

ANALISIS EFEKTIFITAS DAN KONTRIBUSI PAJAK REKLAME DI DAERAH KOTA YOGYAKARTA

Dina Rachmana Susetianingsih

Alumnus Prodi Akuntansi STIE Widya Wiwaha

Dra. Priyastiwi, M.Si, Ak, CA

Prodi Akuntansi, STIE Widya Wiwaha Yogyakarta

Abstract

PENDAHULUAN

Seiring dengan berlakukannya UU no 28 tahun 2009 tentang pajak dan restruksi daerah, maka kebijakan desentralisasi yang berarti pendelegasian kewenangan dan tanggungjawab dari pemerintah pusat pada pemerintah daerah. Daerah dituntut untuk dapat mengembangkan dan mengoptimalkan semua potensi daerah yang digali dalam wilayah daerah, bersumber pada Pendapatan Asli Daerah (PAD). (Mulyadi,2011).

Menurut UU No 28 tahun 2009, Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan utama suatu Negara yang dibayarkan oleh masyarakat atau sebagai iuran pemungutan yang dapat dipaksakan oleh pemerintah berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan serta sebagai perwujudan peran serta masyarakat atau wajib pajak untuk secara langsung dan bersama-sama melaksanakan kewajiban perpajakan yang diperlukan untuk pembiayaan Negara dan pembangunan Nasional.

Menurut Perda Kotamadya Daerah Tingkat II No 9 tahun 1998 tentang Pajak Daerah, Pajak Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk 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. Dalam Perda Kotamadya Daerah Tingkat II No 9 tahun 1998, telah menjelaskan bahwa objek pajak reklame adalah semua penyelenggara pajak reklame. Tarif pajak reklame yang ditetapkan berdasarkan Perda Kotamadya Daerah Tingkat II No 9 tahun 1998 sebesar 25%, sedangkan besar pajak yang terutang dihitung dengan cara mengalikan tarif pajak reklame dengan dasar pengenaan pajak reklame. Dasar pengenaan pajak reklame adalah nilai sewa/ nilai kotrak dari pemasangan

reklame tersebut. Pajak reklame merupakan pendapatan yang potensial untuk membiayai pembangunan kota.

LANDASAN TEORI

Menurut Peraturan Daerah Kota Yogyakarta no 2 tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame, Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk 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.

Efektifitas berasal dari kata dasar efek. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata efektif mempunyai arti efek, pengaruh, akibat atau dapat membawa hasil. Jadi, efektifitas adalah keaktifan, daya guna, adanya kesesuaian dalam suatu kegiatan orang yang melaksanakan tugas dengan sasaran yang dituju. Efektifitas adalah ukuran berhasil tidaknya suatu organisasi untuk mencapai tujuan. (Mardiasmo, 2002). Efektifitas adalah pemanfaatan sumber daya, sarana dan prasarana dalam jumlah tertentu yang secara sadar ditetapkan sebelumnya untuk menghasilkan sejumlah barang atas jasa kegiatan yang dijalankannya. (Siagian, 2001).

Organisasi dapat dikatakan efektif bila organisasi tersebut dapat mencapai sasaran yang telah ditetapkan. (Sumaryadi, 2005). Efektifitas umumnya dipandang sebagai tingkat pencapaian tujuan operatif dan operasional. Dengan demikian pada dasarnya efektifitas adalah tingkat pencapaian tujuan dan sasaran organisasional sesuai yang ditetapkan. Efektifitas adalah seberapa baik pekerjaan yang dilakukan, sejauh mana seseorang menghasilkan keluaran sesuai dengan yang diharapkan. Sehingga apabila pekerjaan dapat dilakukan dengan baik sesuai dengan yang direncanakan, dapat dikatakan efektif tanpa memperhatikan waktu, tenaga dan lainnya.

METODA PENELITIAN

Teknik pengumpulan data :

1. Wawancara

Wawancara merupakan proses interaksi atau komunikasi secara langsung antara pewawancara dengan responden. Teknik wawancara yang akan dilakukan penulis adalah meminta keterangan kepada Dinas Pendapatan Daerah Kota Yogyakarta dan pihak-pihak terkait dengan pajak reklame untuk memperoleh informasi yang akan digunakan sesuai dengan tujuan penelitian.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen- dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek. Teknik dokumentasi yang akan dilakukan penulis adalah menyalin semua data yang berhubungan dengan pengelolaan pajak reklame di Dinas Pendapatan Daerah.

Untuk mengetahui rumusan masalah dalam penelitian ini, digunakan data kualitatif dan kuantitatif dengan langkah- langkah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui efektifitas pajak reklame

Untuk mengetahui efektifitas pajak reklame dibutuhkan beberapa data, yaitu (a) Data Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Kota Yogyakarta tahun 2011-2015, (b) Data Target Penerimaan Pajak Reklame Kota Yogyakarta tahun 2011-2015. Untuk selanjutnya dihitung dengan rumus :

$$\text{Efektifitas} = \frac{\text{Realiasi Penerimaan Pajak Reklame}}{\text{Target Penerimaan Pajak Reklame}} \times 100\%$$

(Abdul Halim, 2004)

Setelah dilakukan perhitungan pada tahun 2011-2015, maka tingkat efektifitas dapat diukur dengan membuat kategori. Penerimaan Pajak Reklame dikatakan efektif apabila tingkat persentasenya 1 atau 100%, sehingga semakin tinggi tingkat efektifitas maka kemampuan daerah semakin baik. (Halim, 2001)

2. Untuk mengetahui kontribusi pajak reklame

Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi pajak reklame terhadap PAD dibutuhkan beberapa data, yaitu (a) Data Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Kota Yogyakarta tahun 2011-2015, (b) Data Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Yogyakarta tahun 2011-2015. Untuk selanjutnya dihitung dengan rumus :

$$\text{Kontribusi} = \frac{\text{Realiasi Penerimaan Pajak Reklame}}{\text{Pendapatan Asli Daerah}} \times 100\%$$

(Abdul Halim, 2004)

3. Untuk mengetahui upaya Pemerintah untuk meningkatkan PAD adalah dengan melihat rencana program Pemerintah Kota Yogyakarta pada tahun selanjutnya, khususnya pada poin Pajak Daerah yang terdiri dari beberapa komponen termasuk Pajak Reklame. Selain itu, peneliti akan melakukan wawancara pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Yogyakarta.

ANALISIS DATA

1. Untuk mengetahui efektifitas penerimaan pajak reklame menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Efektifitas} = \frac{\text{Realiasi Penerimaan Pajak Reklame}}{\text{Target Penerimaan Pajak Reklame}} \times 100\%$$

(Abdul Halim, 2004)

Apabila perhitungan efektifitas pajak reklame dimasukkan dalam Tabel Efektifitas Penerimaan Pajak Reklame Kota Yogyakarta sebagai berikut :

Efektifitas Penerimaan Pajak Relame Kota Yogyakarta

Tahun 2011-2015

Tahun Anggaran	Realisasi Penerimaan Pajak Reklame	Target Pajak Reklame	Tingkat Efektifitas
2011	5.439.731.728	5.355.000.000	101,58%
2012	6.303.861.072	6.400.000.000	98,50%
2013	7.000.369.458	6.800.000.000	102,95%
2014	5.627.776.201	8.000.000.000	70,35%
2015	5.228.109.307	5.000.000.000	104,56%

Sumber : Laporan Realisasi Penerimaan Pajak Daerah DPDPK Kota Yogyakarta

Dari tabel diatas dapat dilihat rata- rata tingkat efektifitas penerimaan pajak reklame sebesar 95,59% atau belum mencapai 100%. Hal ini dikarenakan terdapat 2 tahun yang tidak efektif atau tidak mencapai 100%, sehingga penerimaan pajak reklame Kota Yogyakarta belum efektif karena angka efektifitas belum mencapai 100 atau 1.

2. Untuk mengetahui kontribusi pajak reklame terhadap PAD menggunakan rumus :

$$\text{Kontribusi} = \frac{\text{Realiasi Penerimaan Pajak Reklame}}{\text{Pendapatan Asli Daerah}} \times 100\%$$

(Abdul Halim, 2004)

Apabila perhitungan kontribusi pajak reklame terhadap PAD dimasukkan dalam Tabel Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Yogyakarta sebagai berikut :

Kontribusi Pajak Reklame terhadap PAD Kota Yogyakarta

Tahun 2011-2015

Tahun Anggaran	Realisasi Penerimaan Pajak Reklame	Penghasilan Asli Daerah	Kontribusi
2011	5.439.731.728	228.870.559.645,59	2,38%
2012	6.303.861.072	338.283.728.285,01	1,86%
2013	7.000.369.458	383.052.194.014,42	1,83%
2014	5.627.776.201	470.641.528.444,03	1,20%
2015	5.228.109.307	510.548.822.809,51	1,02%

Sumber : Laporan Realisasi APBD Kota Yogyakarta

Dari Tabel diatas dapat dilihat bahwa kontribusi pajak reklame pada Pendapatan Asli Daerah setiap tahunnya mengalami penurunan. Hal ini dikarenakan realisasi Pendapatan Asli Daerah setiap tahunnya meningkat namun diperoleh dari sumber Pendapatan Asli Daerah yang lainnya, seperti restribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain- lain PAD yang sah.

PEMBAHASAN

Tingkat efektifitas penerimaan pajak reklame dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2015 belum dapat dikatakan efektif karena tingkat efektifitas mencapai 100% atau 1, yaitu untuk tahun 2011 sebesar 101,58%, tahun 2013 sebesar 102,95%, dan tahun 2015 sebesar 104,56%. Namun terdapat 2 tahun yang belum efektif karena belum mencapai tingkat efektifitas yaitu tahun 2012 sebesar 98,50% dan tahun 2014 sebesar 70,35%. Hal ini dikarenakan adanya Peraturan Daerah Kota Yogyakarta No 2 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame, yang mengatur tentang tata letak penempatan reklame serta jenis reklame yang diperbolehkan untuk diselenggarakan. Berdasarkan hasil wawancara dengan responden, salah satu program Pemerintah melakukan penertiban penyelenggaraan reklame dengan tujuan penataan ruang lingkup di Kota Yogyakarta. Selain itu Pemerintah juga bertujuan mengurangi penyelenggaraan reklame yang tidak berijin (illegal). Petunjuk pelaksanaan Peraturan Daerah No 2 tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame diatur dalam Peraturan Walikota No 23 tahun 2016. Dalam Peraturan Walikota menjelaskan bahwa penempatan reklame dapat dilakukan pada tanah persil orang pribadi maupun tanah persil Pemerintah. Namun penempatan reklame khususnya reklame rokok dilarang ditempatkan di kawasan bebas rokok, jalan utama, sekolah dan tempat ibadah. Oleh karena itu, dengan adanya Peraturan Daerah serta Peraturan Walikota yang baru maka tingkat efektifitas penerimaan pajak reklame mengalami penurunan. Namun disisi lain tata letak pemasangan reklame lebih tertata rapi dan berkurang tingkat pemasangan reklame yang tidak berijin (illegal).

Kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah dari tahun 2011 sampai dengan 2015 yaitu untuk tahun 2011 sebesar 5.439.731.728 atau 2,38%, tahun 2012 sebesar 6.303.861.072 atau 1,86%, tahun 2013 sebesar 7.000.369.458 atau 1,83%, tahun 2014 sebesar 5.627.776.201 atau 1,20%, dan tahun 2015 sebesar 5.228.109.307 atau 1,02%. Dari data diatas menunjukkan bahwa kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah secara nominal mengalami peningkatan di tahun 2011, 2012, dan 2013. Namun secara nominal mengalami penurunan pada tahun 2014 dan 2015. Akan tetapi apabila dilihat dari prosentasenya kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah mengalami penurunan dari tahun 2011-2015. Hal ini terjadi karena berkurangnya pemasangan reklame di Kota Yogyakarta, serta prosedur yang harus ditempuh perorangan maupun badan untuk mendapatkan ijin penyelenggaraan reklame memerlukan waktu yang cukup lama. Prosedur yang harus ditempuh cukup lama karena Pemerintah meminimalisir pemasangan reklame yang tidak sesuai dengan Peraturan Daerah maupun Peraturan Walikota. Pemerintah

juga melakukan peninjauan lokasi untuk penyelenggaraan reklame bersifat permanen dan dengan ukuran yang cukup besar.

Berdasarkan hasil wawancara dengan responden upaya yang dilakukan Pemerintah untuk meningkatkan atau menstabilkan penerimaan pendapatan asli daerah khususnya pada pajak reklame yaitu dengan merubah harga atau formula pengali tarif pajak reklame. Komponen formula yang dirubah adalah sebagai berikut :

- a. Nilai Strategis
- b. Biaya Pemasangan
- c. Biaya Pemeliharaan

Perubahan hanya ada pada formulanya karena untuk merubah tarif atau merevisi Perundang-undangan memerlukan waktu minimal 5 tahun, selain itu memerlukan waktu dan proses yang lama. Selain itu Pemerintah berupaya menginsentifkan penertiban sesuai dengan Undang-undang agar reklame yang tidak berijin dapat mengurus ijin penyelenggaraan reklame dan membayar pajaknya.

Pemerintah Kota Yogyakarta berupaya mengurangi tingkat pemasangan reklame yang tidak berijin dengan memberikan sanksi kepada penyelenggara reklame. Sanksi administrasi diberikan berupa surat peringatan pertama dengan masa tenggang 7 hari terhitung sejak diterimanya surat peringatan. Kemudian surat peringatan kedua dan ketiga dengan masa tenggang 3 hari terhitung sejak diterimanya surat peringatan. Apabila sampai surat peringatan ketiga tidak diindahkahkan, maka Dinas Penertiban melakukan pembongkaran reklame. Bagi penyelenggaraan reklame yang telah memiliki ijin namun pembayarannya mengalami keterlambatan, maka Pemerintah Kota Yogyakarta memberikan sanksi administrasi sebesar 2%. Pemerintah Kota Yogyakarta bekerjasama dengan instansi-instansi terkait untuk pelaksanaan Undang-undang. Dinas Perijinan yang berperan sebagai menerbitkan ijin penyelenggaraan reklame, Dinas BPKAD yang berperan sebagai perhitungan dan penagihan pajak reklame, serta Dinas Penertiban (Satpol PP) berperan sebagai petugas yang menertibkan penyelenggaraan reklame yang tidak berijin atau penyelenggaraan reklame yang telah masa berlakunya.

PENUTUP

Kesimpulan yang diperoleh dari penulisan penelitian ini adalah :

1. Tingkat efektifitas penerimaan pajak reklame dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2015 belum dapat dikatakan efektif karena tingkat efektifitas mencapai 100% atau 1. Tahun 2011, tahun 2013, dan tahun 2015 sudah mencapai tingkat efektif sedangkan tahun 2012 dan 2014 belum mencapai tingkat efektifitas.
2. Kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah dari tahun 2011 sampai dengan 2015 yaitu untuk tahun 2011 sebesar 5.439.731.728 atau 2,38%, tahun 2012 sebesar 6.303.861.072 atau 1,86%, tahun 2013 sebesar 7.000.369.458 atau 1,83%, tahun 2014 sebesar 5.627.776.201 atau 1,20%, dan tahun 2015 sebesar 5.228.109.307 atau 1,02%. Dari data diatas menunjukkan bahwa kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah secara nominal mengalami peningkatan di tahun 2011, 2012, dan 2013. Namun secara nominal mengalami penurunan pada tahun 2014 dan 2015. Akan tetapi apabila dilihat dari prosentasenya kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah mengalami penurunan dari tahun 2011-2015.
3. Pemerintah Kota Yogyakarta berupaya untuk menaikkan atau menstabilkan penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta yaitu :
 - a. Melakukan perubahan pada formulasi dan harga pengali tarif pajak reklame
 - b. Mengefisiensikan program Pemerintah untuk menertibkan dan penataan pemasangan reklame
 - c. Mengurangi jumlah pemasangan reklame yang tidak berijin

Saran :

1. Pemerintah Kota Yogyakarta untuk lebih tegas dalam pelaksanaan Peraturan Daerah maupun Peraturan Walikota yang ada, karena dengan adanya Undang-undang penertiban reklame maka akan berdampak pada penerimaan pajak reklame.
2. Pemerintah Kota Yogyakarta memberikan sosialisasi lebih lanjut terhadap penyelenggara reklame baik biro maupun pribadi tentang aturan yang berlaku dan prosedur dalam pengajuan ijin sampai dengan pajak reklame dibayarkan.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

Ahmad, Yani. 2004. *Hubungan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Daerah*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.

Early Suandy. 2000. *Hukum Pajak*. Edisi Revisi. Salemba Empat, Jakarta. Halim, Abdul. 2001. *Akuntansi Keuangan Daerah*. Jakarta. Salemba Empa.

Halim, Abdul. 2004. *Manajemen Keuangan Daerah*. Yogyakarta : Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.

Hanif Nurcholis, 2005, *Teori dan Praktek Pemerintahan dan Otonomi Daerah*, Grasindo, Jakarta

Kamus Besar Bahasa Indonesia

Mardiasmo. 2002. *Akuntansi Sektor Publik*. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Rahardjo, Susilo dan Gudnanto. (2011). *Pemahaman Individu Teknik Non Tes*. Kudus: Nora Media Enterprise

Rahman, Herlina. 2005. *Pendapatan Asli Daerah*. Diakses tanggal 15 September 2015 (<http://www.negarahukum.com/hukum/pendapatan-aslidaerah.html>.)

Siagian, Sondang P. 2001. *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara. Halaman 24

Sumaryadi, I Nyoman. 2005. *Efektivitas Implementasi Kebijakan Otonomi Daerah*. Jakarta : Citra Utama.

TMBooks. 2015. *Cermat Menguasai Seluk-Beluk Perpajakan Indonesia*. Yogyakarta. Andi Yogyakarta. Hal 441

Warsito. 2001. *Hukum Pajak*. Jakarta: PT. Rajawali Grafindo Persada. Hal 128

PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN :

Peraturan Daerah Kota Yogyakarta No 2 tahun 2015 tentang *Penyelenggaraan Reklame*

Peraturan Walikota Yogyakarta No 23 tahun 2016 tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Nomor 2 tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame Undang-undang Nomor 33 tahun 2004 pasal 1 angka 18 tentang *Perimbangan Keuangan Antara Pusat dan Daerah*

Undang-Undang No. 28 Tahun 2009 *tentang Pendapatan Asli Daerah*

INTERNET :

Mawitjere, Prima. 2013. "Pendapatan Asli Daerah (PAD)" (blog). <https://primalifejournal.wordpress.com/2013/03/26/pendapatan-asli-daerah-pad/> , dipost tanggal 26 Maret 2013.

Lazio, Sonny. 2012. "Pengertian dan Sumber-sumber Pendapatan Asli Daerah" (blog). <http://sonnylazio.blogspot.co.id/2012/06/pengertian-dan-sumber-sumber-pendapatan.html> , dipost tanggal 23 Juni 2012.

Dinas Pendapatan dan Pengelolaan Keuangan dan Aset Kota Yogyakarta. 2015. <http://dppka.jogjaprovo.go.id/struktural.html>

Badan Pusat Statistik Provinsi D.I.Yogyakarta. <https://yogyakarta.bps.go.id/>

Widyatama, Repository. 2013. " Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Pendapatan Asli Daerah dan Dana Alokasi Umum Terhadap Pengalokasian Anggaran

Belanja Modal". (online) <http://repository.widyatama.ac.id/xmlui/handle/123456789/2326>

Ardha, Yunita. 2015. "Teori Efektivitas". (blog)
<http://yunitaardha.blogspot.co.id/2012/04/kumpulan-teori-efektivitas.html> , dipost tanggal 7
Februari 2015.

<http://tonyfebriqurniawanwordpress.com/gambaran-umum-yogyakarta-dan-indonesia/>

<http://repository.unhas.ac.id/bitstream/handle/123456789/1672/BAB%20II.pdf>

http://dppka.jogjaprovo.go.id/upload/files/pegrub_42-2008.pdf