

ANALISIS EFEKTIVITAS PAJAK REKLAME TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD) KOTA PAREPARE

*Analysis Of The Effectiveness Of Advertising Tax On Regional Original
Income (Pad) City Of Parepare*

Nurwani M¹, Sariana Damis², Sinar wahyuni³

Email : : whanynur@gmail.com¹, sarianadamis@gmail.com², sinarwahyuni79@gmail.com³
Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Parepare
Jl. Jend. Ahmad Yani, Soreang, Kota Parepare, Sulawesi Selatan, Kode Pos 91131

Abstrak

Kota Parepare merupakan salah satu daerah yang memiliki banyak masyarakat yang melakukan kegiatan bisnis secara produktif. Banyaknya kegiatan bisnis yang dilakukan oleh masyarakat di Kota Parepare membuat daerah ini ramai akan banyaknya penggunaan reklame. Reklame digunakan sebagai alat untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk-produk oleh pengusaha kepada masyarakat. Banyaknya penggunaan reklame yang terpasang membuat pajak reklame memiliki potensi dalam menyumbang peningkatan PAD Kota Parepare. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Parepare, kedua efektivitas penerimaan pajak reklame. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dokumentasi dan wawancara. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah kota Parepare pada tahun 2013-2017 yakni masih mengalami fluktuasi. Pada tahun 2013 yaitu 2,50% pada tahun 2014 1,19% pada tahun 2015 0,96% pada tahun 2016 0,86% dan pada tahun 2017 0,99%. Efektivitas Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Parepare tahun 2013-2017 telah mencapai target yang ditetapkan dan masuk kriteria sangat efektif.

Kata Kunci : Kontribusi, efektivitas, Pajak Reklame, Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Abstract

The city of Parepare is an area that has many people who carry out business activities productively. The number of business activities carried out by the community in the City of Parepare makes this area busy with the use of billboards. Advertisements are used as a tool to introduce and promote products by entrepreneurs to the public. A large number of installed billboards makes the advertisement tax have the potential to contribute to an increase in Parepare's PAD. This study aims to determine the level of advertising tax contribution to the Parepare City Original Regional Revenue, both the effectiveness of advertisement tax revenues. The data collection techniques in this study are documentation and interviews. The data analysis technique in this study used quantitative descriptive analysis. The results of this study indicate that the Contribution of Advertising Tax to Parepare City's Original Revenue in 2013-2017 is still fluctuating. In 2013 it was 2.50% in 2014 1.19% in 2015 0.96% in 2016 0.86% and in 2017 0.99%. The effectiveness of the Advertisement Tax on Parepare City's Original Regional Revenue in 2013-2017 has reached the target set and is categorized as very effective.

Keywords: Contribution, effectiveness, Advertising Tax, Local Revenue (PAD)



PENDAHULUAN

Otonomi daerah memberikan kewenangan besar kepada pemerintah daerah untuk mengelola urusan pemerintahannya sendiri. Hal ini menandai bahwa terjadi transaksi atau perpindahan kewenangan dari pemerintah pusat kepada pemerintah daerah. Adanya pelimpahan wewenang tersebut tertuang dalam Undang-Undang Nomor 23 tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah.

Menurut Undang-Undang No.32 Tahun 2004 tentang pemerintahan daerah yang dimaksud tentang Pendapatan Asli Daerah (PAD) menyebutkan bahwa pendapatan daerah yaitu semua hak daerah atau pemerintah yang telah diakui sebagai penambah nilai kekayaan bersih dalam periode anggaran tertentu.

Upaya memaksimalkan otonomi daerah dan meningkatkan pembangunan, serta mengurangi sumbangan dari pemerintah pusat, maka pemerintah daerah harus lebih meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Dalam Undang-Undang No. 33 Tahun 2004, Pendapatan Asli Daerah (PAD) terdiri dari: (a). Pajak Daerah, (b). Retribusi Daerah, (c). Hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan (d). Lain-lain PAD yang sah (meliputi hasil penjualan kekayaan daerah yang tidak dipisahkan; jasa giro; pendapatan bunga; keuntungan selisih nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing; dan komisi, potongan, ataupun bentuk lain sebagai akibat dari penjualan dan pengadaan barang atau jasa oleh daerah).

Pendapatan Asli Daerah merupakan penerimaan dari pungutan pajak daerah, retribusi daerah, hasil dari perusahaan daerah, penerimaan dari dinas-dinas dan penerimaan lainnya yang termasuk dalam Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang bersangkutan, dan merupakan pendapatan daerah yang sah. Semakin tinggi peranan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dalam pendapatan daerah merupakan cermin keberhasilan usaha-usaha atau tingkat kemampuan daerah dalam pembiayaan penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan (Suhendi, 2007).

Dalam memaksimalkan Pendapatan Asli Daerah Kota Parepare daerah perlu terus mengevaluasi efektivitas penerimaan dengan maksud untuk melihat apakah selama ini penerimaan pajak telah dilakukan secara efektif. Jika penerimaan pajak maka diperlukan kebijakan-kebijakan dari pemerintah daerah untuk dapat meningkatkan efektivitas penerimaan pajak dan kontribusinya terhadap Pajak Daerah.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu

Tempat penelitian adalah Badan Keuangan Daerah Kota Parepare. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Januari 2019 sampai Maret 2019.

Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara yaitu digunakan dengan meminta keterangan langsung dari pegawai kantor Dinas Pendapatan Daerah dan pihak-pihak yang terkait dengan tujuan penelitian
2. Dokumentasi yaitu digunakan dengan menyalin data dan dokumen yang ada di kantor Dinas Pendapatan Daerah, sehubungan dengan pengelolaan reklame.

Teknik Analisis Data

1. Analisis Kontribusi

Analisis kontribusi adalah untuk mengetahui seberapa besar kontribusi dari pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah. Semakin besar nilai kontribusi yang diberikan maka akan semakin baik kontribusi yang diberikan terhadap PAD kota Parepare. Dan sebaliknya, semakin rendah nilai yang diberikan maka kontribusi yang diberikan kurang baik. Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut ;

$$\text{Kontribusi} = \frac{\text{realisasi penerimaan pajak reklame}}{\text{PAD}} \times 100\%$$

(Sumber : Halim, 2001:263)

2. Analisis Efektivitas

Analisis efektivitas adalah guna mengetahui seberapa besar tingkat efektivitas pajak reklame terhadap PAD. Semakin tinggi nilai dari efektivitasnya maka akan semakin besar tingkat efektivitasnya, sebaliknya apabila semakin kecil nilai dari efektivitasnya maka akan semakin rendah pula nilai efektivitasnya. Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut;

$$\text{Efektifitas} = \frac{\text{realisasi penerimaan pajak reklame}}{\text{target pajak reklame}} \times 100\%$$

(Sumber : Halim, 2001:263)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini termaksud studi kasus bertujuan untuk mengetahui efektivitas pajak reklame yang terdapat di Kota Parepare. Sebelum melihat berapa besar tingkat efektivitas pajak reklame dan kontribusinya terhadap PAD di Kota Parepare tahun 2013-2017, peneliti menjabarkan data realisasi penerimaan pajak reklame di Kota Parepare tahun 2013-2017 yang diperoleh dari Badan Keuangan Daerah Kota Parepare.

1. Untuk menghitung kontribusi pajak reklame terhadap PAD Kota Parepare maka menggunakan perhitungan berikut ini:

$$\text{Kontribusi} = \frac{\text{realisasi penerimaan pajak reklame}}{\text{PAD}} \times 100\%$$

Hasil dari perhitungan kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 1
Kontribusi Pajak Reklame terhadap PAD Kota Parepare
Tahun 2013-2017

Tahun	Realisasi Pajak Reklame (Rp)	Realisasi PAD (Rp)	Kontribusi (%)
2013	1,814,376,000.00	72,462,216,859.79	2,50
2014	1,315,392,610.00	110,484,044,627.51	1,19
2015	1,143,398,610.00	118,633,980,512.35	0,96
2016	1,180,011,096.00	136,312,870,315.73	0,86
2017	1,404,668,500.00	140,604,604,048.48	0,99

Sumber : Dispenda Kota Parepare 2017, Data diolah

Kontribusi pajak reklame setiap tahun di Kota Parepare terhadap Pendapatan Asli Daerah pada tahun 2013 hingga tahun 2017 masih mengalami fluktuatif. Fluktuasi terjadi akibat naik turunnya realisasi dengan rentan waktu yang bervariasi. Oleh karena itu, meningkatnya PAD berpengaruh pada jumlah Pajak Reklame yang dapat menimbulkan kenaikan.

Berdasarkan dari tabel 1 diketahui bahwa tiap tahun kontribusi pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah dari tahun 2013-2017 masih mengalami fluktuasi. Namun pada

tahun 2013 terlihat angka yang sangat mencolok, karena realisasi sebesar Rp 72,462,216,859.79 membuat kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah mengalami peningkatan mendekati dua kali lipat menjadi 2,50% dibandingkan dengan tahun lainnya. Hal ini disebabkan karena pada tahun 2013 belum ada peraturan PERMEN PUPR Pemerintah Menteri sehingga banyak yang memasang reklame rokok, disisi lain penerimaan Pendapatan Asli Daerah pada tahun 2017 juga meningkat dari tahun sebelumnya, tetapi peningkatannya tidak sebanding dengan peningkatan penerimaan pajak reklame.

2. Efektivitas pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah (PAD)

Untuk melihat efektivitas pajak reklame terhadap PAD Kota Parepare maka menggunakan perhitungan berikut ini:

$$\text{Efektifitas} = \frac{\text{realisasi penerimaan pajak reklame}}{\text{target pajak reklame}} \times 100\%$$

Hasil dari perhitungan Pertumbuhan Pajak Reklame di Kota Parepare dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 2
Efektivitas Pajak Reklame terhadap PAD Kota Parepare
Tahun 2013-2017

Tahun	Realisasi Pajak Reklame (Rp)	Target Pajak Reklame (Rp)	Tingkat Efektivitas (%)
2013	1,814,376,000.00	1,245,000,000.00	145
2014	1,315,392,610.00	1,300,000,000.00	101
2015	1,143,398,610.00	1,000,000,000.00	114
2016	1,180,011,096.00	1,000,000,000.00	118
2017	1,404,668,500.00	1,000,000,000.00	140

Sumber Data: Data Diolah Tahun 2019

Pendapatan pajak dari pajak salah satunya yaitu reklame untuk setiap tahun di Kota Parepare pada tahun 2013 hingga tahun 2017 dapat dikategorikan sangat efektif, karena tingkat efektivitas yang dicapai diatas 100%.

Berdasarkan dari tabel 2 diketahui hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas penerimaan pajak reklame tahun 2013-2017 telah mencapai target yang ditetapkan dan masuk kriteria sangat efektif. Tingkat efektivitas pada tahun 2013 sebesar 145% (lebih dari 100%), besarnya tingkat efektivitas pada tahun 2013 menunjukkan bahwa penerimaan pajak reklame berada pada kriteria efektif. Pada tahun 2014 tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame lebih kecil dibandingkan tahun 2013, namun tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame tahun 2014 mencapai 101%. Tingkat efektivitas tahun 2014 termasuk kriteria efektif (lebih dari 100%). Namun tidak setiap tahun Pajak Reklame selalu meningkat tingkat efektivitasnya, bahkan juga kadang mengalami penurunan. Hal ini dikarenakan setiap tahun jumlah subjek maupun objek tidak selalu sama.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka kesimpulan yang digunakan yaitu:

1. Kontribusi Pajak Kontribusi pada Pajak Reklame terhadap PAD mengalami fluktuasi pada tahun 2013 sampai 2017.

2. Penerimaan Pajak Reklame setiap tahun di Kota Parepare pada tahun 2013 hingga tahun 2017 dapat dikategorikan sangat efektif.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka saran-saran yang dapat diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Pemerintah Daerah Kota Parepare selanjutnya dapat menetapkan tingkat kontribusi yang terdapat pada Pajak Reklame yang ada di Kota Parepare.
2. Untuk Pemerintah Daerah Kota Parepare agar lebih tegas menindak dan menjatuhkan sanksi kepada orang yang memasang reklame tetapi tidak mengikuti prosedur yang seharusnya. Sehingga pendapatan daerah terutama dalam penerimaan pajak reklame dapat lebih maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014, *Tentang Pemerintahan Daerah*. Republik Indonesia.
- Undang – Undang Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Otonomi Daerah
- Undang-undang No. 33 Tahun 2004 Tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah.
- Halim Abdul. 2004. Akuntansi Keuangan Daerah. Salemba Empat. Jakarta.
- Hanif Nurcholis, *Teori dan Praktik Pemerintahan dan Otonomi Daerah*, Grasindo, Jakarta, 2007. Artikel diakses pada tanggal 12 Desember 2018 <https://www.coursehero.com/file/p51r6l3/Menurut-Nurcholis-2007-182-pendapatan-asli-daerah-adalah-pendapatan-yang/>
- Mardiasmo.2009.*Perpajakan : edisi revisi 2009*.Yogyakarta:Andi. Artikel diakses pada tanggal 12 Desember 2018 <https://www.scribd.com/doc/300802778/Work-Www-PDF-s7-p-Perpajakan-edisi-revisi-2011-Mardiasmo>
- Muasaroh. 2010. *Aspek-aspek Efektifitas studi Tentang Efektifitas Pelaksanaan Program Pelaksanaan PNPM-MP*. Universitas Brawijaya Malang.
- Suhendi, Eno (2007), *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Hotel dan Restoran di Kota Yogyakarta (Tahun 1991-2005)*. Skripsi. UII. Yogyakarta.