

ANALISIS PENETAPAN TARGET DAN KONTRIBUSI PAJAK REKLAME TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD) DI KOTA PANGKALPINANG

MUHAMMAD RANDY ALVREDO

Hendarti Tri Setyo Mulyani

Arka'a Ahmad Agin

Accounting Program

STIE-IBEK Bangka Belitung

Pangkal Pinang, Indonesia

e.jurnal@stie-ibek.ac.id

Abstract- *This is a bachelor thesis compiled by Muhammad Randy Alvredo, student identification number 130150099, titled in Indonesian: " Analisis Penetapan Target dan Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Pangkalpinang" . This research was conducted in April 2020 to June 2020 in the city of Pangkalpinang.*

This study aims to determine how the potential that can still be maximized by local governments related to setting targets and knowing how much the contribution of advertisement tax to Regional Original Revenues in the City of Pangkalpinang. This research was conducted at the Regional Financial Board of the City of Pangkalpinang with data used in 2015-2019. Research data processing to determine the potential that can still be maximized is done by comparing the realization of the previous year and the realization of the following year, namely receipt of advertisement tax revenue. Analysis of the Reklame tax contribution is done by comparing the realization of the Reklame tax and the realization of the Regional Original Revenue (PAD) in the City of Pangkalpinang.

The results showed that the potential level of advertisement tax revenue in Pangkalpinang City in 2015-2019 showed that the potential that could be maximized in 2020 was Rp.4,552,370,226, - but the city government set a target in 2020 of Rp.4,130,000,000. that there is potential that can be explored again so that setting future targets can be maximized. The contribution of Reklame tax revenue to Pangkal Pinang City PAD in 2015-2019 shows that the interpretation criteria are very poor, with an average percentage of 2.43%

Keywords: *Potential Targeting, Contribution, Advertisement Tax, and Local Own Revenue (PAD)*

I. PENDAHULUAN

Pembangunan nasional merupakan salah satu proses pengembangan keseluruhan sistem penyelenggaraan negara yang harus dikembangkan secara terus menerus dengan upaya memanfaatkan segala potensi yang ada di masing-masing daerah dengan tujuan untuk meningkatkan seluruh aspek-aspek kehidupan baik masyarakat, bangsa dan negara. Pemerintah dalam mewujudkan pembangunan nasional bukan hanya tanggung jawab dari pemerintah pusat saja, tetapi pemerintah daerah juga memiliki peran yang sama untuk keberhasilan tersebut. Hal ini terlihat pada pemerintah pusat melalui otonomi kepada pemerintah daerah untuk mengelola daerahnya sendiri.

Kemandirian keuangan daerah menunjukkan kemampuan pemerintah daerah dalam membiayai sendiri kegiatan pemerintahan, pembangunan dan pelayanan kepada masyarakat. Kemandirian keuangan daerah ditunjukkan dengan besar kecilnya Pendapatan Asli Daerah (PAD) dibandingkan dengan pendapatan daerah yang berasal dari sumber lain, misalnya bantuan pemerintah pusat ataupun dari pinjaman (Halim, 2007). Kemandirian keuangan daerah didasarkan pada pendapatan asli daerah yang dihasilkan, bila daerah tersebut berhasil mengembangkan potensi riil yang ada tanpa bergantung pada pemerintah pusat maka daerah tersebut dapat dikatakan mandiri (Sarijan, 2013).

Salah satu kewenangan tersebut berkaitan dengan pengelolaan keuangan daerah yaitu tentang pemungutan pajak daerah dan retribusi daerah. Jenis pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah adalah pajak provinsi, meliputi: pajak kendaraan bermotor, bea balik nama kendaraan bermotor, pajak bahan bakar kendaraan bermotor, pajak air permukaan, pajak rokok, sedangkan pajak kabupaten/kota, meliputi: 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 (PBB-P2), dan Bea Perolehan Hak Atas Tanah dan Bangunan (BPHTB).

Pajak reklame adalah merupakan salah satu jenis pajak daerah yang di pungut oleh Kabupaten dan Kota. Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah pajak benda alat, perbuatan, atau media bentuk corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersil memperkenalkan, menganjurkan, mempermosikan atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan atau dinikmati oleh umum (UU No. 28 Tahun 2009 Pasal 1 angka 26 dan 27). Pengenaan pajak reklame tidak mutlak ada pada seluruh daerah Kabupaten Kota yang ada di Indonesia (Siahaan, 2010.381).

Kota Pangkalpinang merupakan salah satu daerah otonomi yang letaknya di Pulau Bangka. Daerah ini berada pada garis 106° 4' sampai dengan 106° 7' Bujur Timur dan garis 2° 4' sampai dengan 2° 10' Lintang Selatan dengan luas daerah seluruhnya 118,40 KM² (berdasarkan PP No.79 Tahun 2007). Terdapat banyak fasilitas penunjang yang dimiliki kota Pangkalpinang yang menjadikannya kota metropolitan dan jalur perdagangan darat maupun laut diantaranya adalah Bandara

Depati Amir dan Pelabuhan Pangkalbalam. Fasilitas inilah yang menunjang lancarnya jalur perdagangan sehingga industri di Pangkalpinang semakin hari semakin meningkat. Adanya peningkatan pada sektor industri, perdagangan dan jasa yang disebabkan oleh tunjangan fasilitas tersebut maka wadah untuk pemasaran produk pun semakin banyak di butuhkan, tidak hanya lewat media cetak, media elektronik juga semakin marak dibutuhkan. Dilihat dari beberapa tahun kebelakang pajak reklame di kota pangkalpinang mempunyai potensi yang besar yang bisa di optimalkan lagi, pemerintah diharapkan mampu mengoptimalkan potensi yang dimiliki pajak reklame salah satu yang harus dioptimalkan pemerintah daerah adalah dari segi penerapan penetapan target. Di kota Pangkalpinang target setiap tahun pajak reklame selalu tercapai namun realisasinya selalu lebih tinggi daripada target yang di tetapkan oleh pemerintah kota Pangkalpinang. Kendala yang sering terjadi karena masih banyak pelanggaran pemasangan pemasangan reklame yang harus ditertibkan, begitu juga dengan potensi penerimaan pajak baru yang harus di optimalkan

Bagi wajib pajak yang lalai membayar kewajibannya akan dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Selain itu, lembaga pemerintah juga memiliki peran yang penting dalam segi mengatur dan mengelola proses pembangunan daerah ini. Kerjasama antara pemerintah dan masyarakat tentu dapat memberikan dampak yang positif terhadap pembangunan daerah.

Pajak Reklame merupakan hal yang menarik untuk diteliti karena pajak reklame merupakan salah satu sumber pendapatan daerah yang penting karena mempunyai potensi dan kontribusi yang besar untuk dapat meningkatkan pendapatan asli daerah melalui pajak reklame. Oleh karena itu perlu dilakukan analisis potensi dan kontribusi pajak reklame di kota Pangkalpinang.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengoptimalan penetapan target pajak reklame agar bisa berkontribusi terhadap pendapatan asli daerah yang ada di kota pangkalpinang.
2. Mengetahui seberapa besar kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah kota pangkalpinang.

II. LANDASAN TEORI

A. Penetapan Target Pajak

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. Sebagaimana telah disebutkan di awal untuk menyelenggarakan pemerintahan tersebut, daerah berhak mengenakan pungutan terhadap masyarakat. Berdasarkan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang menempatkan perpajakan sebagai salah satu perwujudan kenegaraan, ditegaskan bahwa penempatan beban kepada rakyat, seperti pajak dan pungutan lain yang bersifat memaksa diatur dengan Undang-Undang. Dengan demikian, pemungutan pajak daerah harus didasarkan pada undang-undang..

B. Kontribusi Pajak Reklame

1. Kontribusi

Menurut Guritno dalam Aprianto (2017) kontribusi adalah suatu yang diberikan bersama-sama dengan pihak lain untuk tujuan biaya atau kerugian tertentu untuk bersama. Berarti dalam hal ini kontribusi dapat berupa materi atau tindakan. Berdasarkan pengertian diatas, kontribusi yang dimaksud dapat diartikan sebagai sumbangan yang diberikan pajak daerah terhadap besarnya Pendapatan Asli Daerah (PAD). Kontribusi pajak daerah merupakan sejauh mana porsi atau hasil/jumlah dana yang dikumpulkan dari sektor pajak di suatu daerah dibandingkan dengan jumlah total pendapatan daerah. Dalam mengetahui kontribusi dilakukan dengan membandingkan penerimaan pajak daerah periode tertentu dengan penerimaan PAD periode tertentu pula. Semakin besar hasilnya berarti semakin besar pula penerimaan pajak daerah terhadap PAD.

2. Pengertian Pajak

Pengertian Pajak menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Perubahan Ketiga Atas undang-undang Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan Pasal 1 Angka 1 adalah: "Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat".

3. Fungsi Pajak

Adapun fungsi pajak yaitu:

- a. Fungsi Anggaran (Fungsi *Budgetair*)
Pajak merupakan sumber pemasukan keuangan negara dengan cara mengumpulkan dana atau uang dari wajib pajak ke kas negara untuk membiayai pembangunan nasional atau pengeluaran negara lainnya.
- b. Fungsi Mengatur (Fungsi *Regulerend*)
Pajak merupakan alat untuk melaksanakan atau mengatur kebijakan negara dalam lapangan sosial atau ekonomi.

4. Syarat Pemungutan Pajak

- a. Pemungutan pajak harus adil (Syarat Keadilan)
Seperti halnya produk hukum yang lain, maka hukum pajak pun mempunyai tujuan untuk menciptakan keadilan dalam hal pemungutan pajak.
- b. Pengaturan pajak harus berdasarkan Undang-undang (Syarat Yuridis)
Sesuai dengan pasal 23 UUD 1945 yaitu pemungutan pajak yang dilakukan oleh negara yang berdasarkan undang-undang tersebut harus memberikan jaminan hukum untuk menyatakan keadilan, baik bagi negara maupun bagi warganya.
- c. Pemungutan pajak tidak mengganggu perekonomian (Syarat Ekonomis)
Pemungutan pajak harus diusahakan sedemikian rupa supaya jangan sampai mengganggu kondisi perekonomian baik kegiatan produksi, perdagangan maupun jasa.
- d. Pemungutan pajak harus efisien (Syarat Finansial)

Biaya-biaya yang dikeluarkan dalam rangka pemungutan pajak harus diperhitungkan. Jangan sampai pajak yang harus dibayarkan lebih rendah dibandingkan biaya pengurusan pajak tersebut.

5. Tata Cara Pemungutan Pajak

a. Stelsel Pajak

1) Stelsel Nyata

Pengenaan pajak didasarkan pada objek (penghasilan yang nyata), pemungutan dilakukan pada akhir tahun pajak setelah penghasilan sesungguhnya diketahui.

2) Stelsel Anggapan

Pengenaan pajak didasarkan pada suatu anggapan yang diatur undang-undang tanpa menunggu akhir tahun dan tidak berdasarkan keadaan sesungguhnya.

3) Stelsel Campuran

Merupakan kombinasi antara stelsel nyata dan stelsel anggapan. Pada awal tahun dihitung berdasarkan anggapan dan akhir tahun disesuaikan dengan keadaan yang sebenarnya.

b. Asas Pemungutan Pajak

1) Asas Domisili

Negara berhak mengenakan pajak atas seluruh penghasilan wajib pajak diwilayahnya baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri. Asas ini berlaku bagi wajib pajak dalam negeri.

2) Asas Sumber

Negara berhak mengenakan pajak atas penghasilan yang bersumber diwilayahnya tanpa memperhatikan tempat tinggal wajib pajak.

3) Asas Kebangsaan

Pengenaan pajak dihubungkan dengan kebebasan suatu negara.

c. Sistem Pemungutan Pajak

1) *Official Assessment System*

Suatu sistem pemungutan yang memberi wewenang kepada pemerintah (*fiscus*) untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh wajib pajak.

2) *Self Assessment System*

Suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada wajib pajak untuk menentukan sendiri besarnya pajak yang terutang.

3) *With Holding System*

Suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pihak ketiga (bukan *fiscus* dan bukan wajib pajak yang bersangkutan) untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh wajib pajak.

6. Teori Pemungutan Pajak

Pemerintah atau negara melakukan pemungutan pajak ada dasarnya atau teori yang mendukung yaitu:

a. Teori Asuransi

Negara dalam melakukan tugasnya, mencakup pula tugas melindungi jiwa raga dan harta benda perseorangan. Oleh sebab itu, negara disamakan dengan perusahaan asuransi, untuk mendapatkan perlindungan warga negara membayar pajak sebagai premi. Teori ini sudah lama ditinggalkan sebab jika ada timbul kerugian tidak ada pergantian secara langsung dari negara.

b. Teori Kepentingan

Menurut teori ini, pembayaran pajak mempunyai hubungan dengan kepentingan individu yang diperoleh dari pekerjaan negara. Makin banyak mengenyam atau menikmati jasa dari pekerjaan pemerintah, makin besar juga pajaknya. Teori ini meskipun masih berlaku pada retribusi sukar pula dipertahankan, sebab seorang miskin dan penganggur yang memperoleh bantuan dari pemerintah menikmati banyak sekali jasa dari pekerjaan negara, tetapi mereka justru tidak membayar pajak.

c. Teori Daya Pikul

Teori ini mengemukakan bahwa pemungutan pajak harus sesuai dengan kekuatan membayar dari wajib pajak (individu-individu). Jadi tekanan semua pajak harus sesuai dengan daya pikul wajib pajak dengan memperhatikan pada besarnya penghasilan dan kekayaan juga pengeluaran belanja wajib pajak tersebut.

d. Teori Bakti

Teori ini secara sederhana menyatakan bahwa warga negara membayar pajak karena baktinya kepada negara. Teori bakti ini juga disebut teori kewajiban mutlak. Kelemahan dari teori ini adalah negara bisa menjadi otoriter sehingga mengabaikan aspek keadilan dalam pemungutan pajak.

e. Teori Daya Beli

Teori ini menyatakan bahwa fungsi pemungutan pajak adalah mengambil daya beli dari rumah tangga negara kemudian menyalurkan kembali ke masyarakat dengan maksud untuk memelihara kehidupan masyarakat dan untuk membawa kearah tertentu. Teori ini menitik-beratkan ajarannya kepada fungsi kedua dari pemungutan pajak, yakni fungsi mengatur.

C. Pajak Negara

1. Pengertian Pajak Daerah

Pajak daerah adalah kontribusi wajib pajak 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.

2. Sumber Pajak Daerah

a. Pajak Provinsi yang terdiri dari :

1. Pajak kendaraan bermotor
2. Bea balik nama kendaraan bermotor
3. Pajak bahan bakar kendaraan bermotor
4. Pajak air permukaan
5. Pajak rokok

b. Pajak Kabupaten/ Kota

1. Pajak hotel
2. Pajak Restoran
3. Pajak Hiburan
4. Pajak Reklame
5. Pajak Penerangan jalan
6. Pajak mineral bukan logam dan batuan
7. Pajak Parkir
8. Pajak Air Tanah
9. Pajak Sarang Burung Walet
10. Pajak bumi dan bangunan perdesaan dan perkotaan
11. Bea perolehan hak atas tanah dan bangunan

D. Pendapatan Asli Daerah

1. Pengertian Pendapatan Asli Daerah

Pendapatan asli daerah adalah semua penerimaan daerah yang berasal dari sumber ekonomi asli daerah yang berupa :

a. Pajak daerah

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.

b. Retribusi Daerah

Retribusi daerah adalah pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan atau diberikan oleh pemerintah daerah untuk kepentingan orang pribadi atau badan.

c. Hasil Kekayaan Daerah yang Dipisahkan

Hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan merupakan hasil yang diperoleh dari pengelolaan kekayaan yang terpisah dari pengelolaan APBD. Jika atas pengelolaan tersebut memperoleh laba, laba tersebut dapat dimasukkan sebagai salah satu sumber pendapatan asli daerah.

d. Lain-Lain Pendapatan Asli Daerah yang Sah

Lain-lain PAD yang sah merupakan penerimaan daerah yang tidak termasuk dalam jenis pajak daerah, retribusi daerah dan hasil pengelolaan kekayaan yang dipisahkan.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian Adi (2012) berjudul Kontribusi Pajak Reklame dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Kediri. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pajak reklame di Kabupaten Kediri sangat potensial dibanding dengan pajak daerah yang lain. Hal ini bisa dilihat dari tahun ke tahun target dan realisasi selalu mengalami peningkatan. Pajak reklame memberikan kontribusi yang kecil terhadap pajak daerah Kabupaten Kediri dengan rata-rata sebesar 3,27%. Pajak reklame memberikan kontribusi yang kecil terhadap pendapatan asli daerah Kabupaten Kediri dengan rata-rata sebesar 0,93%. Upaya yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Kediri melalui DPPKAD sudah berjalan baik yaitu dengan melakukan penugasan untuk melakukan pejaringan pajak reklame di kecamatan, mengadakan penertiban dengan pihak terkait, dan mengadakan koordinasi dengan pihak KPPT dan Satpol PP untuk menjaring pengusaha untuk mengajukan ijin tetapi belum membayar pajak.

Penelitian yang dilakukan Widyaningsih (2009), berjudul Analisis Potensi Penerimaan Pajak Reklame Kota Bandung Periode 2001-2007. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa potensi penerimaan pajak reklame dari tahun 2001 hingga tahun 2002 berada di bawah target realisasi penerimaan pajak reklame, sedangkan potensi penerimaan pajak reklame pada tahun 2003 hingga tahun 2007 lebih tinggi dari target dan realisasi penerimaan pajak reklame.

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

Pada penelitian ini peneliti melakukan penelitian di Kantor Badan Keuangan Daerah (BAKEUDA) Kota Pangkalpinang dimulai dari bulan April 2020 sampai dengan Juni 2020.

B. Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini meliputi antara lain:

1. Potensi penetapan pajak Reklame yang ada di kota Pangkalpinang Potensi penetapan pajak reklame yang ada di kota Pangkalpinang menggambarkan kemampuan pemerintah daerah dalam menggali potensi pajak daerah yang masih bisa di gali agar bisa memaksimalkan potensi yang ada.
2. Kontribusi Pajak Reklame di Kota Pangkalpinang. Kontribusi digunakan untuk mengetahui sejauh mana pajak daerah yaitu pajak Reklame memberikan sumbangan dalam penerimaan PAD. Dalam mengetahui kontribusi dilakukan dengan membandingkan penerimaan pajak daerah periode tertentu dengan penerimaan PAD periode tertentu pula. Pendapatan Asli Daerah (PAD).
3. Pendapatan asli daerah secara singkat adalah pendapatan yang diperoleh daerah berdasarkan peraturan daerah. Pendapatan asli daerah adalah semua penerimaan daerah yang berasal dari sumber ekonomi asli daerah yang berupa pajak daerah, retribusi daerah, hasil kekayaan daerah yang dipisahkan dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penulisan ini adalah :

- a. Data Kualitatif, yaitu data yang diperoleh yang bukan dalam bentuk angka-angka tetapi dalam bentuk lisan maupun tertulis seperti gambaran umum pembentukan Badan Keuangan Daerah Kota Pangkalpinang, pembagian tugas masing-masing bidang di Badan Keuangan Daerah Kota Pangkalpinang dan lain-lain.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data atau informasi yang diperoleh secara langsung dari tempat penelitian untuk mendapatkan data konkrit sesuai dengan permasalahan dan data sekunder, yaitu data yang diperoleh dengan cara mengumpulkan dokumen-dokumen serta arsip-arsip laporan yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan beberapa tahap teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Wawancara

Menurut Riyanto (2010:82) interview atau wawancara merupakan metode pengumpulan data yang menghendaki komunikasi langsung antara penyelidik dengan subyek atau responden. Menurut Afifuddin (2009:131) wawancara adalah

metode pengambilan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada seseorang yang menjadi informan atau responden

2. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variable berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar dan sebagainya (Arikunto, 2006). Metode dokumentasi adalah pengumpulan data dengan cara melihat, membaca, mempelajari, kemudian mencatat data yang sudah ada hubungannya dengan objek penelitian.

E. Teknik Analisis Data

a. Analisis Potensi pajak Reklame.

Definisi potensi menurut Kamus Bahasa Indonesia (2008:1207) adalah:

“Potensi adalah daya kekuatan; kemampuan; kesanggupan.”

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa potensi pajak reklame yang dimaksud adalah segala kemampuan yang dimiliki pajak reklame untuk menjadi sumber penerimaan bagi suatu daerah, sehingga pajak reklame dapat pula dikatakan sebagai target penerimaan pajak reklame yang telah ditetapkan oleh Dinas Pendapatan Daerah Kota Pangkalpinang berdasarkan hasil perhitungan yang akan dicapai dalam suatu periode.

b. Analisis kontribusi pajak reklame.

Kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD), dapat dihitung dengan rumus :

$$Kontribusi = \frac{\text{Realisasi Penerimaan Reklame}}{\text{Realisasi Penerimaan PAD}} \times 100\%$$

Sumber : Galih Wicaksono (2017)

Untuk mengukur kontribusi, maka digunakan indikator sebagai berikut:

Tabel 2
Nilai Interpretasi Kontribusi

Persentase %	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 : Galih Wicaksono (2017)

IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

1. Potensi pajak reklame

Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Keuangan Daerah Kota Pangkalpinang, hasil persentase efektivitas penerimaan pajak bumi dan bangunan perdesaan dan perkotaan di Kota Pangkalpinang dapat dilihat pada Tabel 3:

Tabel 2

A. Realisasi penerimaan pajak reklame 5 tahun terakhir

No	Tahun Anggaran	Realisasi (Rupiah)
1	2015	2.718.778.296
2	2016	3.472.801.379
3	2017	4.110.253.399
4	2018	4.216.604.473
5	2019	4.183.587.030

B. Tabel IV.2. Presentasi Kenaikan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Kota Pangkalpinang Tahun 2015-2019

No	Tahun Anggaran	Prosentase Kenaikan (%)
1	2015/2016	18,02
2	2016/2017	15,50
3	2017/2018	2,52
4	2018/2019	-0,78

Dari tabel di atas dapat di lihat bahwa realisasi penerimaan pajak reklame terjadi kenaikan sebesar 18,02 % pada tahun 2016. Pada tahun 2017 terjadi penurunan sebesar 15,50 % dan pada tahun 2018 terjadi penurunan yang sangat jauh yaitu sebesar 2,52 % dan pada tahun 2019 terus menurun lagi sebesar -0,78 %.

C. Menghitung Rata-rata Tingkat Kenaikan

$$XT = \frac{18,02+15,50+2,52+-0,78}{4} = 8,815 \%$$

Analisis potensi pajak reklame yang bisa di dapatkan di tahun 2020

$$2020 = (100\% + 8,815\%) \times 4.183.587.030 = Rp. 4.552.370.226,-$$

Berdasarkan hasil analisis perhitungan tersebut maka dapat di ketahui potensi penerimaan pajak reklame yang bisa didapatkan pemerintah kota Pangkalpinang pada tahun 2020 adalah sebesar Rp.4.552.370.226,00. Dengan data ini diharapkan

pemerintah Kota pangkalpinang bisa memaksimalkan lagi potensi tidak memandang target yang telah di tetapkan pemerintah.

2. Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Tabel 3

Kontribusi REKLAME terhadap Pajak Daerah Kota Pangkalpinang

Tahun	Realisasi Penerimaan REKLAME (Rp)	Realisasi Penerimaan PAD (Rp)	Persentase (%)	Kategori Kontribusi
2015	2.718.778.296	135.305.782.559,87	2,00%	Sangat Kurang
2016	3.472.801.379	136.257.398.973,11	2,54%	Sangat Kurang
2017	4.110.253.399	173.947.112.861,17	2,36%	Sangat Kurang
2018	4.216.604.473	167.131.991.665,8	2,52%	Sangat Kurang
2019	4.183.587.030	155.116.318.111,2	2,69%	Sangat Kurang
Jumlah	18.702.024.577	767.758.604.171,33	2,43%	
Rata-rata	3.740.404.915,54	153.551.720.834,266	2,43 %	Sangat Kurang

Sumber : BAKEUDA Kota Pangkalpinang 2020

Berdasarkan tabel IV.3 dapat dilihat bahwa kontribusi REKLAME terhadap PAD mengalami peningkatan dan penurunan. Rata-rata tingkat kontribusi REKLAME terhadap PAD selama 5 (lima) tahun adalah sebesar 2,43% yang mana berdasarkan Kepmendagri No.690.900.327 berada dalam kategori sangat kurang. Tahun 2015 tingkat kontribusi REKLAME terhadap PAD berada dalam kategori sangat kurang, yaitu 2,00%. Tahun 2015-2016 terjadi kenaikan kurang dari 1% yaitu 0,54%. Kenaikan pada tahun 2015 terjadi dikarenakan pemerintah mulai berupaya memajukan tingkat kontribusi dengan melakukan pembaharuan data serta mencari potensi-potensi yang bisa dimaksimalkan lagi untuk menambah PAD.

Tahun 2016 tingkat kontribusi REKLAME terhadap PAD sebesar 2,54% dengan kategori sangat kurang. Namun jika dilihat pada tahun 2016-2017 terjadi penurunan lagi sebesar 0,18%. Pemerintah mulai mengoptimalkan tingkat kontribusi REKLAME pada tahun 2016 dengan menggali potensi-potensi pajak REKLAME seperti potensi yang pada program pendataan wajib pajak yang belum melaporkan reklame yang mereka pasang bisa meningkatkan potensi pajak reklame agar bisa berkontribusi untuk PAD.

Pada tahun 2017 kontribusi REKLAME terhadap PAD berada pada kategori sangat kurang, yaitu sebesar 2,36%. Terjadi peningkatan kontribusi reklame terhadap PAD pada tahun 2017-2018 sebesar 0,16%. Peningkatan kontribusi pada tahun 2017 dikarenakan pendataan wajib pajak baru dan wajib pajak lama yang belum membayarkan kewajibannya

terlaksana dengan baik dengan cara penertipan reklame-reklame yang belum dibayarkan. Selanjutnya pada tahun 2018-2019 terjadi peningkatan sebesar 0,17%.

Tahun 2019 kontribusi REKLAME terhadap PAD berada dalam kategori sangat kurang yaitu dengan persentase sebesar 2,69%. Penurunan kontribusi ini juga disertai dengan penurunan jumlah realisasi pajak REKLAME dari beberapa tahun terakhir. Secara keseluruhan dari tahun 2015-2019 angka kontribusi pajak menunjukkan angka dibawah 20%. Ini berarti, kontribusi REKLAME Kota Pangkalpinang terhadap PAD masih dalam kriteria kurang yang berada dalam persentase 10,00%-20%. Walaupun tingkat efektivitas pajak PBB-P2 sangat efektif dengan rata-rata efektivitasnya sebesar 121,07% tetapi dengan kriteria kontribusi yang tergolong sangat kurang, pemerintah diharuskan untuk lebih mengoptimalkan lagi potensi-potensi dari REKLAME. Salah satunya dengan menyadarkan wajib pajak akan pentingnya membayar pajak mengingat jumlah wajib pajak setiap tahunnya selalu meningkat.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan sebelumnya maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Tingkat potensi penetapan Pajak REKLAME Kota Pangkalpinang tergolong kurang terlaksana dengan baik dikarenakan target yang ditetapkan selama ini selalu kurang dari realisasinya. Target yang ditetapkan oleh pemerintah kota pangkalpinang tahun 2020 sebesar Rp.4.130.000.000,- dan potensi yang bias di realisasikan oleh pemerintah kota Pangkalpinang adalah Rp. 4.552.370.226,- dengan melakukan metode perhitungan potensi pajak dari tahun 2015 sampai dengan tahun 2019. Setiap tahun terjadi kenaikan jumlah investor yang masuk dan banyak usaha – usaha baru yang membuat potensi pembuatan reklame di kota Pangkalpinang semakin bertambah, namun bukan berarti terjadi kenaikan juga terhadap penerimaan pajak reklame yang ada di kota Pangkalpinang.
2. Kontribusi Pajak Reklame selama 5 tahun terakhir (2015-2019) berada pada kategori sangat kurang. Kontribusi tertinggi berada pada tahun 2019 dengan nilai presentase sebesar 2,69% dan yang terendah berada pada tahun 2015 yaitu dengan presentase sebesar 2,00%. Rata-rata realisasi penerimaan pajak Reklame selama tahun 2015-2019 adalah sebesar Rp. 3.740.404.915,54,- dan rata-rata realisasi penerimaan PAD sebesar Rp. 153.551.720.834,266,-. Dari nilai rata-rata penerimaan pajak Reklame dan rata-rata realisasi PAD tersebut, maka didapat rata-rata kontribusi Pajak Reklame terhadap PAD selama 5 tahun (2015-2019) sebesar 2,43%. Rendahnya tingkat kontribusi pajak Reklame terhadap PAD dikarenakan realisasi penerimaan PAD lebih besar dibandingkan dengan realisasi penerimaan pajak Reklame. Sumber-sumber PAD tidak hanya terdiri dari sector pajak Reklame. PAD terdiri dari 4 sektor yang di kelola pemerintah kota termasuk pajak daerah di dalamnya. Pajak daerah kemudian terbagi lagi menjadi

11 jenis objek pajak yang termasuk juga pajak Reklame salah satunya.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah dibahas dalam penelitian ini, maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Perlu melakukan pendataan secara rutin terhadap objek pajak reklame yang sudah ada sehingga dapat diketahui potensi yang sebenarnya melalui data objek pajak tersebut. Selain itu proses penetapan target harusnya memperhatikan potensi yang sebenarnya bisa digali lagi sehingga Badan Keangan Daerah Kota Pangkalpinang Khususnya pada bidang pendapatan akan terpacu untuk mencapai target tersebut dan dapat meningkatkan penerimaan pajak reklame guna memaksimalkan pendapatan pajak daerah.
2. Perlu melakukan sosialisasi secara rutin terhadap wajib pajak guna meningkatkan kesadaran wajib pajak terhadap kewajibannya dalam hal ketaatan pembayaran pajak tepat waktu dan tepat jumlah. Badan Keuangan Daerah juga diharap mampu memberikan sanksi tegas terhadap wajib pajak yang kurang taat dalam melaksanakan kewajibannya. Badan Keuangan Daerah juga perlu mengadakan pelatihan rutin terhadap khususnya staf Bidang pendapatan guna meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia para staf tersebut, memperhatikan sarana khususnya komputerisasi dan melakukan perekrutan staf berkompeten yang sudah memiliki lisensi.

DAFTAR PUSTAKA

1. Adi, N, B. 2012. Kontribusi Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Di Kabupaten Kediri (Studi Kasus Pada Dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Kediri).
2. Aprianto, Eko. 2017. Analisis Efektivitas, Kontribusi, dan Potensi Pajak Daerah Untuk Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (Studi Pada Dinas Pendapatan Asli Daerah Provinsi Lampung). Skripsi. Lampung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung. Diakses 25 Febuari 2020.
3. Bisnis Indonesia, 21 April, 2012. *Potensi Pajak Reklame Besar*, hlm. 10.
4. Halim, Abdul. (2007). *Akuntansi Keuangan Daerah*. Jakarta: Salemba Empat.
5. rma sulistiani rusdy. 2014. Analisis Potensi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Makasar. Diakses 13 Febuari 2020.
6. Siahaan, M.P. 2013. *Pajak Daerah dan Retibusi Daerah Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.