

Analysis of the Potential and Effectiveness of Advertising Tax Revenue in Sumedang Regency

Putri Anisa Agustina¹, Apiatno², Lilis Kartika³

^{1,2,3}Universitas Sebelas April Sumedang

putrianisaagustina@gmail.com, apiatno@stie11april-sumedang.ac.id, imeldakartika38@gmail.com

Article Info

Article history:

Received Sep 09, 2020

Revised Sep 25, 2020

Accepted Okt 28, 2020

Keywords:

potential, effectiveness, advertising tax

ABSTRACT

Sumedang Regency is one of the regions with a relatively low percentage of advertisement tax revenue compared to other sources of tax revenue. The potential for advertising tax revenue is proportional to the development of business activities that use billboards to introduce products produced by entrepreneurs to the public. This is based on this study aims to determine how the potential for advertisement tax and the effectiveness of advertisement tax revenue in Sumedang Regency. The research method uses a descriptive quantitative approach, the sample object of this research is advertisement tax which is selected purposively. Data collection techniques with documentation, observation, and interviews. Research data analysis using descriptive statistics. The results show that the potential value of the advertisement tax is greater than the realization of advertisement tax revenue, the average development of the potential advertisement tax per year is 2.5%, which is greater than the realization of its revenue of 1.1%. The development of the number of advertisements on average each year increased by 4.7%, and the highest development of the types of advertisements was the type of billboards (sticking) by 13.3%, while the development of the lowest types of advertisements was the types of billboards by 0.5%. Then based on the realization ratio and the advertisement tax target, the effectiveness of advertisement tax revenue is in the "effective" category with an average value of 100% effectiveness.



Copyright © 2022 SINTESA. All rights reserved.

Corresponding Author:

Putri Anisa Agustina,
Program Studi Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Jl. Angrek Situ No.19 Sumedang. Telp. (0261) 205524
Email: putrianisaagustina@gmail.com

PENDAHULUAN

Penerimaan negara adalah uang yang masuk ke kas negara (UU No 17 Tahun 2003). Pajak merupakan salah satu penerimaan terbesar di negara Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat pada Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) setiap tahunnya. Oleh karena itu, penerimaan negara dari sektor pajak perlu mendapatkan perhatian yang serius dan sungguh-sungguh. Pemerintah dalam hal ini perlu pengawasan agar tidak terjadi kebocoran dalam pemungutannya. Semua itu dapat terlaksana dengan adanya partisipasi dari semua pihak, selain dari pihak yang berwenang dalam hal pengawasan pajak juga harus dari masyarakat itu sendiri agar pajak tersebut dapat dibayarkan sesuai dengan peraturan perundang-undangan dan tidak ada penyelewengan di dalam pembayaran pajak, sehingga terciptanya kecepatan pembangunan daerah tersebut. Pembiayaan pemerintah daerah dalam melaksanakan tugas pemerintahan dan pembangunan senantiasa memerlukan sumber penerimaan yang dapat diandalkan. Kebutuhan ini semakin dirasakan oleh daerah terutama sejak diberlakukannya otonomi daerah di Indonesia. Dengan adanya otonomi, daerah dipacu untuk dapat berkreasi mencari sumber penerimaan daerah yang dapat mendukung pembiayaan pengeluaran daerah. Sektor pajak merupakan pilihan yang sangat tepat, selain karena jumlahnya yang relatif stabil tetapi juga merupakan cerminan partisipasi aktif masyarakat dalam membiayai pembangunan. Salah satu sumber pendapatan daerah yang dapat digali dalam rangka peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Dari berbagai alternatif penerimaan daerah, Undang-Undang tentang penerimaan daerah dan juga tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintahan Pusat dan Daerah, menetapkan Pajak dan Retribusi Daerah sebagai sumber PAD yang bersumber dari dalam daerah itu sendiri. Sektor pajak sebagai salah satu sumber penerimaan negara yang sangat potensial. Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 : Pajak Daerah,

yang selanjutnya disebut pajak, 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. Pemerintah daerah dituntut untuk memperhatikan penerimaan pajak daerah agar tidak terjadi kebocoran dalam meningkatkan setiap potensi pajak daerah yang ada, serta memperhatikan efektivitas penerimaan pajak daerahnya. Efektivitas pajak secara tidak langsung juga menunjukkan seberapa besar keberhasilan daerah dalam mengumpulkan penerimaan pajak dari potensi yang dimilikinya. Semakin kecil selisih antara penerimaan pajak yang sebenarnya dengan potensi pajak yang ada maka berarti semakin efektiflah administrasi perpajakan daerah. Kabupaten Sumedang merupakan salah satu daerah yang memiliki masyarakat yang melakukan banyak kegiatan bisnis secara produktif. Banyaknya kegiatan bisnis yang dilakukan oleh masyarakat, membuat daerah ini ramai oleh 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 Kabupaten Sumedang. Media reklame dianggap sebagai alternatif pemasaran yang menguntungkan dan sangat efektif. Reklame dianggap mampu menarik calon konsumen karena reklame dapat diakses oleh semua pihak. Hal ini menjadikan reklame sebagai salah satu potensi dan perlu untuk diperhatikan oleh pemerintah, baik dalam hal pemberian aturan dan tarif pemasangan reklame yang diatur oleh undang-undang maupun peraturan daerah. Pajak reklame seharusnya mempunyai potensi yang cukup besar untuk mempengaruhi penerimaan pendapatan daerah. Oleh karena itu, pemerintah daerah diharapkan mampu mengoptimalkan potensi yang dimiliki pajak reklame. Hal tersebut dikarenakan banyaknya kegiatan bisnis yang dilakukan oleh masyarakat di Kabupaten Sumedang yang memerlukan media promosi untuk memasarkan produknya, sehingga dapat digunakan sebagai objek dari penerimaan pajak reklame. Berikut ini target dan realisasi penerimaan pajak reklame di Kabupaten Sumedang selama lima tahun berturut-turut tahun (2015-2019) berdasarkan data dari Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah (BAPPENDA) Kabupaten Sumedang:

Tabel 1.2 Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame_Kabupaten Sumedang Tahun 2015-2019

No	Tahun	Target (Rp)	Realisasi (Rp)
1	2015	2.300.000.000	2.380.625.825
2	2016	2.450.000.000	2.388.440.683
3	2017	2.471.188.725	2.610.249.592
4	2018	2.471.188.725	2.507.376.959
5	2019	2.700.000.000	2.483.426.885

Sumber : BAPPENDA Kabupaten Sumedang

Dari tabel 1.2 tersebut di atas dapat diperoleh gambaran mengenai target dan realisasi penerimaan pajak reklame di Kabupaten Sumedang selama 5 (lima) tahun terakhir yaitu tahun 2015 sampai dengan 2019 cenderung fluktuatif. Kondisi penerimaan pajak reklame di Kabupaten Sumedang tidak sesuai dengan yang diharapkan, dimana realisasi penerimaan pajak reklame cenderung berfluktuatif dari target yang telah ditetapkan, hal ini menunjukkan bahwa potensi pajak reklame di Kabupaten Sumedang cukup besar namun pengelolaan pajaknya belum optimal dan berpengaruh pada penerimaan PAD Kabupaten Sumedang. Sehingga pemerintah harus mampu mengoptimalkan penerimaan pajak reklame tersebut, yang hasilnya dapat dipergunakan sebagai penunjang pelaksanaan pembangunan dan pelayanan publik di Kabupaten Sumedang.

TINJAUAN PUSTAKA

Pajak

Menurut Prof. Dr. Rochmat Soemitro dalam bukunya Resmi (2019:1) menjelaskan pengertian pajak yaitu : "Pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal balik (kontaprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang

digunakan untuk membayar pengeluaran umum”. Definisi tersebut kemudian disempurnakan bahwa “Pajak adalah peralihan kekayaan dari pihak rakyat kepada kas negara untuk membiayai pengeluaran rutin dan “surplus”-nya digunakan untuk *public saving* yang merupakan sumber utama untuk membiayai *public investment*.”

Pajak Reklame

Pengertian pajak reklame menurut Peraturan Daerah Kabupaten Sumedang Nomor 8 Tahun 2010 tentang Pajak Daerah Bab I Pasal 1 angka 14 dan 15 adalah: “Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum”.

Potensi

Definisi potensi menurut Kamus Bahasa Indonesia (2008) adalah: “Potensi adalah kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan, kekuatan, kesanggupan, daya”. Sehingga potensi pajak reklame adalah kemampuan yang dimiliki oleh pajak reklame untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah yang memiliki kontribusi penting dalam pembangunan daerah bersangkutan. Potensi pajak reklame ini dapat dikatakan pula target penerimaan pajak reklame yang ditargetkan oleh Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah (BAPPENDA) Kabupaten Sumedang berdasarkan hasil perhitungan yang akan dicapai dalam suatu periode.

Efektivitas

Menurut Mardiasmo (2018:168) “efektivitas adalah ukuran berhasil tidaknya suatu organisasi mencapai tujuannya. Apabila suatu organisasi berhasil mencapai tujuan, maka organisasi tersebut dikatakan telah berjalan dengan efektif”.

Efektivitas menggambarkan kemampuan pemerintah daerah dalam merealisasikan pajak reklame yang dianggarkan dibandingkan dengan target yang ditetapkan berdasarkan potensi riil daerah. Kemampuan daerah dalam melaksanakan tugas dikategorikan efektif apabila rasio yang dicapai minimal sebesar 1 (satu) atau 100% (Sripradita, 2014).

Tabel 2.1 Kriteria Efektivitas

Presentase Efektivitas	Kriteria Efektivitas
>100	Sangat Efektif
90-100	Efektif
80-90	Cukup Efektif
60-80	Kurang Efektif
<60	Tidak Efektif

Sumber: Kepmendagri No.690.900.327 tahun 1996 (Dwindra dalam Primandari dan Dahlia (2020))

METODE PENELITIAN

Metode yang Digunakan

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Metode tersebut digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan/memaparkan mengenai potensi dan efektivitas penerimaan pajak reklame melalui analisis pertumbuhan setiap variabel serta melihat hubungan antar variabel tersebut.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Pemerintah Kabupaten Sumedang, dengan subjek penelitian yaitu Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah (BAPPENDA) Kabupaten Sumedang.

Sumber Data

- a. Sumber data primer: diperoleh dengan melakukan wawancara dengan pegawai Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah (BAPPENDA) Kabupaten Sumedang terkait dengan masalah dan objek yang akan diteliti, yaitu jumlah

reklame, ukuran/luas reklame, lama pemasangan pada setiap jenis reklame, tarif reklame, harga nilai strategis pemasangan reklame dan bagaimana kondisi rill tentang pajak reklame di Kabupaten Sumedang.

- b. Sumber data sekunder; berupa data pajak terkait target dan realisasi penerimaan pajak reklame dan pajak daerah di Kabupaten Sumedang tahun 2015-2019.

Teknik Pengumpulan Data

- a. Dokumentasi
- b. Wawancara
- c. Observasi

Teknik Penentuan Data

- a. Populasi : data laporan berupa target dan realisasi penerimaan pajak daerah di Kabupaten Sumedang.
- b. Sampel : data berupa target dan realisasi penerimaan pajak reklame Kabupaten Sumedang tahun anggaran 2015 – 2019.

Teknik Analisis Data

Menggunakan statistik deskriptif dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Mempelajari dan menganalisa data target pajak reklame dan realisasi penerimaan pajak reklame Kabupaten Sumedang melalui data yang diperoleh dari Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Sumedang
2. Menggunakan analisis potensi dan efektivitas sebagai alat pengukur potensi dan efektivitas dalam penelitian ini
3. Menarik kesimpulan dan hasil penelitian yang telah diperoleh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Potensi Pajak Reklame

a. Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Kabupaten Sumedang

Untuk mengetahui target dan realisasi penerimaan pajak reklame tahun 2015 sampai dengan 2019, maka dapat dilihat dari tabel dibawah ini :

Tabel 4.1 Target dan Realisasi Pajak Reklame

No	Tahun	Target	Realisasi
1	2015	2,300,000,000.00	2,380,625,825.00
2	2016	2,450,000,000.00	2,388,440,683.00
3	2017	2,471,188,725.00	2,610,249,592.00
4	2018	2,471,188,725.00	2,507,376,959.00
5	2019	2,700,000,000.00	2,483,426,885.00

Sumber : BAPPENDA Kabupaten Sumedang

Dapat dilihat dari tabel di atas bahwa penerimaan pajak reklame Kabupaten Sumedang cukup besar, akan tetapi dari tabel tersebut bahwa nilainya tidak stabil. Dapat dilihat tahun 2015 sampai dengan 2019 apa yang telah ditargetkan pemerintah realisasinya belum dapat tercapai secara optimal. Pemerintah belum dapat mencapai target yang ditetapkan karena masih adanya permasalahan, tetapi untuk tahun 2017 terjadi *progress* yang sangat signifikan bahwa realisasi yang diperoleh melebihi target yang telah ditetapkan dan menjadi tahun realisasi pajak reklame tertinggi selama 5 tahun terakhir, sebesar

Rp. 2.610.249.592. Perhitungan pajak reklame yang dilakukan Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Sumedang menggunakan Peraturan Bupati Kabupaten Sumedang Nomor 52 Tahun 2011 tentang Petunjuk Teknis Penyelenggaraan Pemasangan dan Perhitungan Nilai Sewa Reklame dengan tarif 25%. Ketetapan NJOPR, Jenis Reklame, Harga Dasar Ukuran Objek Pajak Reklame, Harga Dasar Ketinggian Reklame dan NSPR ditetapkan dengan Keputusan Bupati Sumedang Nomor: 973/Kep.356-DPPKAD/2011.

b. Hasil Perhitungan Potensi Pajak Reklame

Setelah diketahui target dan realisasi penerimaan pajak reklame yang diperoleh Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Sumedang tahun 2015 sampai dengan 2019, selanjutnya akan dilakukan perhitungan potensi pajak reklame yang dihitung oleh peneliti. Setelah didapat hasil potensi yang dihitung peneliti, maka selanjutnya dilakukan perbandingan antara target dan realisasi yang diperoleh BAPPENDA dengan hasil perhitungan potensi pajak reklame yang dihitung peneliti, hal ini dilakukan agar dapat diketahui hasil perhitungan mana yang lebih besar juga untuk mengetahui potensi pajak reklame yang sebenarnya yang ada di Kabupaten Sumedang. Untuk menghitung penerimaan pajak reklame yang seharusnya diterima Kabupaten Sumedang, untuk itu cara menghitung potensi pajak reklame :

potensi Pajak Reklame (PPrk) = R x S x D x Pr
 Keterangan:
 PPrk : Potensi pajak reklame
 R : Jumlah reklame
 S : Ukuran potensi pajak reklame
 D : Jangka waktu pemasangan reklame
 Pr : Tarif reklame

Dengan rumus diatas, peneliti dapat mengetahui potensi pajak reklame sebenarnya yang ada di Kabupaten Sumedang.

Tabel 4.10 Potensi Pajak Reklame Kabupaten Sumedang

Tahun	Potensi Pajak Reklame
2,015	3.259.725.000
2,016	3.381.900.000
2,017	3.530.900.000
2,018	3.581.050.000
2,019	3.601.875.000

Sumber: Diolah Peneliti

Dapat dilihat dari tabel 4.10 menunjukkan bahwa potensi pajak reklame tahun 2015-2019, bahwa potensi pajak reklame yang ada cukup besar, setelah dilakukan perhitungan tiap tahun potensi pajak reklame selalu mengalami peningkatan. Kenaikan potensi pajak reklame terbesar yaitu terjadi pada tahun 2019 sebesar Rp.3.600.875.000. Setelah diketahui realisasi yang diterima Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Sumedang tahun 2015-2019 dengan hasil perhitungan potensi pajak reklame yang dihitung peneliti, selanjutnya dilakukan perbandingan antara keduanya hasil manakah yang lebih besar. Untuk itu dapat dilihat dari tabel dibawah ini :

Tabel 4.11 Perbandingan Target, Realisasi, dan Potensi Pajak Reklame Kabupaten Sumedang Tahun 2015-2019

No	Tahun	Target Pajak Reklame	Realisasi Pajak Reklame	Perkembangan Realisasi Pajak Reklame	Potensi Pajak Reklame	Perkembangan Potensi Pajak
		(Rp)	(Rp)	(%)	(Rp)	(%)
1	2015	2.300.000.000	2.380.625.825	-	3.259.725.000	-
2	2016	2.450.000.000	2.388.440.683	0,32	3.381.900.000	3,74
3	2017	2.471.188.725	2.610.249.592	9,28	3.530.900.000	4,40
4	2018	2.471.188.725	2.507.376.959	-3,94	3.581.050.000	1,42
5	2019	2.700.000.000	2.483.426.885	-0,95	3.601.875.000	0,58
Jumlah		12.392.307.450	12.370.119.944	4,71	17.355.450.000	10,14

Sumber: Diolah Peneliti

$$\begin{aligned}
 \text{Rata-rata perkembangan potensi pajak reklame} &= \frac{\text{Jumlah seluruh data}}{\text{Banyak data}} \\
 &= \frac{3,74 + 4,40 + 1,42 + 0,58}{4} \\
 &= 2,535\%
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Rata-rata perkembangan realisasi pajak} &= \frac{\text{Jumlah seluruh data reklame}}{\text{Banyak data}} \\
 &= \frac{0,32 + 49,28 + (-3,94) + (-4,71)}{4} \\
 &= 1,177\%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel 4.11 hasil perbandingan diatas, disebutkan bahwa nilai potensi pajak reklame dari tahun 2015-2019 yang dihitung peneliti selalu lebih besar dibandingkan dengan realisasi yang diterima BAPPENDA Kabupaten Sumedang. Selisih yang terjadi cukup jauh dari hasil perbandingan tersebut, dapat dilihat dari tabel tahun 2015-2019 BAPPENDA memperoleh total realisasi pajak reklame sebesar Rp.12.370.119.944 sedangkan perhitungan total potensi pajak reklame tahun 2015-2019 sebesar Rp.17.355.450.000, terdapat selisih Rp.4.985.330.056. Dan apabila dibandingkan antara total target pajak reklame yang dibuat oleh BAPPENDA dengan potensi pajak reklame juga terdapat selisih yang cukup besar, total target pajak reklame tahun 2015 - 2019 sebesar Rp.12.392.307.450, sedangkan total potensi pajak reklame sebesar Rp.17.355.450.0000, terdapat selisih sebesar Rp.4.963.142.550 antara target pajak reklame dan potensi pajak reklame di Kabupaten Sumedang. Untuk rata-rata perkembangan potensinya sebesar 2,5% lebih besar dari rata-rata perkembangannya yaitu sebesar 1,1%. Hal ini mengindikasikan bahwa masih terbuka peluang bagi Kabupaten Sumedang untuk meningkatkan penerimaan pajak reklame. Selain itu, dapat dilihat grafik dibawah ini mengenai gambaran perbandingan target, realisasi, dan potensi pajak reklame Kabupaten Sumedang tahun 2015 hingga 2019 : Potensi pajak reklame di Kabupaten Sumedang ternyata belum dapat digali secara optimal oleh BAPPENDA dan dalam menetapkan target pajak reklame terlalu rendah untuk tahun 2015-2019 padahal ternyata potensi pajak reklame jauh lebih besar dari target yang ditetapkan BAPPENDA. Dalam menetapkan target pajak reklame, BAPPENDA diharapkan memperhatikan potensi pajak reklame yang ada setelah itu disinkronkan dengan target yang ditetapkan, tujuannya adalah supaya BAPPENDA menjadi terpacu untuk meningkatkan penerimaan pajak reklame. Berdasarkan unsur-unsur yang memerlukan perhitungan potensi pajak reklame maka potensi pajak reklame dapat dijelaskan

secara lebih rinci sebagai berikut:

Tabel 4.12
Perkembangan Jumlah Reklame
Kabupaten Sumedang Tahun 2015-2019

Tahun	Jumlah Reklame	Perubahan	Perkembangan Jumlah Reklame (%)
2015	1.809	-	-
2016	1.879	70	3,87
2017	1.922	43	2,29
2018	2.061	139	7,23
2019	2.176	115	5,58
Total	9.804	367	18,97

Sumber : BAPPENDA Kabupaten Sumedang

Rata-rata perkembangan jumlah reklame = Jumlah seluruh data

$$= \frac{\text{Banyak data}}{4} = \frac{3,87 + 2,29 + 7,23 + 5,58}{4} = 4,7425\%$$

Berdasarkan data pada tabel 4.12, perkembangan potensi pajak reklame Kabupaten Sumedang selama selang waktu 2015-2019 yang dilihat dari jumlah reklame mengalami kenaikan setiap tahunnya, seperti yang ditunjukkan pada gambar 4.3. Hasil menunjukkan bahwa perkembangan jumlah reklame di Kabupaten Sumedang rata-rata tiap tahun meningkat sebesar 4,7%

Tabel 4.13
Penggolongan/Jenis Reklame dan Jumlah Reklame
Kabupaten Sumedang Tahun 2015-2019

Jenis Reklame	2015	2016	2017	2018	2019
Videotron	2	1	2	2	2
Bando	6	6	5	6	6
Billboard	1.250	1.312	1.372	1.368	1.362
Papan (Menempel)	45	60	36	60	56
Reklame Baliho	68	50	55	48	63
Spanduk	418	435	442	562	663
Berjalan (Mobil)	20	15	10	15	18

Sumber : BAPPENDA Kabupaten Sumedang

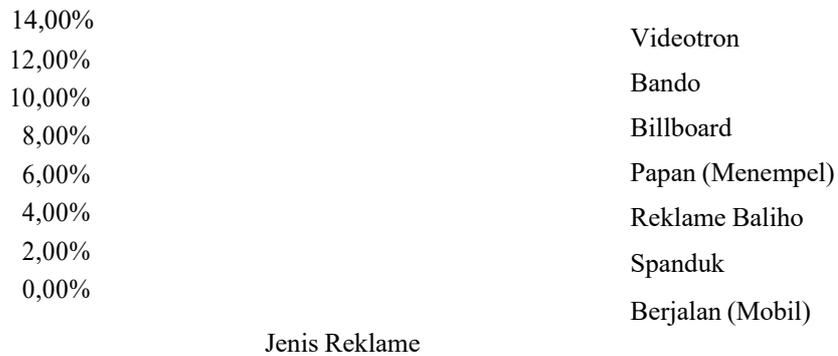
Tabel 4.14
Perkembangan Jenis Reklame
Kabupaten Sumedang Tahun 2015-2019

No	Jenis Reklame	Rata-Rata Perkembangan Jenis Reklame (%)
1.	Videotron	12,5
2.	Bando	0,8
3.	Billboard	2,2
4.	Papan (Menempel)	13,3
5.	Reklame Baliho	0,5
6.	Spanduk	12,6
7.	Berjalan	2,9

Sumber : BAPPENDA Kabupaten Sumedang

Dari data tersebut ternyata diantara jenis reklame yang rata-rata perkembangannya paling tinggi adalah jenis reklame papan (menempel) sebesar 13,3% dan untuk jenis reklame yang rata-rata perkembangannya paling rendah yaitu jenis reklame baliho sebesar 0,5%. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada grafik dibawah ini:

Gambar 4.4
Tingkat Perkembangan Jenis Reklame Sumedang Tahun 2015-2019



2. Analisis Efektivitas Pajak Reklame Kabupaten Sumedang

Untuk mengetahui efektivitas penerimaan pajak reklame dilakukan berdasarkan data realisasi pajak reklame dan potensi/target penerimaan pajak reklame. Berdasarkan jumlah potensi dari pajak reklame yang telah diolah dan diketahui hasilnya, maka dengan menggunakan rumus :

$$\text{Efektivitas} = \frac{\text{Realisasi Penerimaan Pajak Reklame}}{\text{Potensi Pajak Reklame}} \times 100\%$$

Dan sebagai pembandingan digunakan juga rumus efektivitas berdasarkan target yang telah ditentukan sebelumnya :

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

Secara umum, nilai efektivitas dapat dikategorikan sebagai berikut:

Tabel 4.17
Kriteria Efektivitas

Presentase Efektivitas	Kriteria Efektivitas
>100	Sangat Efektif
90-100	Efektif
80-90	Cukup Efektif
60-80	Kurang Efektif
<60	Tidak Efektif

Sumber: Kepmendagri No.690.900.327 tahun 1996 (Dwindra dalam Primandari dan Dahlia (2020))

a. Analisis Efektivitas Perbandingan Potensi Pajak Reklame

Tabel 4.18
Perbandingan Efektivitas Potensi Pajak Reklame

Tahun	Realisasi Pajak Reklame (Rp)	Potensi Pajak Reklame (Rp)	Efektivitas (%)	Keterangan
2015	2.380.625.825	3.259.725.000	73,03	Kurang Efektif
2016	2.388.440.683	3.381.900.000	70,62	Kurang Efektif
2017	2.610.249.592	3.530.900.000	73,93	Kurang Efektif
2018	2.507.376.959	3.581.050.000	70,02	Kurang Efektif
2019	2.483.426.855	3.601.875.000	68,95	Kurang Efektif

Sumber: Diolah Peneliti

$$\begin{aligned} \text{Rata-rata tingkat efektivitas} &= \frac{\text{Jumlah seluruh data}}{\text{Banyak data}} \\ &= \frac{73,03 + 70,62 + 73,93 + 70,02 + 68,95}{5} \\ &= 71,31\% \end{aligned}$$

Berdasarkan data dari tabel 4.18 tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame dari potensi yang ada di Kabupaten Sumedang setiap tahunnya berfluktuatif, dan ternyata rata-rata tingkat efektivitas selama selang waktu 2015-

2019 sebesar 71,31% berada dalam kategori “kurang efektif”. Disebabkan oleh beberapa hal misalnya dalam mengukur potensi pajak reklame masih banyak potensi intrinsik dan ekstrinsik yang belum tergali secara maksimal.

b. Analisis Efektivitas Pajak Reklame Berdasarkan Realisasi dan Target

Tabel 4.19
Tingkat Efektivitas Realisasi Pajak Reklame Kabupaten Sumedang

Tahun	Realisasi Pajak Reklame (Rp)	Target Pajak Reklame (Rp)	Efektivitas (%)	Keterangan
2015	2.380.625.825	2.300.000.000	103,50	Sangat Efektif
2016	2.388.440.683	2.450.000.000	97,48	Efektif

2017	2.610.249.592	2.471.188.725	105,62	Sangat Efektif
2018	2.507.376.959	2.471.188.725	101,46	Sangat Efektif
2019	2.483.426.855	2.700.000.000	91,97	Efektif

Sumber: Diolah Sendiri

$$\begin{aligned}
 \text{Rata-rata tingkat efektivitas} &= \frac{\text{Jumlah seluruh data}}{\text{Banyak data}} \\
 &= \frac{103,50 + 97,48 + 105,62 + 101,46 + 91,97}{5} \\
 &= 100,00\%
 \end{aligned}$$

Dari data tersebut diatas, tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame berdasarkan target di Kabupaten Sumedang tidak menunjukkan *progress* dalam artian berjalan fluktuatif dari tahun ke tahun. Untuk rata-rata tingkat efektivitasnya selama selang waktu 2015-2019 sebesar 100,00% berada dalam kategori “efektif”. Bila kita jadikan acuan sebagai penilaian kinerja maka pemerintah Kabupaten Sumedang terutama BAPPENDA dapat dikatakan efektif. Berbeda bila kita bandingkan dengan tingkat efektivitas berdasarkan potensi riil dari pajak reklame yang hanya mencapai 71,31% yang berarti tingkat efektivitasnya berada pada kategori “kurang efektif”. Perbedaan yang cukup besar ini dapat dijadikan acuan bahwa penerimaan pajak reklame Kabupaten Sumedang untuk tahun 2015-2019 belumlah optimal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat ditarik beberapa kesimpulan antara lain :

1. Potensi pajak reklame yang ada masih diatas realisasi yang diterima BAPPENDA, nilainya pun dari tahun 2015-2019 selalu lebih besar dibandingkan realisasi yang diterima BAPPENDA. Hal ini terjadi karena masih ada potensi pajak yang belum tersentuh oleh BAPPENDA, masih ada potensi pajak yang belum terjangkau disebabkan beberapa hal. Rata-rata perkembangan potensinya 2,5% lebih besar dari realisasi penerimaannya yaitu sebesar 1,1%. Perkembangan jumlah reklame rata-rata tiap tahun meningkat sebesar 4,7%. Dan untuk perkembangan jenis reklame paling tinggi yaitu jenis reklame papan (menempel) sebesar 13,3%, sedangkan perkembangan jenis reklame paling rendah yaitu jenis reklame baliho sebesar 0,5%.
2. Tingkat efektifitas penerimaan pajak reklame berdasarkan target di Kabupaten Sumedang tidak menunjukkan *progress* dalam artian berjalan fluktuatif dari tahun ke tahun. Untuk rata-rata tingkat efektivitasnya selama selang waktu 2015-2019 sebesar 100,00% berada dalam kategori “Efektif”. Bila kita jadikan acuan sebagai penilaian kinerja maka pemerintah Kabupaten Sumedang terutama BAPPENDA dapat dikatakan efektif.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti yaitu sebagai berikut.

1. Pemerintah Kabupaten Sumedang khususnya BAPPENDA perlu melakukan pendataan secara langsung serta pendataan ulang secara berkala pada penyelenggaraan reklame, lebih sering lagi melakukan sosialisasi mengenai pajak daerah serta perundang-undangan kepada wajib pajak untuk meningkatkan pemahaman, kepatuhan, serta kesadaran akan pentingnya pajak reklame, hal ini diharapkan dapat memaksimalkan penerimaan pajak reklame ditahun-tahun berikutnya sehingga tercipta laju pertumbuhan penerimaan yang positif. Selain itu, dalam menetapkan target pajak reklame seharusnya

- memperhatikan potensi pajak reklame yang ada sehingga BAPPENDA akan terpacu untuk mencapai target dan dapat meningkatkan penerimaan pajak reklame.
2. Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Sumedang hendaknya mengadakan koordinasi dan kerjasama dengan pihak Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu (KPPT), Satuan Pamong Praja, serta pihak swasta dalam melaksanakan perijinan sampai pengawasan langsung terhadap penyelenggaraan reklame. Hal ini bertujuan untuk menekan jumlah penyimpangan dalam penyelenggaraan reklame khususnya menertibkan pada reklame liar atau reklame yang telah melampaui masa izinnnya. Selain hal tersebut cara ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap penerimaan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Sumedang agar terus menunjukkan pertumbuhan yang positif pada perekonomian daerah.
 3. Diharapkan pada penelitian berikutnya yang akan membahas topik yang sama, agar memperluas ruang lingkup penelitiannya, contohnya perlu dilakukan analisis terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas penerimaan pajak reklame. Hal ini untuk mengamati prosedur yang telah atau sedang berjalan, kompetensi Satuan Kerja Perangkat Daerah dalam menjalankan sistem, serta hal-hal yang terkait dengan optimalisasi penerimaan pajak reklame Kabupaten Sumedang.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. 2014. Metodologi Penelitian Kuantitatif. Edisi Ke-2. Jakarta: Kencana
- Korengkeng, Raymond R dkk. 2017. Analisis Potensi, Efektivitas, Efisiensi, dan Kontribusi Pajak Reklame terhadap Penerimaan Pajak Daerah di Kabupaten Minahasa Utara. *Jurnal Riset Akuntansi Going Concern*, 12(1), 2017, 210-219
- Kumala. 2019. Analisis Efektivitas Pajak Reklame dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak Daerah di Kota Bekasi. *Jurnal Reformasi Administrasi*, Vol. 6, No. 1, Maret 2019, pp. 38-41
- Lengkong, Triski, Intan M dkk. 2015. Analisis Potensi dan Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame di Kota Bitung. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Volume 15 No. 04 Tahun 2015
- Mardiasmo. 2018. Akuntansi Sektor Publik Edisi Terbaru 2018. Edisi ke-1. Yogyakarta: Andi
- Mardiasmo. 2018. Perpajakan. Edisi 19. Yogyakarta: Andi
- Muhaimin, dkk. 2019. Analisis Potensi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Makassar. *Jurnal Riset Perpajakan*, Volume 2, Nomor 2, November, pp:16-22
- Mutiarin, Dyah dan Zaivudin, Arif. 2014. Manajemen Birokrasi dan Kebijakan Penelusuran Konsep dan Teori. Edisi Ke-1. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Nugroho, Adi S. 2015. Analisis Potensi Penerimaan dan Tingkat Efektivitas Pajak Reklame serta Kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung
- Primandari, Novegia P dan Dahlia, Emi. 2020 Kontribusi dan Efektivitas Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah di Ogan Komering Ulu Periode Tahun 2013-2017. *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Manajemen (Jakman)*, Vol 1. No.2, 2020,123-134
- Resmi, Siti. 2019. Perpajakan Teori & Kasus. Edisi ke-11. Jakarta: Salemba Empat
- Sarundayang, Markus, Stenny dkk. 2018. Analisis Potensi dan Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame di Kota Manado. *Jurnal Riset Akuntansi Going Concern*, 13(2), 2018, 273-281
- Siahaan, Marihot P. 2013. Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Edisi ke-3. Jakarta: PT Grafindo Persada
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

Sripradita, Nio, Anggun dkk. 2014. Analisis Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah. Jurnal e-Perpajakan, No. 1 Volume 1 tahun 2014.

UU No 17 Tahun 2003 Tentang Keuangan Negara

UU Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan

UU Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah

Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 Tentang Pajak Daerah

Peraturan Daerah Kabupaten Sumedang Nomor 5 Tahun 2009 Tentang Pajak Reklame

Peraturan Daerah Kabupaten Sumedang Nomor 8 Tahun 2010 Tentang Pajak Daerah

Peraturan Daerah Kabupaten Sumedang Nomor 1 Tahun 2018 Tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2010 Tentang Pajak Daerah

Peraturan Bupati Kabupaten Sumedang Nomor 52 Tahun 2011 Tentang Petunjuk Teknis Penyelenggaraan Pemasangan dan Perhitungan Nilai Sewa Reklame

Keputusan Bupati Sumedang Nomor: 973/Kep.356-DPPKAD/2011 Tentang NJOPR dan NSPR Kabupaten Sumedang