame memiliki potensi yang paling tinggi dalam target pendapatan daerah Kabupaten Brebes yaitu mencapai Rp 900.000.000, atau mencapai 49,46% dari total yang ditargetkan.

Berdasarkan kondisi tersebut diatas, pada penelitian ini berupaya untuk mengetahui dan melakukan analisa terkait kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah Kabupaten Brebes. Kemudian apa saja yang menjadi faktor penghambat dan pendukung dalam penyelenggaraan pemungutan pajak reklame di Kabupaten Brebes. Strategi apa yang dapat dijadikan alternatif agar penyelenggaraan pemungutan pajak reklame di Kabupaten Brebes dapat dilakukan dengan optimal.

LANDASAN TEORI

Pendapatan pemerintah daerah terdiri atas tiga sumber, yaitu Pendapatan Asli Daerah (PAD), Pendapatan Transfer, dan lain-lain Pendapatan Daerah yang Sah. Secara umum, menurut Halim dan Abdullah (2003), PAD adalah semua penerimaan daerah yang berasal dari sumber ekonomi asli daerah. Kemudian, dalam pengertian lain, PAD dapat dikatakan sebagai penerimaan yang diperoleh dari sumber-sumber dalam wilayahnya sendiri yang dipungut berdasarkan peraturan daerah yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Menurut Sirojuzilam dan Mahalli (2010), sumber-sumber PAD tersebut terdiri atas:

- a) Hasil pajak daerah yaitu pungutan yang dilakukan oleh pemerintah daerah kepada semua objek pajak, seperti orang/badan, serta benda bergerak/tidak bergerak.
- b) Hasil retribusi daerah, yaitu pungutan yang dilakukan sehubungan dengan suatu jasa/fasilitas yang berlaku oleh pemerintah daerah secara langsung dan nyata.
- c) Hasil perusahaan milik daerah dan hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan antara lain laba dividen serta penjualan saham milik daerah.
- d) Lain-lain pendapatan asli daerah yang sah antara lain hasil penjualan aset tetap dan jasa giro.

Pada pelaksanaan otonomi daerah, suatu daerah dituntut kemandirian pemerintahan daerahnya untuk dapat melaksanakan kebijakan desentralisasi fiskal secara lebih bertanggungjawab, oleh karena itu, pajak dan retribusi yang diserahkan untuk menjadi urusan pemerintah daerah dan dijadikan sebagai bagian dari kebijakan desentralisasi fiskal baik untuk provinsi maupun kabupaten/kota. Lebih jauh, pajak dan retribusi ini harus dikelola dan ditingkatkan sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD). Hal ini mengingat pajak dan retribusi merupakan Pendapatan Asli Daerah dan menjadi sumber pendanaan bagi keberlangsungan pembangunan daerah dalam kerangka otonomi daerah (Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009).

METODE PENELITIAN DAN ANALISIS

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Penelitian jenis ini berupaya untuk mengungkap suatu persoalan, keadaan atau peristiwa yang bersifat mengungkap fakta (Wiratha, 2006). Natsir (1998) mengungkapkan bahwa penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian yang berusaha mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena atau hubungan antar fenomena yang diteliti secara sistematis, faktual dan akurat. Hasil penelitian deskriptif biasa dianalisis dan disajikan dengan sistematis sehingga dapat diambil kesimpulan yang mudah dipahami. Adapun ciri-ciri penelitian deskriptif diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Pada umumnya bersifat menyajikan tampilan keadaan yang bisa mengajukan hipotesis atau tidak;

- b. Merancang pendekatannya, yang meliputi penggolongan jenis-jenis data, penentuan sampel, penentuan metode pengumpulan data, metode pengambilan data melalui kuesioner atau wawancara dan lain sebagainya.
- c. Mengumpulkan data.
- d. Menyusun laporan.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang berasal dari sumber-sumber tidak langsung. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari Dinas Pendapatan dan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPPKAD) serta ditunjang data yang dipublikasikan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Brebes. Data utama yang digunakan adalah data target dan realisasi pajak reklame di Kabupaten Brebes secara *time series* periode dari tahun 2012 sampai dengan 2017.

Adapun alat analisis yang digunakan dalam penelitian adalah:

1. Metode penghitungan pajak reklame

Pajak reklame dihitung berdasarkan peraturan daerah yang telah ditetapkan yaitu Peraturan Daerah Kabupaten Brebes No 8 Tahun 2010 tentang Pajak Daerah Kabupaten Brebes. Pada peraturan tersebut diketahui perhitungan pajak reklame adalah sebagai berikut:

$$\text{Pot.Pj.Rek} = \sum_{i=1}^n \{ \Sigma.P.Rek \times \Sigma.Uk.Pot \times Wkt \times Tr.Pj \}$$

Keterangan:

Pot.Pj.Rek = Besaran potensi penerimaan pajak reklame

$\sum_{i=1}^n$ = Penjumlahan potensi dari objek pajak ke-1 sampai ke-n

$\Sigma.P.Rek$ = Jumlah papan reklame

$\Sigma.Uk.Pot$ = Jumlah ukuran potensi

Wkt = Kurun waktu

Tr.Pj = Tarif pajak (25%)

2. Analisis trend

Guna mengetahui perkiraan/taksiran pertumbuhan realisasi penerimaan Pajak Reklame maupun pertumbuhan potensinya, maka digunakan analisis trend. Analisis trend ini digunakan untuk melakukan proyeksi dengan menggunakan dasar ilmu statistika dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta X + e$$

Keterangan :

- Y : pertumbuhan realisasi penerimaan PAD dan potensi penerimaan PAD
 α : intercept
 β : koefisien trend
X : tahun
e : *error*

3. Analisis Pertumbuhan dan Kontribusi

Menurut Syafri Daud (Abdul Halim, 2004:164), untuk menghitung laju pertumbuhan pajak reklame digunakan rumusan sebagai berikut :

$$Gt = \frac{X_t - X_{(t-1)}}{X_{(t-1)}} \times 100\%$$

Keterangan :

- Gx : Laju Pertumbuhan Pajak Reklame pertahun
 X_t : Realisasi Penerimaan Pajak Reklame pada tahun tertentu
 $X(t-1)$: Realisasi penerimaan pajak reklame pada tahun sebelumnya.

Sementara analisis kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah dan PAD, diketahui dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pajak Daerah} = \frac{X}{Y} \times 100\%$$

$$\text{Kontribusi Pajak Reklame Terhadap PAD} = \frac{X}{Z} \times 100\%$$

- Keterangan :
X : Realisasi Penerimaan Pajak Reklame
Y : Realisasi Penerimaan Pajak Daerah
Z : Realisasi Penerimaan PAD

Berikut ini merupakan tabel penilaian kriteria kontribusi Pajak Reklame :

Tabel 3.

Kriteria Kontribusi

Presentase	Kriteria
0,00%-10%	Sangat Kurang
10,10%-20%	Kurang
20,10%-30%	Sedang
30,10%-40%	Cukup Baik
40,10%-50%	Baik
> 50%	Sangat Baik

Sumber : Tim Litbag Depdagri-Fisipol UGM 1991 (Dalam Rima Adelina : 2012)

Adapun analisis efektivitas Pajak reklame Kabupaten Brebes, dapat diketahui dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Efektivitas} = \frac{\text{Realisasi Penerimaan}}{\text{Target Penerimaan}} \times 100\%$$

Tabel berikut mengelompokkan kriteria tingkat efektivitas keuangan daerah berdasarkan keputusan Kementerian Dalam Negeri tahun 1996.

Tabel 4

Kriteria Efektivitas

Persentase Efektivitas	Kriteria Efektivitas
Diatas 100%	Sangat Efektif
90% - 100%	Efektif
80% - 90%	Cukup Efektif
60% - 80%	Kurang Efektif
Kurang dari 60%	Tidak Efektif

Sumber: Kepmendagri No.690.900-327, Tahun 1996 (dalam Rima Adelina : 2012)

4. Analisis SWOT

Guna memenuhi potensi peningkatan pajak reklame kaitannya dengan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Brebes maka diperlukan evaluasi dan menganalisis peningkatan potensi sumber daya daerah dengan Analisis SWOT (Strengths, Weakneseses, Opportunities, Threats). Analisis SWOT ini dilakukan dengan mengacu pada data-data sebagai berikut:

- 1) Evaluasi APBD Kabupaten Brebes selama 5 tahun terakhir;
- 2) Evaluasi profil daerah dengan menganalisis:
 - a. Besaran Belanja Daerah;
 - b. Besaran Dana yang tersedia.
- 3) Evaluasi Kontribusi pajak reklame terhadap PAD di Kabupaten Brebes;
- 4) Evaluasi Potensi Daerah di Kabupaten Brebes.
- 5) Evaluasi penyelenggaraan pajak reklame di Kabupaten Brebes.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

1. Analisis Potensi Riil Pajak Reklame

Pajak reklame di Kabupaten Brebes di dominasi oleh jenis reklame papan, reklame kain, dan di susul reklame dengan jenis billboard dan neon box. Ke empat jenis pajak reklame tersebut banyak digunakan karena merupakan jenis reklame yang mudah dilaksanakan dan dirasa efektif sebagai media promosi para penggunanya. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan DPPKAD Kabupaten Brebes dapat diketahui nilai potensi dari pajak reklame di setiap kecamatan di Kabupaten Brebes adalah sebagai berikut:

Tabel 5.
Analisis Potensi Pajak Reklame di Kabupaten Brebes

No	Jenis Reklame	Potensi Pajak	
		Per Bulan	Per Tahun
1	Salem	9.005.986	108.071.833
2	Bantarkawung	10.560.875	126.730.500
3	Bumiayu	21.223.444	254.681.333
4	Paguyangan	4.248.667	50.984.000
5	Sirampog	2.462.569	29.550.833
6	Tonjong	4.091.639	49.099.667
7	Larangan	10.961.115	131.533.375

No	Jenis Reklame	Potensi Pajak	
		Per Bulan	Per Tahun
8	Ketanggungan	8.008.545	96.102.542
9	Banjarharjo	4.828.889	57.946.667
10	Losari	5.922.536	71.070.433
11	Tanjung	14.316.521	171.798.250
12	Kersana	6.763.778	81.165.333
13	Bulakamba	15.118.611	181.423.333
14	Wanasari	19.780.431	237.365.167
15	Songgom	4.038.778	48.465.333
16	Jatibarang	8.611.656	103.339.867
17	Brebes	37.145.188	445.742.250
Jumlah		187.089.226	2.245.070.717

Sumber : DPPKAD Kab. Brebes, 2017 (diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagai ibu kota Kabupaten, Kecamatan Brebes memiliki potensi pajak reklame yang paling tinggi yaitu sejumlah Rp. 37.145.188,- per bulan atau Rp. 445.742.250,- per tahun. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagai ibu kota kabupaten Kecamatan Brebes menjadi wilayah utama media promosi yang efektif bagi para pengusaha. Kecamatan dengan potensi pajak reklame tertinggi kedua adalah Kecamatan Bumiayu dengan nominal potensi sebesar Rp. 21.223.444,- per bulan atau Rp. 254.681.333,- per tahun. Sedangkan pada urutan tiga dan empat secara berturut ditempati Kecamatan Wanasari dan Bulakamba, hal tersebut memberikan indikasi bahwa wilayah pantura Kabupaten Brebes memiliki potensi yang dapat dimaksimalkan oleh pemerintah daerah untuk menggenjot perolehan pendapatan daerah dari pajak reklame.

Secara keseluruhan total potensi riil pajak reklame yang dapat digali oleh pemerintah daerah Kabupaten Brebes adalah sebesar Rp. 187.089.226,- per bulan atau sebesar Rp. 2.245.070.717,- per tahun. Jumlah tersebut merupakan nilai yang dapat dimaksimalkan untuk dijadikan pendapatan daerah. Hal tersebut dikarenakan pajak reklame menjadi salah satu pajak utama yang dapat dioptimalkan potensinya karena merupakan salah satu pajak yang memiliki kecenderungan (trend) positif dimana target pajak selalu dapat dilampaui dari tahun ke tahun.

2. Potensi, Target, dan Realisasi Pajak Reklame

Berdasarkan analisis potensi riil pajak reklame di Kabupaten Brebes dapat dilakukan komparasi dengan target dan realisasi pajak reklame yang telah ditetapkan. Tabel 6 sebagai berikut menjelaskan mengenai hal tersebut.

Tabel 6.
Potensi, Target dan Realisasi Pajak Reklame di Kabupaten Brebes

Potensi Pajak		Target APBD (Tahun 2017)	Persentase Target Terhadap Potensi	Realisasi	
Per Bulan	Per Tahun			Per Juni 2017	Estimasi Satu Tahun
187.089.226	2.245.070.717	900.000.000	40,09%	496.784.795	993.569.590

Sumber : DPPKAD Kab. Brebes, 2017 (diolah)

Pada tabel di atas diketahui bahwa target pajak reklame yang ditetapkan oleh pemerintah daerah Kabupaten Brebes di tahun 2017 adalah sebesar Rp. 900.000.000,- atau sebanyak 40,09% dari potensi pajak reklame selama satu tahun sebesar Rp. 2.245.070.717,-. Adapun realisasi pendapatan pajak reklame hingga bulan Juni Tahun 2017 adalah sebesar Rp. 496.784.795,- atau sudah mencapai 55,20% dari target pajak reklame yang ditetapkan pada tahun 2017.

3. Analisis Pertumbuhan dan Kontribusi Pajak Reklame

Pajak reklame menjadi salah satu sumber pemasukan daerah yang diandalkan di Kabupaten Brebes. Hal terbukti dari analisis pertumbuhan penerimaan pajak reklame di Kabupaten Brebes seperti yang dijelaskan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 7.
Pertumbuhan Realisasi Pendapatan Pajak Reklame

Tahun	Pertumbuhan (%)	Nilai Rata-rata
2013	4,69	80,27%
2014	302,12	
2015	-9,49	
2016	23,75	

Sumber: DPPKAD Kabupaten Brebes, 2017 (diolah)

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa pertumbuhan realisasi penerimaan pajak reklame di Kabupaten Brebes adalah sebesar 4,69% di tahun 2013. Pada tahun 2014 terjadi anomali kondisi dimana realisasi penerimaan pajak reklame meningkat tajam hingga mencapai 302,12%. Kondisi tersebut terjadi dikarenakan pada tahun tersebut di Kabupaten Brebes sedang gencar-gencarnya pembangunan tol, juga ditunjang dengan diselenggarakannya event-event besar

yang berkontribusi signifikan terhadap pendapatan pajak reklame. Kemudian pada tahun berikutnya, realisasi pendapatan pajak reklame mengalami perlambatan dengan tingkat persentase sebesar 9,49%. Namun kemudian kembali meningkat pada tahun berikutnya (2016) sebesar 23.75%.

Pada empat tahun pengamatan (2013-2016) pajak reklame di Kabupaten Brebes memang mengalami fluktuasi, namun memiliki kecenderungan meningkat. Secara angka rata-rata empat tahun pengamatan tingkat pertumbuhan realisasi penerimaan pajak reklame di Kabupaten Brebes adalah sebesar 80,27%. Hal tersebut menunjukkan bahwa pajak reklame masih memiliki peluang untuk terus dikembangkan sebagai salah satu penyumbang pendapatan daerah di Kabupaten Brebes.

Tabel 8.
Analisis Kontribusi dan Efektivitas Pajak Reklame

Tahun	2014	2015	2016
Kontribusi	0,34	0,27	0,30
Efektivitas	277,86	127,68	128,38

Sumber: DPPKAD Kabupaten Brebes, 2017 (diolah)

Tabel 8 merupakan rekapitulasi hasil analisis kontribusi dan analisis efektivitas pajak reklame di Kabupaten Brebes pada tahun 2014, 2015 dan 2016. Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa realisasi penerimaan pajak reklame di Kabupaten Brebes masih tergolong pada kriteria “sangat kurang” (lihat tabel 4). Hal ini menunjukkan bahwa porsi penerimaan pajak reklame masih relatif kecil apabila dibandingkan dengan sumber pemasukan lain bagi pajak daerah di Kabupaten Brebes. Meski demikian, apabila melihat hasil analisis pertumbuhan penerimaan pajak reklame yang terus tumbuh positif pajak reklame di Kabupaten Brebes masih memungkinkan untuk dioptimalkan sebagai sumber pemasukan daerah.

Sementara hasil analisis efektivitas diketahui bahwa realisasi penerimaan pajak reklame di kabupaten brebes pada tahun 2014, 2015 dan 2016 tergolong sangat efektif (lihat tabel 5) karena pada tiga tahun tersebut berada pada persentase di atas angka seratus. Pada tahun 2014 penerimaan pajak reklame di Kabupaten Brebes bahkan hampir mencapai angka 300% yang dengan kata lain hampir mencapai tiga kali lipat dari yang ditargetkan. Berdasarkan hal ini pemangku kepentingan (DPPKAD Kabupaten Brebes) selalu meningkatkan target penerimaan dari pajak reklame di setiap tahunnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka kesimpulan yang dapat diambil pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pajak Reklame di Kabupaten Brebes memiliki potensi untuk terus dioptimalkan sebagai sumber pemasukan bagi kas daerah. Beberapa kecamatan sebagai simpul kegiatan ekonomi seperti Kecamatan Brebes, Bumiayu dan beberapa kecamatan di jalur pantura menjadi andalan utama untuk memberikan kontribusi pemasukan pada pajak reklame.
2. Berdasarkan hasil analisis pertumbuhan, realisasi penerimaan pajak reklame di Kabupaten Brebes selama beberapa tahun memiliki rata-rata sebesar 80,27%. Hal ini menunjukkan pajak reklame di Kabupaten Brebes terus tumbuh positif dan memiliki potensi yang baik ke depan.
3. Berdasarkan analisis kontribusi, realisasi penerimaan pajak reklame di Kabupaten Brebes masih tergolong sangat kurang. Meski demikian, pajak reklame di Kabupaten Brebes masih sangat potensial untuk dioptimalkan karena berdasarkan hasil analisis efektivitas yang menunjukkan kriteria sangat efektif.
4. Terdapat beberapa faktor penunjang dan penghambat dalam penyelenggaraan pemungutan pajak reklame di Kabupaten Brebes yang terangkum dalam analisis SWOT. Temuan utama yang menjadi faktor penunjang adalah bahwa Kabupaten Brebes memiliki potensi besar untuk optimalisasi pemasukan dari pajak reklame. Sedangkan faktor penghambat utama adalah keterbatasan sistem dan sumber daya manusia dalam mengelola pajak daerah terutama pajak reklame.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, Lincolin. 1999. *Pengantar Perencanaan dan Pembangunan Ekonomi Daerah*. Edisi Pertama. BPFE, Yogyakarta.
- Atteng, Jovanly. David Saerang. Lidya Mawikere. 2016. *Analisis Efektivitas dan Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Manado Tahun 2011-2015. Studi Kasus Pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Manado*. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Vol. 16 No 04 Tahun 2016. Universitas Sam Ratulangi, Manado
- Husein, Umar. 1997. *Metodologi Penelitian: Aplikasi dalam Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Hendra. Peranan Sektor Pertanian Dalam Mengurangi Ketimpangan Pendapatan Antar Daerah di Provinsi Lampung. [Skripsi]. IPB, Bogor.
- Bratakusumah, Deddy Supriyady, dan Solihin, Dadang. 2001. *Otonomi Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Buletin LITBANG, Edisi 04/Tahun III/2011, Pemerintah Kota Palangkaraya.
- Freddy Rangkuti, 2001, Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Cetakan Ketujuh, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Halim, Abdul dan Abdullah, Syukriy. 2003. Pengaruh Dana Alokasi Umum (DAU) dan Pendapatan Asli Daerah (PAD) terhadap Belanja Pemerintahan Daerah: Studi Kasus Kabupaten/Kota di Jawa dan Bali. Simposium Nasional Akuntansi VI, 1140-1159.
- Kesit, Bambang Prakosa. 2003. *Pajak dan Retribusi Daerah*. UII Press. Yogyakarta.
- Mahmudi. 2010. *Manajemen Keuangan Daerah*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- OECD (1999): "Taxing Powers Of State and Local Government", OECD Publication Service, France.
- Sirojuzilam dan Mahalli, Kasyful. 2010. *Regional Pembangunan, Perencanaan, dan Ekonomi*. USU Press. Medan.
- Sugianto. 2007. *Pajak dan Retribusi Daerah*. Penerbit Grasindo. Jakarta.
- Sulistiyoningsih. 2014. Kontribusi Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Daerah (PAD) Kota Surabaya. Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi Vol. 3 No 8, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Surabaya
- Wirartha, I Made. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Yuliadi, Krishna. 2017. Analisis Kontribusi Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah di Kota Samarinda. Jurnal Administrasi Bisnis Volume 5 Nomor 4 Universitas Mulawarman, Samarinda.

- Estiani, Tri Indah, 2001, *Analisis Kinerja Keuangan Sebelum dan Selama Krisis Moneter Pada Bank yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta*, Thesis, Program Pasca Sarjana MM Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto.
- Firdaus, dan Maya Ariyanti, 2003, *Manajemen Perkreditan Bank Umum*, Alfabeta, Bandung.
- Foster, George, 1986, *Financial Statement Analysis*, 2nd edition, Prentice- Hall, Englewood Cliffs.
- Lesmana, Rico & Surjanto, 2004, *Financial Performance Analyzin*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Munawir, 2002, *Analisis Informasi Keuangan*, Liberty, Yogyakarta.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor: 7/2/PBI/2005 Tentang Penilaian Kualitas Aktiva Bank Umum.
- Ridwan, Tengku Andi, 1999, *Penggunaan Z-Score Sebagai Pendeteksi Dini Kredit Bermasalah*.
- Simorangkir, OP.EK, 1986, *Seluk Beluk Bank Komersial*, Cet. V, Aksara Persada Indonesia, Jakarta.
- Soeratno, Arsyad, 1999, *Metode Penelitian Bisnis*, Cet. Ketiga, UPP AMP YKPN, Yogyakarta.
- Surat Edaran Bank Indonesia Nomor: 7/3/DPNP tanggal 31 Januari 2005 Tentang Penetapan Kualitas Kredit.
- Sutojo, Siswanto, 2000, *Strategi Manajemen Kredit Bank Umum*, PT. Damar Mulis Pustaka, Jakarta.
- Untung, Budi SH, MM, 2000, *Kredit Perbankan di Indonesia*, Edisi II, Andi Offset, Yogyakarta.
- Wiyawan Drajad, 1998, *Analisis Z-Score Model Sebagai Salah Satu Alat Untuk Mengukur Tingkat Kesehatan Bank dan Meramal Kebangkrutan Usaha Perbankan*, Thesis, Program Pasca Sarjana MM Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.