

ANALISIS LAJU PERTUMBUHAN, EFEKTIVITAS DAN KONTRIBUSI PENERIMAAN PAJAK REKLAME TERHADAP PENDAPATAN PAJAK DAERAH

(Studi Kasus Pada Badan Pengelolaan Pajak Daerah Kota Palembang)

Evi Tri Wahyuni, Verawaty.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Darma Palembang

email: evitriwahyuni1009@gmail.com

verawaty_wahyudin@yahoo.com

Abstract

The local government of Palembang City is asked to manage and maximize the potential of existing economic resources for the survival and progress of each region through regional income. One effort that can be done to maximize regional income is derived from the local tax sector. Palembang City which is a culinary and industrial tourism city and one of the cities designated as the host of the ASEAN GAME in 2018 this will affect local tax revenue especially advertisement tax. This research is included in a descriptive study using a qualitative approach. The purpose of this study is to determine the level of growth rate, effectiveness and contribution of advertisement tax revenue to regional income, as well as any obstacles and efforts made by the Palembang City BPPD in increasing advertisement tax revenue to regional tax revenue. The results of this study indicate that the average growth rate of advertisement tax revenue on receiving local taxes in 2015-2018 reached 5.65% with the criteria unsuccessful. For the average effectiveness of advertisement tax revenue on local tax revenues in 2015-2018 reached 102.509% with very effective criteria, and for the contribution of advertisement tax revenue to local tax revenue had an average of 2.21% with the criteria unsuccessful. Efforts and strategies made by the city of Palembang to increase advertisement tax revenue through intensification and extensification.

Keywords: Advertisement Tax, Local Tax, Growth Rate, Effectiveness, Contribution

PENDAHULUAN

Pada era reformasi, pemerintah saat ini telah banyak melakukan perubahan penting dan mendasar terkait dengan berbagai kelemahan dan kekurangan yang ada di daerah serta telah berusaha dalam mengakomodasikan tuntutan dan kebutuhan masyarakat yang terus-menerus

berkembang dengan menerapkan sistem pemerintahan yang demokratis dan pelaksanaan desentralisasi dalam bentuk pemberian otonomi kepada daerah. Pemerintah mengelola, mengatur dan mengawasi pemerintahannya sendiri, sesuai dengan aspirasi masyarakat di daerahnya dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 mengenai Pemerintahan Daerah, mengatakan bahwa otonomi daerah adalah wewenang, hak dan kewajiban daerah otonomi untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan masyarakat serta pemerintah setempat sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Otonomi daerah diharapkan bisamenjadi jawaban dalam menyelesaikan permasalahan pembangunan yang belum merata, atau setidaknya dapat mengurangi semaksimal mungkin tingkat ketimpangan yang terjadi.

Untuk mendanai suatu kegiatan pemerintahan daerah upaya yang harus dilakukan adalah meningkatkan pendapatan pajak daerah. Dengan melakukan penerimaan yang efektivitas dan meningkatkan penerimaan pajak daerah, misalnya melalui subjek atau objek pendapatan pajak daerah untuk meningkatkan produktivitas pendapatan asli daerah (PAD). karena salah satu sumber dari PAD yaitu berasal dari pajak daerah.

Berdasarkan UU Nomor 28 Tahun 2009 terdapat penambahan empat jenis pajak daerah, yaitu terdapat satu jenis pajak provinsi dan tiga jenis pajak kabupaten/kota, dimana sebelumnya hanya terdapat sebelas jenis pajak daerah saja. Salah satu dari penerimaan pajak daerah yaitu pajak reklame yang dipungut oleh pemerintah daerah yang telah diatur dengan berdasarkan peraturan daerah tersebut dan hasil pumungutannya digunakan untuk pembiayaan rumah tangga daerah (Prakosa, 2005).Pemerintah Kota Palembang sebagai daerah otonomi yang mempunyai kewajiban untuk melakukan pembangunan pada wilayahnya secara berkelanjutan dan menyeluruh. Dengan memanfaatkan sumber anggaran yang ada, pemerintah melaksanakan peningkatan laju pertumbuhan secara efektif sehingga perlu ada strategi khusus untuk meningkatkan realisasi target yaitu salah satunya adalah pendapatan pajak reklame.

Perekonomian yang ada di Kota Palembang dari berbagai sektor seperti wisata kuliner, perdagangan, perusahaan, dan juga perhotelan serta menjadi salah satu kota yang ditunjuk sebagai salah satu tuan rumah pelaksanaan ASEAN GAMES pada tahun 2018 lalu. Hal ini menjadi salah satu pemasukan untuk pendapatan pajak daerah, khususnya pajak reklame. Dilihat dari segi sektor perdagangan, dapat diketahui bahwa semakin banyaknya pusat perbelanjaan, wisata kuliner dan perhotelan yang didirikan di Kota Palembang yang begitu pesat. Dari perkembangan perekonomian tersebut, sektor pajak reklame memiliki potensi yang banyak untuk penerimaan pajak daerah. Karena banyaknya perusahaan dan perorangan yang memilih media reklame guna mempromosikan kegiatan dan produk mereka.

Realiasi penerimaan pajak reklame dan penerimaan pajak daerah pada tahun 2015 hingga tahun 2018 di Kota Palembang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.2

Realisasi Penerimaan Pajak Reklame dan Penerimaan Pajak Daerah Tahun 2015-2018

Tahun	Realisasi Pajak Reklame	Pajak Daerah
2015	15.318.876.834,00	479.112.899.223,00
2016	16.567.211.469,38	536.552.681.049,38
2017	18.113.700.816,80	721.012.771.615,00
2018	17.641.773.173,00	680.012.752.910,10

Sumber : Badan Pengelolaan Pajak Daerah (2015-2018).

Dari Tabel 1.2 tersebut, diketahui bahwa pendapatan pajak reklame mengalami penurunan pada tahun 2018 sebesar Rp 471.927.643,80 penurunan pendapatan pajak reklame ini mengakibatkan penurunan pula pada pajak daerah sebesar Rp. 41.000.018.704,90 pada tahun yang sama. Hal ini berarti bahwa kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah sangat besar. Apabila pendapatan pajak reklame menurun maka pendapatan pajak daerah juga mengalami penurunan. Penurunan pajak reklame ini merupakan suatu permasalahan yang serius, yang perlu diketahui penyebabnya secara mendetil, untuk dicarikan solusinya.

Secara umum, masalah ini terjadi karena akibat kurang keinginan dan juga keikutsertaan masyarakat itu sendiri dalam meningkatkan pajak reklame, dan juga kurangnya pengawasan dari aparat pemerintah kepada masyarakat tentang pemungutan pajak reklame. Permasalahan ini juga dapat terjadi karena kurangnya sosialisasi dari pemerintah setempat dalam upaya penyelenggaraan dan pemungutannya, seperti terdapatnya reklame politik dan ilegal yang tidak terpasang dengan rapi sehingga dapat merusak pemandangan kota dan juga terdapat reklame yang mempunyai masa izinya sudah tidak berlaku. Pemerintah Kota Palembang mengalami kerugian pada sektor pendapatan pajak reklame sebesar Rp. 5.000.000.000,00 pada tahun 2018 karena wajib pajak reklame tidak melaporkan diri ke BPPD Kota Palembang (Siregar, 2018).

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk mengamati serta mengukur laju pertumbuhan penerimaan pajak reklame, efektivitas penerimaan pajak reklame, dan juga kontribusi penerima pajak reklame terhadap pendapatan pajak daerah yang ada di Kota Palembang. Kemudian peneliti juga ingin melihat hambatan-hambatan serta upaya apa saja yang dilakukan oleh Badan Pengelolaan Pajak Daerah (BPPD) Kota Palembang dalam melakukan peningkatan pajak reklame dan juga pendapatan pajak daerah. Berdasarkan uraian tersebut peneliti menulis judul “Analisis Laju Pertumbuhan, Efektivitas dan Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Pajak Daerah (Studi Kasus Pada Badan Pengelolaan Pajak Daerah di Kota Palembang).”

TINJAUAN PUSTAKA

PAJAK

Pajak dalam kehidupan bernegara memiliki kedudukan yang penting, terutama dalam membiayai berbagai kebutuhan dalam negara. Pajak merupakan salah satu sumber dari pendapatan pemerintah daerah yang digunakan dalam membiayai pembangunan daerah yang mempunyai tujuan untuk membiayai dan memajukan daerah yang dilalui dengan kebijakan pada

pengoptimalisasian penerimaan pajak, dimana setiap orang wajib membayar pajak sesuai dengan kewajibannya (Mardiasmo, 2013). Definisi secara umum pajak adalah sumbangan wajib yang dibayarkan untuk negara serta dapat dipaksakan menurut peraturan undang-undang dan tidak ada jasa timbal balik secara langsung kepada wajib pajak tersebut. Akan tetapi, iuran pajak secara tidak langsung dapat dirasakan oleh rakyat melalui fasilitas umum. misalnya pembangunan berbagai fasilitas umum seperti jalan raya, lampu jalan, lapangan, pasar, dan lain-lain.

PAJAK DAERAH

Berdasarkan UU No. 28 tahun 2009, pajak daerah yaitu sumbangan wajib dari masyarakat kepada pemerintah daerah yang dapat di manfaatkan dalam membiayai kepentingan atau bahkan suatu kegiatan pemerintah daerah yang dipungut berdasarkan undang-undang serta bersifat memaksa, dan tidak ada prestasi langsung yang diberikan. Pajak daerah adalah untuk melaksanakan penyelenggaraan dan juga pembangunan daerah, pemerintah mempunyai wewenang untuk melakukan pemungutan pajak yang telah ditetapkan oleh pemerintah daerah menurut peraturan daerah (perda).

Pajak daerah ada 2 yaitu pajak provinsi dan pajak kabupaten/kota, pajak provinsi terdiri dari pajak kendaraan bermotor, bea balik nama kendaraan bermotor, pajak bahan bakar kendaraan bermotor, pajak air permukaan, pajak rokok. Sedangkan pajak kabupaten/kota terdiri dari 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, bea perolehan hak atas tanah dan bangunan. Tetapi, tidak seluruh sektor pajak daerah tersebut harus dipungut oleh daerah. Jika kemampuan pada daerah tersebut kurang maka daerah itu tidak boleh untuk melakukan pemungutan pajak tersebut.

PAJAK REKLAME

Berdasarkan Undang-Undang No 28, pajak reklame adalah salah satu sumber dari pendapatan daerah yang bisa menunjukkan letak penting untuk mendanai suatu daerah yaitu juga berasal dari pajak reklame. Pajak reklame yaitu semua yang terdapat menyelenggarakan reklame. Reklame tersebut yaitu berupa suatu benda, alat maupun media yang bentuk serta gambarnya dibuat untuk memiliki tujuan yang menguntungkan para penggunanya yaitu memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan serta untuk menarik perhatian umum contohnya barang, jasa, orang, dan juga yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan dinikmati oleh masyarakat.

Pajak reklame yaitu semua yang terdapat menyelenggarakan reklame. Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Palembang Nomor 14 Tahun 2010 tentang Pajak Reklame dan juga Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 91 Tahun 2010 tentang Pajak Daerah. Reklame tersebut yaitu berupa suatu benda, alat maupun media yang bentuk serta gambarnya dibuat untuk memiliki tujuan yang menguntungkan para penggunanya yaitu memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan untuk menarik perhatian umum contohnya barang, jasa, orang, dan juga yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan dinikmati masyarakat.

LAJU PERTUMBUHAN

Laju pertumbuhan pajak reklame adalah selisih dari realisasi dalam penerimaan reklame pada tahun yang telah ditetapkan dengan realisasi penerimaan pajak reklame pada tahun yang sudah terjadi di bagi dengan realisasi penerimaan reklame pada tahun yang sudah terjadi. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut (Halim, 2007):

$$Gt = \frac{Yrt - Yr(t-1)}{Yr(t-1)} \times 100\%$$

Keterangan:

Gt : Tingkat pertumbuhan pajak reklame

Yrt : Realisasi penerimaan pajak reklame pada tahun tertentu

Yr (t-1) : Realisasi penerimaan pajak reklame tahun sebelumnya

EFEKTIVITAS

Efektivitas menurut ukuran merupakan seberapa jauh instansi mencapai tujuan yang diharapkan. Apabila rancangan efektivitas dikaitkan dengan pemungutan pajak utama dari penerimaan pajak reklame, maka yang dimaksud dengan efektivitas disini yaitu seberapa besar realisasi penerimaan pajak reklame yang berhasil mencapai potensi yang seharusnya diharapkan pada suatu periode tertentu (Halim, 2007).

$$Efektivitas = \frac{Realisasi\ penerimaan\ pajak\ reklame}{Target\ penerimaan\ pajak\ reklame} \times 100\%$$

KONTRIBUSI

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kontribusi adalah uang iuran atau sumbangan dari pajak daerah yang merupakan peranan sangat penting dalam meningkatkan PAD dan mensejahterakan masyarakat. Hal ini secara langsung akan mempengaruhi peningkatan pendapatan pajak daerah.. (Halim, 2007).

$$P = \frac{Xn}{Yn} \times 100\%$$

Keterangan :

P : Kontribusi penerimaan pajak reklame

Xn : Jumlah realisasi penerimaan pajak reklame

Yn : Jumlah realisasi penerimaan pajak daerah

n : Tahun (periode)

Tabel 1

Kriteria Nilai Kontribusi Pajak Reklame

No	Persentase	Kriteria
1	0-10%	Sangat Kurang
2	10,%-30%	Kurang
3	20,%-30%	Cukup
4	30,%-40%	Sedang
5	40,%-50%	Baik
6	>50%	Sangat Baik

Sumber: Halim (2007)

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode analisis data dekriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif merupakan penyusunan melalui proses pengumpulan data, bagian-bagian data maupun susunan suatu teori yang dihasilkan dari wawancara dengan mempunyai peran dan tujuan untuk menyusun teori serta memandang teori tersebut.

Metode pengumpulan data sekunder yang didapat oleh penulis yang berasal dari dokumen instansi berupa struktur organisasi berserta tugas dan fungsinya, sejarah pembentukan Badan Pengelolaan Pajak Daerah Kota Palembang serta visi dan misi, laporan kinerja berupa target dan realisasi penerimaan pajak daerah Kota Palembang pada tahun 2015-2018. Selain itu, faktor pendorong dalam pengumpulan data dengan mempelajari buku-buku yang mendukung penelitian, jurnal, artikel dan akses internet.

HASIL DAN PEMBAHASAN

LAJU PERTUMBUHAN

Untuk mengetahui seberapa besar tingkat laju pertumbuhan pajak reklame dari tahun ke tahun. Penerimaan pajak reklame dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini:

Tabel. 4.2

Laju Pertumbuhan Pajak Reklame Kota Palembang Tahun 2015-2018

Tahun	Realisasi Penerimaan Pajak Reklame	Laju pertumbuhan Pajak Reklame

		(%)
2015	15.318.876.834,00	7,98%
2016	16.567.211.469,38	8,15%
2017	18.113.700.816,80	9,33%
2018	17.641.773.173,00	-2,72%
	Rata-rata	5,65%

Sumber : Badan Pengelolaan Pajak Daerah, data diolah peneliti (2019).

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa laju pertumbuhan pajak reklame di Kota Palembang pada tahun 2015-2018 memiliki rata-rata di bawah 30% maka laju pertumbuhan ini termasuk kedalam kategori tidak berhasil. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan Bapak Betha Yuda selaku Kepala Sub Bidang Pajak Hotel, Air Bawah Tanah dan Reklame di Badan Pengelolaan Pajak Daerah, laju pertumbuhan pajak reklame yang ada di Kota Palembang masih tidak berhasil karena adanya pembangunan LRT ada beberapa kawasan seperti di Jalan Jendral sudirman, Jalan Angkatan 45 maupun Jalan Kol H Burlian yang telah dipasang reklame harus diturunkan, maka hal ini sangat berpengaruh terhadap pendapatan daerah.

Kemudian banyaknya wajib pajak yang tidak mengetahui bahwa pentingnya membayar reklame serta kurangnya kesadaran dari masyarakat untuk membayar dan melaporkan reklame, dan juga terdapat reklame yang sudah habis masa izinya dan tidak melakukan perpanjangan waktu penyelenggaraan reklame.

EFEKTIVITAS

Hasil dari perhitungan pajak reklame kota Palembang dari tahun 2015-2018 sebagai berikut:

Tabel 4.3

Target dan realisasi pajak reklame tahun 2015-2018 Kota Palembang

Tahun	Target (Rupiah)	Realisasi (Rupiah)	Efektivitas (%)
2015	14.890.000.000,00	15.318.876.834,00	102,880%
2016	15.604.719.571,97	16.567.211.469,38	106,167%
2017	16.604.719.572,00	18.113.700.816,80	109,105%
2018	19.200.000.000,00	17.641.773.173,00	91,884%
	Rata-rata		102,509%

Sumber : Badan Pengelolaan Pajak Daerah, data diolah peneliti (2019).

Berdasarkan tabel diatas rata-rata efektivitas pajak reklame tahun anggaran 2015-2018 sebesar 102.509%, sehingga rata-rata efektivitas pajak reklame termasuk ke dalam kategori sangat efektif, karena rata-rata nilai efektivitas pajak reklame lebih dari 100%. Terkait dengan efektivitas pajak pada tahun 2018 yang termasuk dalam kategori efektivitas saja atau menurun, hal ini berbanding terbalik dari tahun- tahun sebelumnya yang masuk dalam kategori sangat efektif. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan di BPPD Kota Palembang, hal tersebut dapat terjadi karena tidak tercapainya target penerimaan pajak reklame pada tahun 2018 serta kurangnya peran dari masyarakat untuk meningkatkan penerimaan pajak reklame serta adanya reklame yang sudah habis masa izinnnya dan wajib wajak tidak melakukan perpanjangan waktu izinya.

KONTRIBUSI

Perhitungan kontribusi penerimaan pajak reklame Kota Palembang tahun 2015-2018 sebagai berikut:

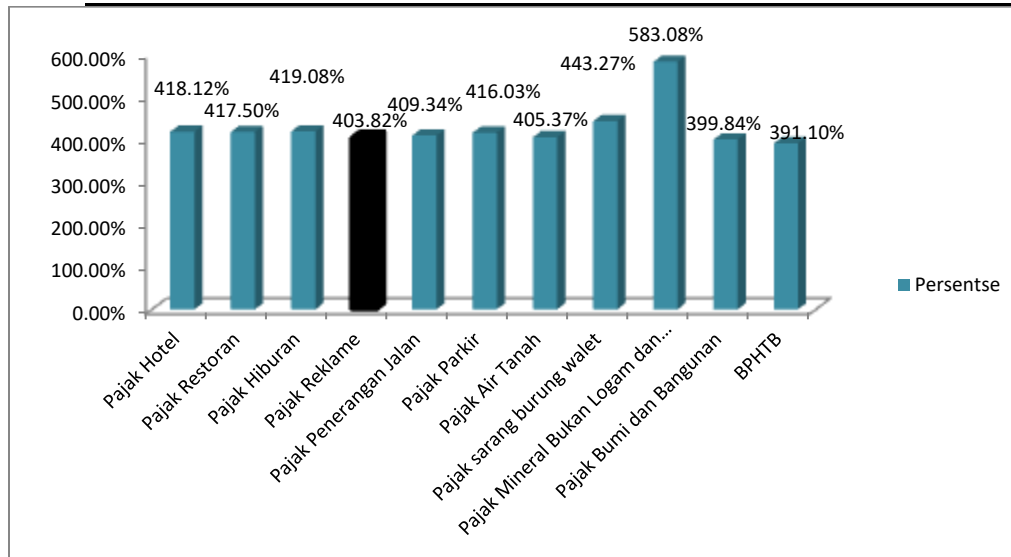
Tabel 4.4

Realisasi Penerimaan Pajak Reklame dan Penerimaan Pajak Daerah Tahun 2015-2018

Tahun	Realisasi Pajak Reklame	Pajak Daerah	Kontribusi
2015	15.318.876.834,00	479.112.899.223,00	3,19%
2016	16.567.211.469,38	536.552.681.049,38	2,94%
2017	18.113.700.816,80	721.012.771.615,00	2,51%
2018	17.641.773.173,00	680.012.752.910,10	2,59%
	Rata-rata		2,21%

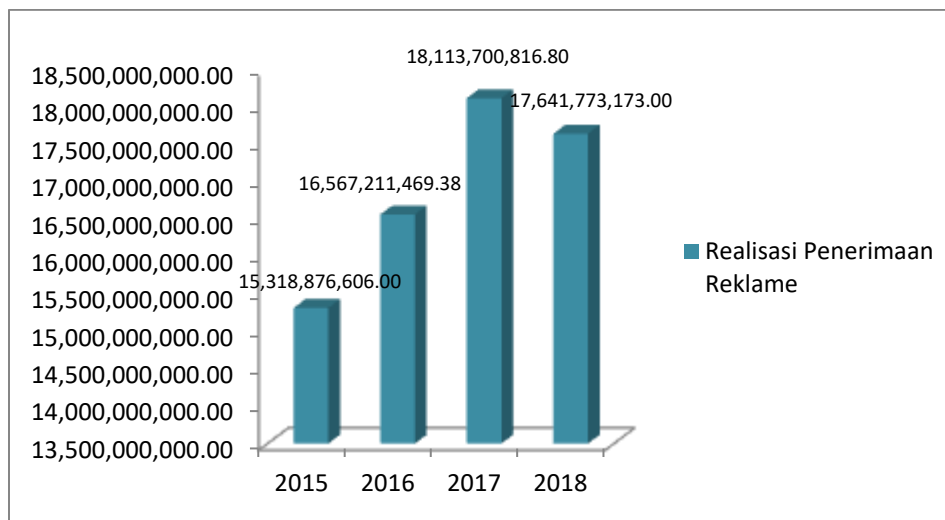
Sumber : Badan Pengelolaan Pajak Daerah, data diolah peneliti (2015-2018).

Bedasarkan tabel tersebut dapat diketahui kontribusi realisasi penerimaan pajak reklame terhadap pendapatan pajak daerah yang ada di Kota Palembang dari tahun 2015 sampai dengan 2018 masuk kedalam kategori sangat kurang atau tidak berkontribusi. Berdasarkan hasil wawancara yang sudah dilakukan dengan Bapak Betha Yuda selaku Kepala Sub Bidang Pajak Hotel, Air Bawah Tanah dan Reklame di Badan Pengelolaan Pajak Daerah di Kota Palembang, hal ini bisa terjadi dikarenakan banyaknya reklame yang menyalahi aturan dan tidak memiliki izin untuk menyelenggarakan reklame sehingga dapat mempengaruhi realisasi untuk penerimaan pajak reklame. Meskipun realisasi penerimaan reklame di Kota Palembang ini masih belum maksimal BPPD Kota Palembang akan berupaya dan tetap optomis untuk mencapai target yang telah ditetapkan. Selain itu, kontribusi pajak daerah melihat pajak-pajak yang lain. Pajak Reklame merupakan pajak tertinggi No. 9. Berikut adalah grafik tentang pajak daerah di Kota Palembang:



Sumber: Badan Pengelolaan Pajak Daerah Kota Palembang (2019)

Bisa dilihat dari grafik diatas, bahwa memang pajak reklame hanya berkontribusi sesuai dengan porsinya saja, sebagai penghasil pajak No. 9. Namun, dari realisasi pendapatan reklame sebenarnya bertambah. Berikut grafiknya dari tahun 2015-2018:



Sumber : Badan Pengelolaan Pajak Daerah Kota Palembang (2019)

Dari grafik di atas terlihat bahwa, sudah ada peningkatan ralisasinya hanya saat ini kontribusinya masih kecil

HAMBATAN

Dalam hal pemungutan pajak reklame Badan Pengelolaan Pajak Daerah mengalami hambatan-hambatan yaitu:

1. Banyaknya wajib pajak pemasangan yang tidak memperpanjang pemasangan reklame serta reklame yang masa izinnnya telah habis tetapi tidak segera dibongkar
2. Banyaknya reklame liar. Kemudian kurangnya kesadaran wajib pajak untuk melaporkan penyelenggaraan reklame, reklame yang dilaporkan terkadang tidak sesuai dengan fakta yang ada dilapangan.
3. Kurangnya membayar pajak reklame sehingga pendapatan daerah melalui pajak reklame kurang optimal.
4. Karena pelayanan jasa dan fasilitas pajak reklame yang mendukung bagi sumber penerimaan pajak daerah belum optimal.

UPAYA

Badan Pengelolaan Pajak Daerah Kota Palembang melakukan berbagai upaya yaitu melalui intensifikasi dan ekstensifikasi. Intensifikasi dilakukan dengan cara melakukan peningkatan kinerja pemungutan pajak yaitu dengan memperbaiki pendataan, penetapan dan penagihan yang diatur sehingga bisa terjamin kelancaran hasil penerimaan pemungutan ke kas daerah. Adapun melihat kondisi antara yang dilaporkan oleh wajib pajak dengan yang ada sebenarnya di lapangan.

Dengan, ekstensifikasi yaitu aktivitas yang dilakukan oleh pegawai BPPD Kota Palembang bidang penerimaan pajak yang bersangkutan dengan pencarian data yang belum ditemukan. Kemudian melakukan penertiban yang dilakukan seminggu 3 kali untuk insidental yaitu seperti pertikal banner dan spanduk, meng-update data per 30 wilayah agar dapat meningkatkan penerimaan pajak reklame yang bersifat seperti papan, baliho dan sebagainya, serta dengan melakukan kegiatan sosialisasi kepada masyarakat dan wajib pajak dengan melalui radio, televisi maupun media yang lainnya.

SIMPULAN DAN SARAN

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis dari Bab IV, realisasi penerimaan pajak reklame terhadap target dan kontribusi terhadap pendapatan pajak daerah pada Badan Pengelolaan Pajak Daerah Kota Palembang adalah sebagai berikut:

1. Laju pertumbuhan penerimaan pajak reklame terhadap pendapatan pajak daerah dari tahun 2015-2018 masuk ke dalam kriteria tidak berhasil. Hal ini dikarenakan adanya pembangunan LRT ada beberapa kawasan seperti di Jalan Jendral sudirman, Jalan Angkatan 45 maupun Jalan Kol H Burlian yang telah dipasang reklame harus diturunkan, maka hal ini sangat berpengaruh terhadap pendapatan daerah. Kemudian banyaknya wajib pajak yang tidak mengetahui bahwa pentingnya membayar reklame serta kurangnya kesadaran dari masyarakat untuk membayar dan melaporkan reklame, dan juga terdapat reklame yang sudah habis masa izinya dan tidak melakukan perpanjangan waktu penyelenggaraan reklame.

2. Efektivitas pajak reklame mencapai kriteria sangat efektif, tetapi pada tahun 2018 mengalami penurunan sehingga hanya mencapai kriteria efektif saja. Terjadinya penurunan ini disebabkan karena kurangnya untuk meningkatkan penerimaan pajak reklame serta adanya reklame yang sudah habis masa izinnya dan wajib pajak tidak melakukan perpanjangan waktu izinnya.

3. Kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap pendapatan pajak daerah dari tahun 2015-2018 masuk ke dalam kriteria sangat kurang atau tidak berkontribusi. Hal ini dapat terjadi dikarenakan banyaknya reklame yang menyalahi aturan dan tidak memiliki izin untuk menyelenggarakan reklame di Kota Palembang seperti di jalan protokol salah satunya di Jalan Demang Lebar Daun dan Jalan Angkatan 45 (Siregar,2018), serta masih banyak potensi yang belum tergali, sehingga dapat mempengaruhi realisasi untuk penerimaan pajak reklame.

SARAN

1. Kepada Badan Pengelolaan Pajak Daerah Kota Palembang agar memperluas kawasan untuk pemasangan reklame sehingga realisasi penerimaan pajak reklame dapat meningkat.

2. Perlu adanya penambahan petugas atau pengawas untuk melakukan peninjauan lapangan serta melakukan sosialisasi kepada masyarakat dan wajib pajak tentang pentingnya membayar pajak daerah secara langsung atau menggunakan media elektronik seperti televisi, radio, majalah dan lainnya. Dengan adanya hal tersebut dapat meningkatkan kepatuhan membayar pajak.

3. Melakukan pengawasan secara rutin terhadap reklame-reklame yang terpasang di Kota Palembang, baik yang mempunyai izin atau tidak mempunyai izin. Kemudian juga harus ada pengawasan khusus terhadap reklame-reklame yang sudah habis masa izinnya agar segera diturunkan.

4. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti tentang pajak daerah diharapkan dapat menambah variabel-variabel lainnya yang berhubungan dengan pajak daerah lainnya seperti pajak hotel, pajak hiburan, pajak restoran dan pajak daerah lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Apandoo, S., F. (2019). Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Scribd. Diakses dari

<https://www.scribd.com/doc/195107435/Pajak-Dan-Retribusi-Daerah>.

Badan Pengelolaan Pajak Daerah. (2018). Laporan Realisasi Penerimaan Pajak Daerah Kota Palembang Tahun 2015-2018.

Halim, A. (2007). Akuntansi Keuangan Daerah. Jakarta: Salemba Empat.

Kesit, B. P. (2005). Pajak dan Retribusi Daerah. Yogyakarta: UII Press.

Mardiasmo. (2013). Perpajakan. Yogyakarta: ANDI Publisher.

Peraturan Daerah (PD) Kota Palembang Nomor 14 Tahun 2010. Pajak Reklame.

Peraturan Pemerintah (PP) Republik Indonesia Nomor 91 Tahun 2010. Pajak Daerah.

Peraturan Pemerintah (PP) nomor 65 tahun . Pajak Daerah.

Resmi, S. (2009). Perpajakan. Jakarta: Salemba Empat.

Sanusi, A. (2014). Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta: Salemba Empat.

Siahaan. (2013). Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Jakarta: Grafindo Persada.

Siregar, R. A. (2018). Rugi Sampai Rp. 5 M Pemkot Palembang Segel 146 Reklame Bandel. Diakses dari <https://news.detik.com/berita/d-4343271/rugi-sampai-rp-5-m-pemkot-palembang-segel-146-reklame-bandel>. Palembang: detik.News.

Sudirman, I., Wayan. (2011). Kebijakan Fiskal dan Moneter. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004. Otonomi Daerah.

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009. Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.