

Peran dan Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Asahan

Putri Kemala Dewi Lubis¹, Suhendra²,

Elisabeth Fitryany Manik³, Muhamad Abdul Zabar⁴

^{1,2,3,4}Universitas Negeri Medan

putrikemala@unimed.ac.id¹, hendra1januari@gmail.com²,

elisabethmanik3005@gmail.com³, muhamadzabar01@gmail.com⁴

ABSTRACT

Advertisement tax makes a significant contribution to increasing Asahan Regency's original regional income. Therefore, this research aims to discuss in depth the role of advertising tax on Original Regional Income in Asahan Regency and identify its potential impact on development and progress of the local area. The method used in this research uses quantitative descriptive research methods. The type of data used in this research is secondary data originating from the Central Statistics Agency (BPS) in the period 2016 to 2020 regarding the realization of regional tax revenues and the realization of Regional Original Income (PAD) revenues in Asahan Regency. The results of data analysis show that the role and contribution of advertising tax is very lacking in Asahan Regency's Original Regional Income (PAD). It can be seen from the contribution figures, namely in 2016 it was 2.06%, in 2017 it was 1.86%, in 2018 it increased by 2.30%, in 2019 it was 1.81%, and in 2020 it was 0.30%.

Keywords : *advertisement tax, regional original income (PAD), contribution.*

ABSTRAK

Pajak reklame memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan asli daerah Kabupaten Asahan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk membahas secara mendalam tentang peran pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Asahan serta mengidentifikasi potensi dampaknya terhadap pembangunan dan kemajuan daerah setempat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang berasal dari Badan Pusat Statistik (BPS) dalam rentang waktu tahun 2016 hingga tahun 2020 tentang realisasi penerimaan pajak daerah dan realisasi penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Asahan. Hasil analisis data menunjukkan bahwa peran dan kontribusi pajak reklame sangat kurang terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Asahan. Dapat dilihat dari angka kontribusinya yaitu pada tahun 2016 sebesar 2,06 %, tahun 2017 sebesar 1,86 %, tahun 2018 meningkat sebesar 2,30 %, tahun 2019 sebesar 1,81 %, dan tahun 2020 sebesar 0,30 %.

Kata kunci : *pajak reklame, pendapatan asli daerah, kontribusi.*

PENDAHULUAN

Negara Indonesia terdiri dari puluhan provinsi dan ratusan kabupaten kota, di antaranya masing-masing daerah mempunyai hak, wewenang dan kewajiban menyelenggarakan urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakatnya menurut

peraturan perundang-undangan diatur dengan Undang-Undang Nomor 32. Tahun 2004 tentang otonomi daerah. Manfaat otonomi daerah adalah peningkatan pelayanan kepada masyarakat, pertumbuhan perekonomian daerah dan pemerataan pembangunan (Undang-undang Otonomi Daerah, 2004). Untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat dan mendorong pertumbuhan dan pembangunan ekonomi, perlu disediakan sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Pembangunan yang sedang dilaksanakan ini diharapkan bisa berjalan dengan lancar, efektif, dan efisien menuju ke arah perubahan yang lebih baik Riduansyah, (2003 :1). Semenjak reformasi dibidang pemerintahan dan pengelolaan keuangan bergulir serta dengan berkembangnya perekonomian yang semakin luas, nyata, dan bertanggung jawab, maka pemerintah pusat memberi kesempatan dan wewenang kepada pemerintah daerah untuk mengelola daerahnya sendiri.

Menurut (Hadayani, 2019), pendapatan utama daerah adalah pendapatan yang diperoleh daerah. Dari sumber-sumber yang berada dalam wilayahnya dan dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan ketentuan Undang-undang Nomor 33 Tahun Tahun 2004. Oleh karena itu, pendapatan awal daerah adalah pendapatan awal daerah. Sumber pendapatan tersebut berasal dari potensi daerah yang mana pemerintah daerah dapat menggali secara maksimal sumber pendapatan awal daerahnya. Sumber pendapatan utama distrik meliputi (1) pajak distrik, (2) Hasil pengambilan sampel regional, (3) Keluaran Pengelolaan Aset Kawasan Terpisah dan (4) Pendapatan asli lainnya yang sah daerah .

Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah sumber pendapatan daerah yang secara bebas dapat dimanfaatkan oleh setiap daerah untuk kepentingan pemerintahan serta pembangunan daerah. Namun pada kenyataannya kontribusi Pendapatan Asli Daerah terhadap pendapatan dan belanja daerah masih kecil. Selama ini dominasi sumbangan pemerintah pusat kepada daerah masih besar. Oleh karena itu untuk mengurangi ketergantungan kepada pemerintah pusat, pemerintah daerah perlu berupaya meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang salah satunya dengan penggalan potensi daerah dan pemungutan pajak daerah.

Pendapatan asli suatu daerah seringkali dijadikan sebagai indikator kemajuan suatu daerah. Apabila pendapatan asli suatu daerah tinggi, maka daerah tersebut dapat dikatakan maju. Semakin tinggi pendapatan asli yang diterima daerah, maka semakin rendah tingkat ketergantungan antara pemerintah daerah dan pemerintah pusat. Salah satu sumber pendapatan asli daerah dihasilkan dari pemungutan pajak. Rephrase Di Indonesia terdapat banyak bentuk pemungutan pajak, salah satunya adalah lembaga pemungutan pajak yang terbagi menjadi dua kelompok yaitu pajak pusat dan pajak daerah. Pajak pusat digunakan untuk mendanai rumah tangga negara, sedangkan pajak daerah digunakan untuk mendanai rumah tangga daerah.

Pajak daerah menurut Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Sanksi Daerah (UU Pajak Daerah dan Sanksi Daerah, 2009), pajak daerah

merupakan iuran wajib kepada daerah melalui orang pribadi atau suatu organisasi dengan dipaksa oleh peraturan undang-undang yang ditetapkan tanpa menerima kompensasi langsung dan menggunakannya untuk kebutuhan daerah demi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Pajak yang dibayarkan masyarakat kepada pemerintah daerah akan digunakan untuk kepentingan pemerintah dan kepentingan umum daerah itu sendiri, seperti membangun jembatan, jalan, mengembangkan taman kota, menciptakan lapangan kerja baru dan pembangunan serta pemerintahan lainnya. Selain pembangunan daerah, penerimaan pajak daerah juga merupakan salah satu sumber Anggaran Pendapatan Daerah (APBD) yang digunakan pemerintah untuk melaksanakan program kerjanya.

Pajak reklame dinilai cukup potensial memberikan kontribusi terhadap pendapatan asli daerah Kabupaten Asahan. Pajak reklame ini dinilai akan berdampak terhadap pendapatan asli daerah (PAD) asli Kabupaten Asahan. Reklame adalah suatu objek, instrumen, tindakan atau media dengan berbagai bentuk dan gaya yang dirancang untuk tujuan komersial yaitu menyajikan, memperkenalkan, mempromosikan atau menarik perhatian masyarakat terhadap barang, jasa, orang atau lembaga, hal-hal yang dapat dilihat atau dibaca, didengar, dirasakan atau diapresiasi oleh masyarakat. Sedangkan pajak reklame merupakan pajak atas reklame (UU Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, 2009).

Kabupaten Asahan merupakan Kabupaten yang terletak di Provinsi Sumatera Utara. Sama seperti daerah lainnya, Kabupaten Asahan juga memiliki potensi daerah yang besar dalam meningkatkan pendapatan asli daerah melalui sektor pajak terutama pada sektor pajak reklame. Keberadaan infrastruktur dan jumlah kendaraan yang melintasi daerah ini menciptakan peluang bagi para pelaku bisnis untuk memasang reklame, meningkatkan visibilitas produk, dan pada gilirannya, berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi daerah. Oleh karena itu, penelitian ini akan membahas secara mendalam tentang peran pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Asahan, dengan menggali informasi lebih lanjut tentang strategi efektif dalam mengoptimalkan pajak reklame sebagai sumber pendapatan daerah. Artikel ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi potensi dampaknya terhadap pembangunan dan kemajuan daerah setempat.

TINJAUAN LITERATUR

Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Halim (2004), Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah pendapatan yang diperoleh suatu daerah dari sumber-sumber yang berada dalam wilayahnya dan dipungut berdasarkan peraturan daerah menurut peraturan perundang-undangan yang ada. Sektor pendapatan daerah mempunyai peranan yang sangat penting, karena melalui sektor ini dapat dilihat sejauh mana daerah dapat membiayai kegiatan pemerintahan dan pembangunan daerah.

Pengertian pendapatan asli daerah menurut Undang-undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang perimbangan keuangan antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah, pendapatan asli daerah merupakan pendapatan yang diperoleh dari sektor pajak daerah, dari pajak daerah, dari hasil usaha daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah tersendiri, dan lain-lain. Pendapatan yang sah lainnya di daerah tersebut. Pendapatan daerah adalah seluruh hak daerah yang diakui sebagai penambah nilai kekayaan bersih selama periode anggaran yang bersangkutan. Menurut Abdul Halim (2007-96) Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan semua penerimaan daerah yang berasal dari sumber ekonomi asli daerah. Sedangkan berdasarkan pendapat yang dikemukakan Mandiasmo (2002:132) PAD adalah penerimaan daerah dari sektor pajak daerah, retribusi daerah, hasil perusahaan milik daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain.

Pendapatan asli daerah dikategorikan sebagai pendapatan rutin Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD). Pendapatan Asli Daerah merupakan suatu pendapatan yang memperlihatkan adanya suatu kemampuan daerah dalam menghimpun sumber-sumber dana untuk mendukung dan mendanai kegiatan rutin daerah maupun pembangunan daerah. Pendapatan asli daerah dapat dikatakan sebagai pendapatan rutin dari usaha-usaha pemerintah daerah dalam memanfaatkan potensi-potensi sumber keuangan daerahnya untuk membiayai tugas dan tanggung jawab daerah.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah pendapatan yang diterima daerah. Dari pajak daerah, pajak daerah, bagi hasil perusahaan daerah, pendapatan instansi pemerintah dan pendapatan lain-lain sebagai sumber penerimaan daerah impor murni daerah. Berdasarkan UU No. 32 Tahun 2004 yang dimaksud dengan “Lain-lain PAD yang sah” antara lain penerimaan daerah di luar pajak dan retribusi daerah seperti jasa giro, hasil penjualan asset daerah. Hal tersebut berdampak pada peningkatan PAD di daerah tersebut. Todaro (2003) juga mencatat bahwa pertumbuhan penduduk juga merangsang pertumbuhan ekonomi. Semakin besar jumlah penduduk akan mengakibatkan meningkatnya permintaan terhadap barang-barang konsumsi, selanjutnya akan mendorong *economic of scale* dalam berproduksi, sehingga akan menurunkan biaya produksi, dan pada akhirnya akan mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah.

Pajak Reklame

Pajak reklame menurut Ahmad Yani (2004: 48) adalah: “Pajak atas eksploitasi reklame yaitu benda, instrumen, tindakan atau alat bantu dalam berbagai bentuk dan modelnya untuk tujuan komersial, digunakan untuk mewakili, merekomendasikan atau menarik perhatian masyarakat terhadap suatu barang, jasa, atau orang yang terdapat di masyarakat atau yang dapat dilihat, dibaca, dan di dengar dari suatu lokasi, kecuali kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah”.

Menurut Siahaan (2013: 381), reklame adalah suatu benda, alat, tindakan atau media dalam berbagai bentuk dan model yang dirancang untuk tujuan komersial untuk memperkenalkan, merekomendasikan, mempromosikan atau menarik perhatian masyarakat terhadap suatu barang atau jasa. Seseorang atau badan yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau diapresiasi oleh masyarakat (Kobandaha, 2016).

Potensi Pajak reklame yang dimaksud adalah mengenai kemungkinan pajak reklame dapat menjadi sumber penerimaan suatu daerah, sehingga pajak reklame juga dapat dijadikan sebagai sasaran penerimaan pajak reklame yang ditetapkan oleh Daerah. Pelayanan berdasarkan hasil perhitungan yang akan diperoleh selama jangka waktu tertentu (Lengkong: 2015). Efektivitas pajak reklame Secara umum efektivitas menunjukkan sejauh mana tercapainya tujuan atau sasaran yang telah ditentukan sebelumnya. Dengan kata lain efisiensi adalah perbandingan antara input dan output. Suatu organisasi dikatakan efektif apabila berhasil mencapai apa yang diharapkan (Lengkong: 2015).

Penelitian sebelumnya Idayati faridah tahun 2014 dengan judul Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Peningkatan Awal Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan pajak reklame di kota Surabaya masih belum optimal. Hal ini terlihat jelas dari kontribusi pajak reklame terhadap PAD pada periode 2008-2012 yang rata-rata hanya sebesar 7,45%, bahkan sangat rendah. Rata-rata kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah sebesar 12,26% atau lebih rendah. Selanjutnya dari segi efisiensi terlihat pengelolaan pajak reklame memenuhi kriteria efisiensi.

Pemungutan pajak reklame juga harus mematuhi peraturan dan undang-undang yang berlaku. Berdasarkan Pasal 3 ayat (1) Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1999, tarif pemungutan Pajak Reklame paling banyak adalah 25% dan selanjutnya ditentukan menurut Peraturan Daerah masing-masing. Hasil Pajak reklame selanjutnya adalah kontribusi terhadap total pajak daerah. Hal ini juga akan memberikan peluang bagi PAD untuk meningkat sebesar .

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Sugiyono (2016: 7) menjelaskan bahwa metode penelitian kuantitatif merupakan metode yang berlandaskan filsafat *positivisme*, digunakan dalam penelitian sampel dan populasi. Penelitian kuantitatif adalah penelitian penyajian data dalam bentuk numerik yang dihasilkan dari penelitian. Metode penelitian deskriptif adalah metode penelitian yang digunakan untuk mempelajari keadaan sekelompok orang, suatu benda, suatu kondisi, suatu pemikiran, atau suatu peristiwa yang sedang berlangsung.

Metode deskriptif digunakan untuk menciptakan gambaran yang sistematis, realistis dan akurat tentang fenomena yang ada. Penelitian deskriptif kuantitatif adalah penelitian yang menggambarkan variabel secara apa adanya didukung dengan data-data

berupa angka yang dihasilkan dari keadaan sebenarnya. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang berasal dari Badan Pusat Statistik (BPS) dalam rentang waktu tahun 2016 hingga tahun 2020 tentang realisasi penerimaan pajak daerah dan realisasi penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Asahan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Asahan

Tingkat penerimaan pajak reklame di Kabupaten Asahan dari tahun 2016 – 2020 disajikan melalui data sebagai berikut :

(Tabel 1. Jumlah Realisasi Penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Asahan)

| No. | Tahun | Jumlah (Rupiah) |
|-----|-------|------------------|
| 1. | 2016 | 596.648.576,00 |
| 2. | 2017 | 701.798.834,00 |
| 3. | 2018 | 983.410.387,00 |
| 4. | 2019 | 1.010.532.254,00 |
| 5. | 2020 | 220.587.324,00 |

Sumber : Diolah 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa tingkat penerimaan pajak reklame di Kabupaten Asahan dari tahun ke tahun mengalami peningkatan selama empat tahun yaitu pada tahun 2016 – 2019. Sedangkan pada tahun 2020 pajak reklame Kabupaten Asahan mengalami penurunan dari empat tahun sebelumnya. Hal ini terlihat pada tahun 2016 sebanyak Rp 596.648.576,00, tahun 2017 sebanyak Rp 701.798.834,00, tahun 2018 sebanyak Rp 983.410.387,00, tahun 2019 sebanyak Rp.1.010.532.254,00, dan tahun 2020 pajak reklame menurun dengan jumlah realisasi penerimaan sebesar 220.587.324,00. Penurunan penerimaan pajak reklame kabupaten Asahan tahun 2020 lebih signifikan ternyata dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu:

1. Pandemi COVID-19 yang menyebabkan berbagai pembatasan sosial, seperti pembatasan mobilitas dan kegiatan ekonomi. Akibat pandemi ini sektor perdagangan dan jasa mengalami penurunan permintaan. Penurunan permintaan ini berdampak pada menurunnya permintaan pemasangan reklame.
2. Pada tahun 2020, pemerintah telah mengeluarkan peraturan pemerintah Nomor 5 Tahun 2021 tentang penyelenggaraan perizinan Berusaha Berbasis Risiko (BBR). Peraturan ini mengubah paradigma perizinan usaha dari berbasis izin menjadi berbasis risiko. Perubahan tersebut berdampak pada proses perizinan reklame yang menjadi lebih mudah dan cepat. Hal ini membuat beberapa pengusaha memilih untuk tidak mengurus izin reklame, sehingga penerimaan pajak reklame juga menurun.

Jika dilihat dari data diatas terbukti bahwa pajak reklame di Kabupaten Asahan setiap tahunnya terus mengalami peningkatan dengan penerimaan tertinggi terjadi pada tahun 2019 sebesar 1.010.532.254,00 Milyar. Tentu hal ini memberikan peran serta pengaruh penting dalam meningkatkan penerimaan pajak dan pendapatan asli daerah melalui pajak reklame di Kabupaten Asahan.

Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Asahan

Realisasi penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Asahan dari tahun 2016 – 2020 dapat dilihat melalui data sebagai berikut:

(Tabel 2. Jumlah Realisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Asahan)

| No. | Tahun | Jumlah (Rupiah) |
|-----|-------|--------------------|
| 1. | 2016 | 289.060.270.000,00 |
| 2. | 2017 | 379.306.520.000,00 |
| 3. | 2018 | 428.528.810.000,00 |
| 4. | 2019 | 551.006.850.000,00 |
| 5. | 2020 | 599.444.340.000,00 |

Sumber: Diolah 2023

Berdasarkan tabel 2, diketahui bahwa jumlah Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Asahan terus mengalami peningkatan. Pada tahun 2016 PAD didapatkan sebesar 289.060.270.000 Milyar, tahun 2017 sebesar 379.306.520.000 Milyar, tahun 2018 dengan jumlah penerimaan sebesar 428.528.810.000 Milyar, tahun 2019 sebesar 551.006.850.000 Milyar, dan tahun 2020 mencapai angka 599.444.340.000 Milyar. Persentase realisasi penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Asahan terjadi pada tahun 2020.

Hal ini membuktikan bahwa Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Asahan setiap tahunnya mengalami peningkatan yang cukup tinggi. Hasil perhitungan dapat disimpulkan bahwa penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Asahan dari tahun 2016 hingga tahun 2020 mengalami perkembangan dalam dunia usaha sehingga banyak pengusaha yang memasang reklame yang bertujuan untuk memberikan kontribusi serta informasi kepada masyarakat terhadap usahanya. Baik usaha jasa maupun usaha produk.

Peran dan Kontribusi Pajak Reklame Terhadap PAD Kabupaten Asahan

Pajak reklame merupakan salah satu pajak daerah yang tingkat pelaksanaan pajaknya tinggi dibandingkan dengan nilai targetnya, semakin tinggi tingkat pelaksanaan pajak reklame maka kontribusinya terhadap pendapatan APBD semakin besar. Pajak Reklame memiliki peran penting terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Asahan. Untuk melihat seberapa besar kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap

pendapatan asli daerah Kabupaten Asahan pada tahun 2016-2020, dapat dilihat pada tabel perhitungan dibawah ini

(Tabel 3. Tingkat Mengukur Kontribusi)

| Presentase | Kriteria |
|------------|---------------|
| >50% | Sangat Baik |
| 40% - 50% | Baik |
| 30% - 40% | Cukup Baik |
| 20% - 30% | Sedang |
| 10% - 20% | Kurang |
| <10% | Sangat Kurang |

Sumber: di kutip dari (Oktavia, 2018)

$$\text{Kontribusi} = \frac{\text{Realisasi Pajak Reklame ke n}}{\text{Realisasi PAD ke n}} \times 100 \%$$

(Tabel 4. Kontribusi Pajak Reklame terhadap PAD Kabupaten Asahan)

| No. | Tahun | Pajak Reklame | PAD | Kontribusi (%) |
|-----|-------|------------------|--------------------|------------------|
| 1. | 2016 | 596.648.576,00 | 289.060.270.000,00 | 2,06 |
| 2. | 2017 | 701.798.834,00 | 379.306.520.000,00 | 1,86 |
| 3. | 2018 | 983.410.387,00 | 428.528.810.000,00 | 2,30 |
| 4. | 2019 | 1.010.532.254,00 | 551.006.850.000,00 | 1,81 |
| 5. | 2020 | 220.587.324,00 | 599.444.340.000,00 | 0,30 |

Sumber : Diolah 2023

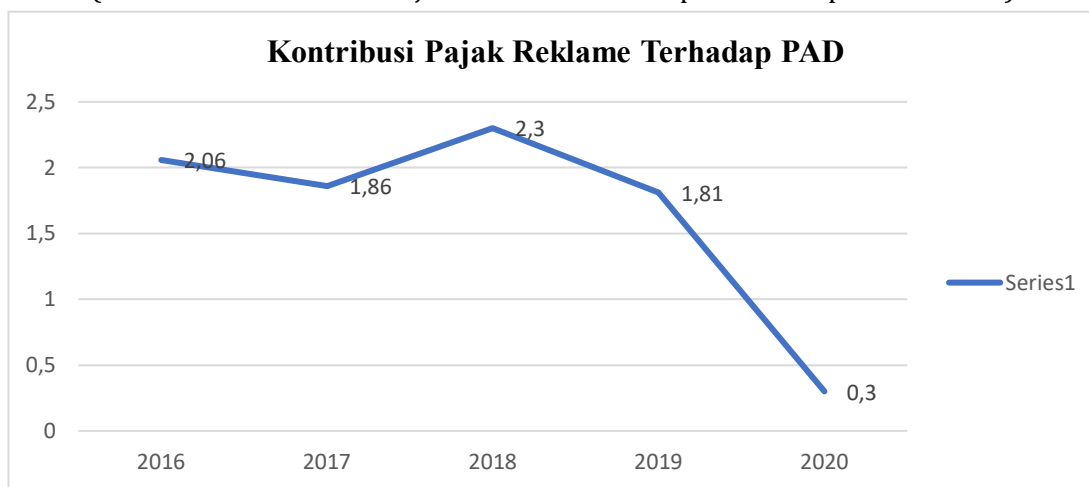
Berdasarkan tabel 4 di atas, diketahui bahwa kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Asahan dari tahun 2016 hingga tahun 2020 mengalami kenaikan dan penurunan angka kontribusi terhadap PAD. Dimana kontribusi tertinggi terjadi pada tahun 2018 yaitu sebesar 2,30%. Sedangkan nilai kontribusi terendah terjadi pada tahun 2020 yaitu sebesar 0,30 % yang menyebabkan nilai kontribusi Pajak Reklame terhadap PAD Kabupaten Asahan menjadi tidak konsisten. Hal tersebut dikarenakan jumlah penerimaan pajak reklame mengalami peningkatan dan penurunan dari tahun ke tahun.

Berdasarkan data penelitian diatas dapat diketahui bahwa peran pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Asahan pada tahun 2016 sebesar 2,06 %, pada tahun 2017 sebesar 1,86 %, pada tahun 2018 meningkat sebesar 2,30 %, sedangkan pada tahun 2019 nilai kontribusi Pajak Reklame yang diberikan terhadap PAD menurun kembali menjadi 1,81 %, dan pada tahun 2020 nilai kontribusi Pajak Reklame terus menurun sebesar 0,30 % terhadap PAD Kabupaten Asahan. Hal ini membuktikan

bahwa kontribusi pajak reklame sangat kurang terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Asahan. Hal ini disebabkan adanya penerimaan kontribusi pajak daerah lainnya yang meningkat pada tahun yang sama yaitu pajak perolehan tanah dan hak bangunan, pajak bumi dan pembangunan kota, pajak parkir, pajak penerangan jalan, pajak hiburan, pajak hotel dan pajak restoran. Maka dapat di simpulkan bahwa kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah Kabupaten Asahan termasuk ke dalam kriteria sangat kurang.

Kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Asahan selama periode tahun 2016 hingga 2020 dapat dilihat pada gambar berikut.

(Gambar 1: Kontribusi Pajak Reklame Terhadap PAD Kabupaten Asahan)



Sumber : Diolah 2023

Gambar diatas memperlihatkan presentase kontribusi pajak reklame terhadap PAD Kabupaten Asahan periode 2016-2020. Terlihat angka rasio pajak reklame mengalami peningkatan dan penurunan yang menyebabkan angka penerimaan tidak konsisten. Pada tahun 2020, angka penerimaan pajak reklame mengalami penurunan karena meningkatnya kontribusi pajak lainnya dan juga dampak pandemi covid-19 dan pada tahun yang sama pemerintah mengeluarkan peraturan pemerintah No.5 Tahun 2021 tentang penyelenggaraan perizinan Berusaha Berbasis Risiko (BBR) yang mengubah paradigma perizinan usaha dari berbasis izin menjadi berbasis risiko. Perubahan tersebut berdampak pada proses perizinan reklame yang menjadi lebih mudah dan cepat. Hal ini membuat beberapa pengusaha memilih untuk tidak mengurus izin reklame.

Jika dilihat dari data diatas diketahui bahwa rasio kontribusi pajak reklame setiap tahunnya sebesar, tahun 2016 sebesar 2,06%, tahun 2017 sebesar 1,86%, tahun 2018

sebesar 2,3%, tahun 2019 sebesar 1,81%, dan tahun 2020 sebesar 0,3%. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah Kabupaten Asahan tergolong kriteria sangat kurang.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disajikan dalam penelitian ini diketahui bahwa peran dan kontribusi pajak reklame sangat Kurang terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Asahan. Dapat dilihat dari angka kontribusi yaitu pada tahun 2016 sebesar 2,06 %, tahun 2017 sebesar 1,86 %, tahun 2018 meningkat sebesar 2,30 %, tahun 2019 sebesar 1,81 %, dan tahun 2020 sebesar 0,30 %. Hal ini membuktikan bahwa kontribusi pajak reklame yang rendah dan tidak konsisten akan mempengaruhi penerimaan realisasi pajak reklame yang mengakibatkan penurunan PAD. Dan sebaliknya jika kontribusi yang diberikan Pajak Reklame terhadap PAD tinggi maka akan mempengaruhi meningkatnya penerimaan PAD Kabupaten Asahan.

Hasil penelitian didapatkan penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Asahan mengalami peningkatan dan penurunan yang tidak konsisten. Penerimaan kontribusi didapatkan tahun 2016 sebanyak Rp 596.648.576,00, tahun 2017 sebanyak Rp 701.798.834,00, tahun 2018 sebanyak Rp 983.410.387,00, tahun 2019 sebanyak Rp 1.010.532.254,00, dan tahun 2020 sebanyak Rp 220.587.324,00.

Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah penerimaan yang diperoleh melalui daerah yang berasal dari sumber – sumber yang berada dalam wilayah daerah itu sendiri kemudian di pungut berdasarkan Peraturan Daerah dan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pajak Reklame memiliki peran penting terhadap Pendapatan Asli Daerah karena melalui PAD ini penghasilan daerah meningkat dan dapat dimanfaatkan untuk membangun dan membiayai pembangunan daerah Kabupaten Asahan. Sumber-sumber PAD ini diharapkan mampu memberikan solusi dari sekian banyak tantangan bagi pendanaan daerah dan diharapkan dapat menjadi penyangga utama dalam membiayai kegiatan daerah (Nurmayasari, 2010).

Pajak Reklame adalah pajak atas benda, alat, hasil produksi atau media dengan berbagai bentuk dan desain yang dirancang untuk tujuan komersial dan digunakan untuk memperkenalkan dan menawarkan barang, mengiklankan atau menarik perhatian masyarakat terhadap suatu barang atau jasa seseorang terhadap suatu badan yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, atau disukai oleh masyarakat.

Tarif pajak tersebut yang ditarik dari pajak reklame yang berlaku berdasarkan UU No. 28 Tahun 2009 pasal 50 ayat (1) sebesar 25% dari total harga sewa reklame. Nilai pajak reklame ditentukan oleh nilai sewa reklame (NSR), yaitu nilai yang ditetapkan sebagai dasar penghitungan besaran pajak reklame. Nilai sewa reklame dan pajak reklame dapat ditentukan dan dihitung dari besaran biaya pemasangan reklame, besaran biaya pemeliharaan reklame, besaran sewa selama masa pemasangan reklame, dan nilai biaya reklame.strategi penempatan dan jenis periklanan (Siahaan, 2010).

Cara meningkatkan penerimaan pajak reklame adalah dengan melakukan beberapa perubahan untuk memudahkan wajib pajak dalam membayar pajak reklame.

Sosialisasi harus dilakukan agar masyarakat mudah memahami dan tidak keberatan lagi membayar pajak iklan. Setidaknya masyarakat paham dulu, baru tidak mengurangi pajaknya dan memberikan angka sebenarnya.

Pemungutan pajak tidak boleh merugikan kelancaran kegiatan produksi dan komersial, serta tidak boleh menyebabkan resesi ekonomi masyarakat. Pemungutan pajak reklame juga harus efektif dan sesuai dengan fungsi anggaran, mengurangi biaya pemungutan pajak menjadi lebih rendah dari hasil pemungutan, dan sistem pemungutannya harus sederhana. Sistem pemungutan pajak yang sederhana akan mempermudah dan mendorong masyarakat untuk memenuhi kewajiban perpajakannya, yang telah dicapai berdasarkan undang-undang perpajakan yang baru.

Hasil penelitian memperlihatkan jumlah Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Asahan terus mengalami peningkatan serta penurunan dalam angka yang kecil dan membuat pajak reklame tergolong dalam kontribusi sangat kurang terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Asahan. Pada tahun 2016 realisasi penerimaan sebesar Rp 286.069.270.000,00, tahun 2017 sebesar Rp 379.306.520.000,00, tahun 2018 sebesar Rp 428.528.810.000,00, tahun 2019 sebesar Rp 551.006.850.000,00, dan tahun 2020 penerimaan pendapatan sebesar Rp 559.444.340.000,00.

KESIMPULAN

Pajak Reklame adalah pajak atas benda, alat, hasil produksi atau media dengan berbagai bentuk dan desain yang dirancang untuk tujuan komersial dan digunakan untuk memperkenalkan dan menawarkan barang. Berdasarkan hasil penelitian yang telah disajikan maka disimpulkan bahwa peran Pajak Reklame ternyata sangat kurang dalam memberikan kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Asahan. Hal ini diperjelas dengan hasil penelitian yaitu di dapatkan hasil kontribusi pada tahun 2016 sebesar 2,06 %, tahun 2017 sebesar 1,86 %, tahun 2018 meningkat sebesar 2,30 %, tahun 2019 sebesar 1,81 %, dan tahun 2020 sebesar 0,30 %.

Pajak reklame merupakan salah satu pajak daerah yang tingkat pelaksanaan pajaknya tinggi dibandingkan dengan nilai targetnya, semakin tinggi tingkat pelaksanaan pajak reklame maka kontribusinya terhadap pendapatan APBD semakin besar. Pajak Reklame memiliki peran penting terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Asahan. Potensi Pajak reklame yang dimaksud adalah mengenai kemungkinan pajak reklame dapat menjadi sumber penerimaan suatu daerah, sehingga pajak reklame juga dapat dijadikan sebagai sasaran penerimaan pajak reklame yang ditetapkan oleh Daerah.

Penurunan realisasi yang diberikan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) disebabkan adanya penerimaan kontribusi pajak daerah lainnya yang meningkat pada tahun yang sama yaitu pajak perolehan tanah dan hak bangunan, pajak bumi dan pembangunan kota, pajak parkir, pajak penerangan jalan, pajak hiburan, pajak hotel, pajak restoran dan juga dampak pandemi covid-19 yang mengakibatkan menurunnya angka kegiatan pemasaran reklame.

Realisasi penerimaan pajak reklame yang cukup tinggi sangat membantu dalam meningkatkan PAD dimana PAD ini menjadi salah satu solusi untuk menjawab tantangan bagi pendanaan daerah dalam pembiayaan kegiatan daerah. Penerimaan daerah dari pajak reklame di Kabupaten Asahan dari tahun ke tahun mengalami peningkatan dan penurunan yang tidak konsisten. Pemerintah perlu melakukan sosialisasi kepada masyarakat agar masyarakat mudah memahami dan tidak keberatan lagi membayar pajak iklan. Setidaknya masyarakat paham akan pengaruh pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah Kabupaten Asahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Yani. 2004. *Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah di Indonesia*. Jakarta :PT. Raja Grafindo Persada
- Halada, A. A. (2022). Pengukuran Efektivitas Dan Kontribusi Pajak Hotel Dan Restoran Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Manado Tahun 2015-2019. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Hukum)*, 5(2), 647-652.
- Handayani, M. (2019). *Pendapatan Asli Daerah (A. Pratomo, ed.)*. Poliban Press.
- Idayati, Farida. 2014" Kontribusi Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surabaya".
- Kobadanha, Rezlyanti. 2016. Analisis Efektivitas. Kontribusi dan Potensi Pajak Reklame Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Kotamobagu. *Jurnal EMBA*, 4(1).
- Lengkong, Triski. 2015. *Analisis Potensi Dan Efektivitas Pemungutan pajak Reklame Di Kota Bitung*. Skripsi. Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Undang-undang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. (2009). *Undang-undang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah Nomor 28 Tahun 2009*.
- Peraturan perundang-undangan otonomi daerah. (2004). *Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Otonomi Daerah*.
- Peraturan perundang-undangan PAD. (2004). *Undang-undang nomor 33 pasal 1 ayat 15 tahun 2004*.
- Purwanti, N. D. (2014). Pengaruh jumlah kunjungan wisatawan terhadap pendapatan asli daerah kabupaten mojokerto tahun 2006-2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 2(3).
- Riduansyah. 2003. Kontribusi Pajak Daerah Dan Retribusi Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Dan Anggaran Pendapatan Dan Belanja Daerah (APBD) Guna Mendukung Pelaksanaan Otonomi Daerah. *Makara, Sosial Humaniora*. 7(2).
- Pusat Pengembangan dan Penelitian, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia diakses 15 Maret 2016 . Hal 45-48.
- Sarundayang, M. S., Karamoy, H., & Lambey, R. (2018). Analisis Potensi Dan Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame Di Kota Manado. *Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi*, 13(02).

As-Syirkah: Islamic Economics & Finacial Journal

Volume 3 Nomor 2 (2024) 426 – 438 E-ISSN 2962-1585

DOI: 10.56672/assyirkah.v3i2.146

- Siahaan, 2013, *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, edisi revisi 2010*. Penerbit PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Stevyanti, M., Hasanuddin, R., & Horas, E. (2020). Efektivitas dan Kontribusi Penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan (PBB-P2) Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Kepulauan Selayar. *Accounting Journal*, 1(1), 321-330.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian dan Bisnis*. Salemba Empat, Jakarta.
- Walakandou, R. J. (2013). Analisis kontribusi pajak hotel terhadap pendapatan asli daerah (pad) di kota manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3).
- Widyaningsih, A. (2009). Analisis Potensi Penerimaan Pajak Reklame Kota Bandung Periode Tahun 2001-2007. *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 4(1).