

**EFEKTIVITAS DAN KONTRIBUSI PAJAK REKLAME TERHADAP
PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD) DI DINAS PENDAPATAN DAERAH KOTA
MEDAN**

Sahala Purba

Fakultas Ekonomi, Universitas Methodist Indonesia

ABSTRAK

Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui efektivitas penerimaan pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah kota Medan tahun 2013-2015 dan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Medan pada tahun 2013-2015. Penelitian menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Jenis dan sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan adalah teknik observasi, wawancara, dokumentasi, dan pustaka. Teknik analisa data adalah merangkum data, penyajian data, menganalisa data, dan kesimpulan awal yang bersifat sementara. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan tingkat efektivitas tahun 2013-2015 yang dicapai setiap tahun selalu menurun dan kurang dari 60%, yakni 33,76% untuk tahun 2013; 29,93% untuk tahun 2014; dan 18,38% untuk tahun 2015. Rata-rata efektivitas penerimaan pajak reklame terhadap PAD selama 3 tahun yaitu 26,69% atau dapat dikategorikan “tidak efektif”. Kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah pada tahun 2013 sampai dengan tahun 2015 selalu menurun yaitu 2,64% pada tahun 2013, 2,01% pada tahun 2014, dan 1,45% pada tahun 2015. Rata-rata kontribusi pajak reklame terhadap PAD selama 3 tahun yaitu 2,01% atau dapat dikategorikan “cukup baik”.

Kata kunci : Efektivitas, Kontribusi, Pendapatan Asli Daerah

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Pemerintah daerah diberi kewenangan yang luas untuk mengurus rumah tangganya sendiri dengan sesedikit mungkin campur tangan pemerintah pusat. Pemerintah daerah mempunyai hak dan kewenangan yang luas untuk menggunakan sumber-sumber ekonomi dan keuangan yang dimiliki oleh daerahnya. Hal ini selaras dengan UU No. 32 tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah dan UU No. 33 tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah. Tapi pada kenyataannya kontribusi Pendapatan Asli Daerah terhadap pendapatan dan belanja daerah masih kecil. Selama ini dominasi sumbangan pemerintah pusat kepada daerah masih besar.

Menurut UU No. 33 tahun 2004 Pendapatan asli daerah adalah penerimaan yang diperoleh dari sektor pajak daerah, retribusi daerah, hasil perusahaan milik daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah. Untuk mengurangi dominasi sumbangan pemerintah pusat serta meningkatkan pembangunan dan memaksimalkan otonomi daerah, Pemerintah Daerah harus lebih meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Pendapatan Asli Daerah menjadi indikator keberhasilan dalam penyelenggaraan otonomi daerah. Semakin tinggi PAD maka semakin tinggi pula kemampuan pemerintah daerah untuk membiayai kebutuhannya sendiri. Hal ini berarti pemerintah daerah tersebut telah berhasil dalam menyelenggarakan otonomi daerah.

Demikian pula sebaliknya, apabila PAD yang diperoleh pada daerah tersebut semakin sedikit atau mengalami penurunan, berarti penyelenggaraan otonomi daerahnya belum maksimal. Hal ini disebabkan adanya hambatan bagi pemerintah daerah dalam rangka mengawasi kepatuhan wajib pajak.

Menurut Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang ketentuan umum dan tata cara perpajakan Indonesia yang telah disempurnakan dengan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007, pajak adalah : iuran wajib yang dibayar oleh wajib pajak berdasarkan norma-norma hukum untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran kolektif guna meningkatkan kesejahteraan umum yang balas jasanya tidak diterima secara langsung.

Salah satu fungsi pajak digunakan sebagai sumber dana pemerintah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran. Menurut lembaga pemungutnya pajak dibagi menjadi pajak pusat dan pajak daerah. Pajak pusat merupakan pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat dan digunakan untuk membiayai rumah tangga negara yang terdiri dari Pajak Penghasilan, Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah, Pajak Bumi dan Bangunan, dan Bea materai. Pajak daerah adalah pajak yang dipungut oleh Pemerintah Daerah dan digunakan untuk membiayai rumah tangga daerahnya sendiri. Pajak daerah bertujuan untuk membiayai pembangunan daerah. Tanpa adanya pajak daerah, maka kebutuhan akan dana untuk pembangunan akan sulit dipenuhi. Dari sisi kewenangan pemungutan pajak daerah, pemerintah provinsi dan pemerintah kabupaten/ kota memiliki jenis pajak daerah yang berbeda. Jenis pajak kabupaten/ kota terdiri dari: (1) Pajak Reklame, (2) Pajak Restoran, (3) Pajak hiburan, (4) Pajak Hotel, (5) Pajak Penerangan Jalan, (6) Pajak Pengambilan Bahan Galian Golongan C, (7) Pajak parkir. Dalam hal ini penulis membahas tentang pajak reklame.

Berbagai upaya dilakukan oleh pemerintah daerah untuk dapat memaksimalkan potensi penerimaan yang nantinya digunakan sebagai sumber pembiayaan daerah. Selanjutnya, masing-masing daerah berlomba-lomba menggali potensi penerimaan daerah yang dimilikinya untuk meningkatkan sumber pembiayaan pembangunan daerah. Potensi penerimaan daerah ini dapat bersumber dari pajak daerah, retribusi daerah, penerimaan dari dinas, laba bersih dari perusahaan daerah (BUMD) dan penerimaan lainnya. Salah satu sumber penerimaan tersebut adalah dari Pajak Reklame.

Dengan seiring berkembangnya zaman dan banyaknya produk barang, jasa dan kegiatan yang muncul, reklame menjadi hal yang sangat penting bagi produsen barang maupun jasa guna memasarkan produk yang mereka tawarkan, bahkan saat ini hampir di semua daerah di Indonesia terdapat reklame baik berbentuk papan, selebaran maupun dengan bentuk-bentuk lain yang telah ditetapkan oleh pemerintah daerah. Begitu juga di wilayah Kota Medan, dengan adanya reklame yang mereka tempatkan di berbagai tempat yang strategis, secara tidak langsung mereka mengenalkan masyarakat akan produk yang mereka tawarkan. Baik disadari ataupun tidak reklame sangatlah membantu meningkatkan ketertarikan masyarakat atau konsumen kepada produk yang mereka tawarkan sehingga masyarakat mulai mencoba bahkan menyukai produk tersebut. Itulah nilai penting dari sebuah reklame, oleh karena itu bisnis periklanan atau reklame berkembang dengan pesatnya bahkan di Kota Medan. Dengan alasan itulah penulis mengangkat judul **“Efektivitas dan Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Dinas Pendapatan Kota Medan”**.

Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam pokok pembahasan penelitian ini dilakukan dalam beberapa aspek, yaitu:

1. Tingkat efektivitas pajak reklame di Kota Medan terhadap Pendapatan Asli Daerah belum efektif.
2. Kontribusi pajak reklame di Kota Medan terhadap Pendapatan Asli Daerah belum dilakukan secara optimal.

Pembatasan masalah

Dikarenakan keterbatasan waktu dan kemampuan penulis, penulis membatasi masalah yang berkaitan dengan efektivitas dan kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) antara lain:

1. Efektivitas dan kontribusi penerimaan pajak daerah kota Medan tentang pajak reklame.
2. Pengamatan efektivitas dan kontribusi pajak reklame pada tahun 2013-2015 pada kota Dinas Pendapatan Kota Medan.

Perumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah penerimaan pajak reklame tahun 2013-2015 terhadap pendapatan asli daerah kota Medan sudah efektif?
2. Seberapa besar kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah kota Medan tahun 2013-2015?

Tujuan Penelitian

Dengan rumusan masalah yang ada, maka dapat ditentukan tujuan penelitian ini, yaitu antara lain:

1. Untuk mengetahui efektivitas penerimaan pajak reklame terhadap pendapan asli daerah kota Medan tahun 2013-2015.
2. Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Medan pada tahun 2013-2015.

TINJAUAN PUSTAKA

Pajak

Pajak adalah kontribusi wajib kepada Negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-undang yang tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan Negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Pendapatan Asli Daerah

Pendapatan Asli Daerah adalah: "Sumber keuangan daerah yang digali dari dalam wilayah daerah yang bersangkutan yang terdiri dari hasil Pajak daerah, hasil retribusi daerah, hasil pengelolaan keuangan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah".

Pajak Daerah

Istilah yang terkait dengan Pajak Daerah yaitu : Daerah Otonom, Pajak Daerah, Badan, Subjek Pajak, Wajib Pajak. Ciri-ciri Pajak Daerah:

1. Pajak dipungut oleh Negara.
2. Pembayaran pajak harus masuk kepada kas Negara.
3. Dalam pembayaran pajak tidak dapat ditunjukkan adanya kontra prestasi individu oleh pemerintah.
4. Penyelenggaraan pemerintahan secara umum merupakan manifestasi kontra prestasi dari Negara kepada para pembayar pajak.
5. Pajak dipungut karena adanya suatu keadaan, kejadian, dan perbuatan yang menurut peraturan perundang-undangan pajak dikenakan pajak.
6. Pajak memiliki sifat dapat dipaksakan.

Pajak Reklame

Objek dan Subjek Pajak Reklame

Menurut peraturan daerah kota Medan nomor 11 tahun 2011 tentang pajak reklame bab II pasal 3 dan pasal 4. Objek Pajak Reklame adalah semua penyelenggaraan Reklame. Objek pajak reklame meliputi:

1. Reklame papan / billboard / videotron / megatron dan sejenisnya.
2. Reklame kain.
3. Reklame melekat, stiker.
4. Reklame selebaran.
5. Reklame berjalan, termasuk pada kendaraan.
6. Reklame udara.
7. Reklame apung.
8. Reklame suara.
9. Reklame film/slide.
10. Reklame peragaan.

Tidak Termasuk Objek Pajak Reklame

1. Penyelenggaraan reklame melalui internet, televisi, radio, warta berita, warta mingguan.
2. Warta bulanan, dan sejenisnya.
3. Label/merk produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan, yang berfungsi untuk.
4. Membedakan dari produk sejenis lainnya.
5. Nama pengenalan usaha atau profesi yang dipasang melekat pada bangunan tempat usaha atau profesi diselenggarakan sesuai dengan ketentuan yang mengatur nama pengenalan.
6. Usaha atau profesi tersebut.
7. Reklame yang diselenggarakan oleh Pemerintah atau Pemerintah Daerah.

Yang termasuk subjek pajak reklame:

1. Subjek pajak reklame adalah orang pribadi atau Badan yang menggunakan reklame.
2. Wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau Badan yang menyelenggarakan reklame.
3. Dalam hal reklame diselenggarakan sendiri secara langsung oleh orang pribadi atau Badan, wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau Badan tersebut.
4. Dalam hal reklame diselenggarakan melalui pihak ketiga, pihak ketiga tersebut menjadi Wajib Pajak Reklame.
5. Setiap orang pribadi atau Badan yang akan menyelenggarakan reklame di

Daerah wajib memperoleh izin tertulis atau pengesahan dari Walikota.

6. Untuk memperoleh izin sebagaimana dimaksud pada ayat (5), yang bersangkutan harus mengajukan permohonan secara tertulis kepada Walikota.
7. Ketentuan lebih lanjut mengenai Tata Cara dan persyaratan perizinan, diatur dengan Peraturan Walikota.

Efektivitas

Efektivitas diukur dengan cara membandingkan realisasi dengan targetnya. Semakin tinggi hasil perbandingan tersebut maka dikatakan semakin efektif.

Jadi rumus yang diketahui untuk efektivitas pajak reklame :

$$\text{Efektivitas} = \frac{\text{realisasi penerimaan pajak reklame}}{\text{target pajak reklame}} \times 100\%$$

Tabel kriteria Efektivitas Pajak Reklame :

Persentase Efektivitas	Kriteria efektivitas
Diatas 100 %	Sangat efektif
90% - 100 %	Efektif
80% - 90 %	Cukup Efektif
70% - 80%	Kurang Efektif
Kurang dari 60%	Tidak efektif

Sumber : Nurlan (2006:49)

Kontribusi

Untuk mengetahui kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah digunakan rumus:

$$\text{Kontribusi} = \frac{\text{realisasi penerimaan pajak reklame}}{\text{pendapatan asli daerah}} \times 100\%$$

Kriteria Kontribusi Menurut Halim

Persentase	Tingkat Kontribusi	Tanda/ Kode
>4%	Dinyatakan bahwa sangat mempunyai kontribusi	Sangat Berkontribusi
3 % - 3,9 %	Dinyatakan bahwa mempunyai kontribusi	Berkontribusi
2 % - 2,9 %	Dinyatakan bahwa cukup mempunyai kontribusi	Cukup Berkontribusi
1 % - 1,9 %	Dinyatakan bahwa kurang mempunyai kontribusi	Kurang Berkontribusi
0 % - 0,9 %	Dinyatakan bahwa tidak mempunyai kontribusi	Tidak Berkontribusi

Sumber : Halim (2004: 103)

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kantor Dinas Pendapatan Asli Daerah Medan yang beralamat H. Abdul Haris Nasution No. 32, pangkalan Mansyur, Medan Johor, Kota Medan, Sumatera Utara.

Sumber dan Jenis Data

1. Sumber data yang digunakan dalam penulisan ini adalah data primer dan data sekunder, yaitu:

a. Data primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari objek penelitian yaitu Kantor Dinas Pendapatan Asli Daerah Medan yang diperoleh langsung dengan melakukan wawancara kepada pihak dinas pendapatan daerah Medan yang kemudian diolah sehubungan dengan pokok permasalahan pada keputusan efektivitas dan kontribusi pajak reklame.

b. Data sekunder

Data sekunder yaitu sumber data yang diperoleh peneliti melalui penelusuran dan pengamatan terhadap dokumentasi laporan realisasi anggaran pajak reklame.

2. Jenis Data

Adapun jenis data yang digunakan, yaitu kualitatif. Data kualitatif adalah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif, dimana data yang diperoleh, disajikan, dianalisa, kemudian disimpulkan. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta dilapangan.

Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel penelitian yang diperlukan dan defenisi operasionalnya, yaitu:

1. Efektivitas adalah suatu ukuran atau kegagalan suatu organisasi dalam mencapai suatu tujuan. Efektivitas diukur dengan cara membandingkan

realisasi dengan targetnya. Semakin tinggi hasil perbandingan tersebut maka dikatakan semakin efektif.

Jadi rumus yang diketahui untuk efektivitas pajak reklame:

$$\text{Efektivitas} = \frac{\text{realisasi penerimaan pajak reklame}}{\text{target pajak reklame}} \times 100\%$$

2. Kontribusi adalah iuran atau sumbangan atau sesuatu yang diberikan bersama-sama dengan pihak lain untuk tujuan, biaya, atau kerugian tertentu atau bersama.

Untuk mengetahui kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah digunakan rumus:

$$\text{Kontribusi} = \frac{\text{realisasi penerimaan pajak reklame}}{\text{pendapatan asli daerah}} \times 100\%$$

Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data atau keterangan maupun informasi yang diperlukan, maka teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Observasi
2. Wawancara
3. Studi Kepustakaan
4. Media Elektronik

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif yaitu dengan menguraikan serta menginterpretasikan data yang diperoleh dilapangan dari para informan secara interaktif dan terus menerus hingga data yang diperoleh lengkap.

Aktivitas yang dilakukan peneliti dalam menganalisa data yaitu:

1. Merangkum data
2. Penyajian data
3. Menganalisa data
4. Kesimpulan

PEMBAHASAN

Pajak Reklame kota Medan

Pajak merupakan kontribusi wajib kepada Negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa

berdasarkan Undang-undang yang tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan Negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Peranan penerimaan pajak daerah banyak digunakan untuk pembiayaan pembangunan sarana dan prasarana umum yang tersedia seperti sarana transportasi, komunikasi, pendidikan, kesehatan, keamanan, hukum, dan sarana kegiatan lainnyayang mendukung kegiatan sehari-hari. Penggalan sumber-sumber pajak yang sangat berpengaruh terhadap pendapatan daerah yang kemudian hasil penerimaan dari sumber pajak tersebut dapat digunakan untuk pembangunan fasilitas publik dikelola oleh Dinas Pendapatan Kota Medan.

Dasar hukum pemungutan pajak daerah kota Medan ialah peraturan Daerah Nomor 5 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame. Menurut peraturan tersebut, pajak reklame adalah pajak atas pelayanan yang disediakan oleh 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.

Objek pajak reklame adalah semua penyelenggara reklame. Objek pajak tersebut meliputi reklame papan / billboard / videotron / megatron dan sejenisnya, reklame kain, reklame melekat dan stiker, reklame selebaran, reklame berjalan termasuk pada kendaraan, reklame udara, reklame apung, reklame suara, reklame film/slide, dan reklame peragaan.

Tidak termasuk objek pajak reklame adalah penyelenggara reklame melalui internet, televisi, radio, warta berita, warta mingguan, warta bulanan, dan sejenisnya; label/merk produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan yang berfungsi untuk membedakan dari produk jenis lainnya; nama pengenalan usaha atau

profesi yang dipasang melekat pada bangunan tempat usaha atau profesi diselenggarakan sesuai dengan ketentuan yang mengatur nama pengenalan usaha atau profesi tersebut; dan reklame yang diselenggarakan oleh Pemerintah atau Pemerintah Daerah.

Subjek pajak reklame adalah orang pribadi atau Badan yang menggunakan reklame. Wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau Badan yang menyelenggarakan reklame. Dasar pengenaan pajak reklame adalah nilai sewa reklame. Tarif pajak reklame ditetapkan sebesar 25% (dua puluh lima persen). Besaran pokok pajak reklame yang terutang dihitung dengan cara mengalikan tarif pajak.

Target dan Realisasi Pajak Reklame Kota Medan

Penurun penerimaan pajak reklame setiap tahunnya, menunjukkan bahwa pemerintah daerah belum bekerja dengan baik dalam meningkatkan pendapatan daerahnya demikian juga dengan pemerintah Kota Medan. Selama kurun waktu 3 (tiga) tahun, Pemerintah Kota Medan telah bekerja dan berupaya agar penerimaan daerah tetap tercapai sesuai target.

Realisasi Penerimaan Pajak Reklame dan Target Pajak Reklame di Dinas Pendapatan Kota Medan tahun 2013-2015 (Dalam Rupiah)

Tahun Anggaran	Target Pajak Reklame	Realiasi Penerimaan Pajak Reklame
2013	69.161.250.000,00	23.348.045.567,70
2014	59.161.250.000,00	17.708.560.748,00
2015	78.352.375.000,00	12.834.133.038,25

Sumber : Dinas Pendapatan Kota Medan

Pada tahun 2013, target pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan sebesar Rp69.161.250.000,00 sedangkan realisasi penerimaan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan sebesar Rp23.348.045.567,70.

Tahun 2014, target pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan sebesar Rp59.161.250.000,00 sedangkan realisasi penerimaan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan sebesar Rp17.708.560.748,00. Tahun 2014, target pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan sebesar Rp78.352.375.000,00 sedangkan realisasi penerimaan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan sebesar Rp12.834.133.038,25.

Pajak Reklame kota Medan

Subjek pajak reklame adalah orang pribadi atau Badan yang menggunakan reklame. Wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau Badan yang menyelenggarakan reklame. Dasar pengenaan pajak reklame adalah nilai sewa reklame. Tarif pajak reklame ditetapkan sebesar 25% (dua puluh lima persen). Besaran pokok pajak reklame yang terutang dihitung dengan cara mengalikan tarif pajak.

Target dan Realisasi Pajak Reklame Kota Medan

Penurun penerimaan pajak reklame setiap tahunnya, menunjukkan bahwa pemerintah daerah belum bekerja dengan baik dalam meningkatkan pendapatan daerahnya demikian juga dengan pemerintah Kota Medan. Selama kurun waktu 3 (tiga) tahun, Pemerintah Kota Medan telah bekerja dan berupaya agar penerimaan daerah tetap tercapai sesuai target. Dalam tabel berikut: akan disajikan pencapaian target dan realisasi penerimaan pajak reklame daerah Kota Medan.

Tabel Realisasi Penerimaan Pajak Reklame dan Target Pajak Reklame di Dinas Pendapatan Kota Medan tahun 2013-2015 (Dalam Rupiah)

Tahun Anggaran	Target Pajak Reklame	Realiasi Penerimaan Pajak Reklame
2013	69.161.250.000,00	23.348.045.567,70
2014	59.161.250.000,00	17.708.560.748,00
2015	78.352.375.000,00	12.834.133.038,25

Sumber : Dinas Pendapatan Kota Medan

Pada tahun 2013, target pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan sebesar Rp69.161.250.000,00 sedangkan realisasi penerimaan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan sebesar Rp23.348.045.567,70. Tahun 2014, target pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan sebesar Rp59.161.250.000,00 sedangkan realisasi penerimaan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan sebesar Rp17.708.560.748,00. Tahun 2014, target pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan sebesar Rp78.352.375.000,00 sedangkan realisasi penerimaan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan sebesar Rp12.834.133.038,25.

Target dan Realisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Pada tahun 2013, target Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan sebesar Rp1.578.247.819.724,32 realisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan sebesar Rp1.206.169.709.147,43 dan kurang sebesar Rp372.078.110.576,59. Tahun 2014 target Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan sebesar Rp1.678.116.623.125,00 realisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan sebesar Rp1.206.169.709.147,43 dan kurang sebesar Rp293.870.508.395,38. Tahun 2015, target Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan sebesar Rp1.794.704.774.012,45 realisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan sebesar Rp1.413.442.053.247,36 dan kurang sebesar Rp381.262.720.765,09.

Realisasi Pajak Reklame dan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan

Dalam rangka menunjang keberhasilan pengumpulan dan pembiayaan pelaksanaan pembanguna, pemerintah daerah harus berusaha menggali dan meningkatkan potensi yang ada disalamnya untuk meningktkan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah sumber keuangan daerah yang digali dari dalam wilayah daerah yang bersangkutan yang terdiri dari hasil Pajak daerah, hasil retribusi daerah, hasil pengelolaan keuangan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah, yang bertujuan untuk memberikan keleluasaan kepada daerah yang menggali dana untuk pelaksanaan otonomi daerah. Realisasi Penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan tiap tahunnya meningkat, namun realisasi penerimaan pajak reklame menurun tiap tahunnya. Untuk mengetahui realisasi penerimaan pajak reklame dan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Pada tahun 2013, realisasi penerimaan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Medan sebesar Rp23.348.045.567,70 dan realisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD) sebesar Rp1.384.246.114.729,62. Tahun 2014, realisasi penerimaan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Medan sebesar Rp17.708.560.748,00 dan realisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD) sebesar Rp1.413.442.053.247,36. Tahun 2015, realisasi penerimaan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Medan sebesar Rp12.834.133.038,25 dan realisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD) sebesar Rp1.527.631.429.283,54.

Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Kota Medan Tahun 2013-2015

Dari tabel tentang analisis realisasi penerimaan pajak reklame kota Medan bahwa realisasi penerimaan pajak reklame tahun 2013 sebesar Rp 23.348.045.567,70 dan realisasi penerimaan pajak reklame tahun 2014 sebesar Rp 17.708.560.748,00 terjadi penurunan sebesar (Rp 5.639.484.819,70) dari tahun 2013 sehingga presentase penerimaan pajak reklame tahun 2014 menurun sebesar 75,85%. Untuk tahun 2015 realisasi penerimaan pajak reklame sebesar Rp 12.834.133.038,25 terjadi penurunan

sebesar (Rp 4.874.427.709,75) dari tahun 2014 sehingga presentase penerimaan pajak reklame tahun 2015 menurun sebesar 72,47% atau dapat dikatakan penerimaan pajak reklame tahun 2015 adalah penerimaan pajak reklame lebih kecil dibandingkan dengan tahun 2014 dan tahun 2015.

Dengan demikian, berdasarkan tabel rata-rata penurunan realisasi penerimaan pajak reklame selama 2 tahun yaitu tahun 2014 sampai dengan tahun 2015 sebesar (Rp 5.256.956.265,73) memiliki rata-rata penurunan presentase sebesar 74,16%.

Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame Kota Medan Tahun 2013-2015

Dari tabel dapat dilihat bahwa anggaran pajak reklame yang ditetapkan oleh pemerintah daerah kota Medan setiap tahunnya tidak memenuhi anggaran atau target. Tahun 2013 target penerimaan pajak reklame Kota Medan sebesar Rp 69.161.250.000,00 realisasi Penerimaan sebesar Rp 23.348.045.567,70 dan kurang sebesar (Rp 45.813.204.432,30). Tahun 2014 target penerimaan pajak reklame Kota Medan sebesar Rp 59.161.250.000,00 realisasi Penerimaan sebesar Rp17.708.560.748,00 dan kurang sebesar (Rp 41.452.689.216,00). Tahun 2015 target penerimaan pajak reklame Kota Medan sebesar Rp 78.352.375.000,00 realisasi Penerimaan sebesar Rp 12.834.133.038,25 dan kurang sebesar (Rp 65.518241.961,75).

Efektivitas diukur dengan cara membandingkan realisasi dengan targetnya. Semakin tinggi hasil perbandingan tersebut maka dikatakan semakin efektif. (Halim, 2001:97).

Jadi rumus yang diketahui untuk efektivitas pajak reklame:

$$\text{Efektivitas} = \frac{\text{realisasi penerimaan pajak reklame}}{\text{target pajak reklame}} \times 100\%$$

Maka perhitungan rasio efektivitas penerimaan pajak reklame daerah Kota

Medan dari tahun 2013-2015 adalah sebagai berikut :

$$\text{Tahun 2013} = \frac{23.348.045.567,70}{69.161.250.000,00} \times 100 \% = 33,76\%$$

$$\text{Tahun 2014} = \frac{17.708.560.748,00}{59.161.250.000,00} \times 100 \% = 29,93\%$$

$$\text{Tahun 2015} = \frac{12.834.133.038,25}{78.352.375.000,00} \times 100\%$$

Dari hasil perhitungan efektivitas penerimaan pajak reklame tahun 2013 sampai dengan 2015 diatas, dapat disimpulkan bahwa efektivitas penerimaan pajak reklame daerah Kota Medan setiap tahunnya mengalami penurunan. Tabel merupakan tabel analisis Efektivitas penerimaan pajak reklame kota Medan tahun 2013-2015.

Tabel menjelaskan bahwa tingkat kriteria efektivitas Pajak Reklame di Kota Medan selalu menurun atau tidak efektif. Untuk tahun 2013, 2014 dan 2015 efektivitas penerimaan pajak reklame tidak mencapai target dengan persentase berturut-turut 33,76%, 29,93%, dan 16,38% yang dikategorikan “tidak efektif” hal ini dikarenakan setiap tahun jumlah subjek dan objek pajak tidak selalu sama dan kurangnya kesadaran wajib pajak untuk membayar pajak terutangnya. Secara keseluruhan dari tahun 2013 hingga 2015 kinerja pengelolaan Pajak Reklame Kota Medan dapat dikategorikan tidak efektif karena persentase rata-ratanya hanya sebesar 26,69% atau kurang dari 60%.

Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan Tahun 2013-2015

Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah sumber keuangan daerah yang digali dari dalam wilayah daerah yang bersangkutan yang terdiri dari hasil

Pajak daerah, hasil retribusi daerah, hasil pengelolaan keuangan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah, yang bertujuan untuk memberikan keleluasaan kepada daerah yang menggali dana untuk pelaksanaan otonomi daerah. Dalam rangka menunjang keberhasilan dan pengumpulan dana pembiayaan pelaksanaan pembangunan, pemerintah daerah harus berusaha untuk menggali dan meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Pajak daerah terdiri dari berbagai jenis pajak, salah satu jenisnya yaitu pajak reklame.

Perhitungan kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap PAD adalah sebagai berikut :

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

Maka perhitungan rasio kontribusi pajak reklame dari tahun 2013-2015 adalah sebagai berikut :

$$\text{Tahun 2013} = \frac{23.348.045.567,70}{883.154.897.701,82} \times 100 \% = 2,64 \%$$

$$\text{Tahun 2014} = \frac{17.708.560.748,00}{883.154.897.701,82} \times 100 \% = 2,01\%$$

$$\text{Tahun 2015} = \frac{12.834.133.038,25}{883.154.897.701,82} \times 100 \% = 1,45\%$$

Berdasarkan perhitungan kontribusi diatas dan kriteria kontribusi menurut Halim (2004;163), maka dapat disusun analisis kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap PAD kota medan tahun 2013 sampai dengan 2015 berikut.

Pada tahun 2013 kontribusi pajak reklame secara keseluruhan terhadap PAD adalah 2,64% dan masuk kriteria cukup berkontribusi terhadap PAD. Pada tahun

2014 terjadi penurunan kontribusi terhadap PAD menjadi sebesar 2,01% namun tetap masih cukup berkontribusi terhadap PAD. Pada tahun 2015 terjadi penurunan kontribusi pajak reklame secara keseluruhan terhadap PAD yaitu menjadi sebesar 1,45% atau masih kurang berkontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Medan. Presentase kontribusi pajak reklame terhadap PAD tahun 2015 adalah yang paling kecil selama 3 tahun penelitian.

Berdasarkan analisis di atas didapat diambil kesimpulan bahwa nilai perbandingan antara pajak reklame secara keseluruhan terhadap pendapatan asli daerah pada tahun 2013-2015 adalah rata rata sebesar 2,03 % yang berarti bahwa secara keseluruhan penerimaan pajak reklame “cukup berkontribusi” terhadap Pendapatan Asli Daerah kota Medan.

Sesuai dengan hasil penelitian di Kota Medan, maka penulis akan membahas tentang Pendapatan asli Daerah (PAD) optimalisasi potensi pajak reklame. pajak reklame adalah pajak atas pelayanan yang disediakan oleh 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. Sehingga dalam pelaksanaan dan pemungutannya pemerintah kota Medan telah mengatur kebijakan tersebut dalam Peraturan Daerah Nomor 5 tahun 2011 tentang Pajak Reklame.

Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame terhadap PAD kota Medan Tahun 2013-2015

Dari hasil data di atas dapat diketahui dapat dilihat bahwa anggaran pajak reklame yang ditetapkan oleh pemerintah daerah kota Medan setiap tahunnya tidak memenuhi anggaran atau target. Tahun 2013 target penerimaan pajak reklame

Kota Medan sebesar Rp 69.161.250.000,00 realisasi Penerimaan sebesar Rp 23.348.045.567,70 dan kurang sebesar (Rp 45.813.204.432,30). Tahun 2014 target penerimaan pajak reklame Kota Medan sebesar Rp 59.161.250.000,00 realisasi Penerimaan sebesar Rp17.708.560.748,00 dan kurang sebesar (Rp 41.452.689.216,00). Tahun 2015 target penerimaan pajak reklame Kota Medan sebesar Rp 78.352.375.000,00 realisasi Penerimaan sebesar Rp 12.834.133.038,25 dan kurang sebesar (Rp 65.518241.961,75).

Menurut Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Kota Medan (2011) sesuai tabel kriteria efektivitas, tingkat kriteria efektivitas Pajak Reklame di Kota Medan tidak efektif. Untuk tahun 2013 efektivitas penerimaan pajak reklame 33,76% dan dikategorikan “tidak efektif”. Tahun 2014 efektivitas penerimaan pajak reklame 29,93%. Tahun 2015 efektivitas penerimaan pajak reklame 16,38% dan dikategorikan “tidak efektif”.

Berdasarkan analisis data di atas dapat diambil kesimpulan secara keseluruhan dari tahun 2013 hingga 2015 kinerja pengelolaan Pajak Reklame Kota Medan dapat dikategorikan “tidak efektif” karena persentase rata-ratanya hanya sebesar 26,69% atau kurang dari 60%. Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Kota Medan (2011).

Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame terhadap PAD kota Medan Tahun 2013-2015

Dari hasil data di atas dapat diketahui tingkat kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap Pendapatan asli Daerah. Tahun 2013, realisasi penerimaan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Medan sebesar Rp23.348.045.567,70 dan realisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD) sebesar Rp1.384.246.114.729,62. Tahun 2014, realisasi penerimaan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Medan sebesar Rp17.708.560.748,00 dan realisasi Pendapatan Asli Daerah

(PAD) sebesar Rp1.413.442.053.247,36. Tahun 2015, realisasi penerimaan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Medan sebesar Rp12.834.133.038,25 dan realisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD) sebesar Rp1.527.631.429.283,54.

Menurut Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Kota Medan (2011) sesuai tabel kriteria kontribusi bahwa kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Medan tahun 2013-2015 “cukup berkontribusi”. Pada tahun 2013 kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah 2,64%. Pada tahun 2014 terjadi penurunan kontribusi terhadap Pendapatan asli Daerah (PAD) menjadi sebesar 2,01% namun tetap masih cukup berkontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD). Pada tahun 2015 terjadi penurunan kontribusi pajak reklame secara keseluruhan terhadap pendapatan Asli Daerah (PAD) yaitu menjadi sebesar 1,45% atau masih kurang berkontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Medan. Presentase kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) tahun 2015 adalah yang paling kecil selama 3 tahun penelitian.

Berdasarkan analisis di atas didapat diambil kesimpulan bahwa rata-rata penerimaan pajak reklame secara keseluruhan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) pada tahun 2013-2015 sebesar 2,03% yang berarti bahwa secara keseluruhan penerimaan pajak reklame “cukup berkontribusi” terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) kota Medan, Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Kota Medan (2011). Hal ini karena masih kecilnya penerimaan pajak reklame jika dibandingkan dengan Pendapatan Asli Daerah (PAD) kota Medan. Ada beberapa hal yang mempengaruhi kecilnya pendapatan reklame seperti kurangnya usaha dari pemerintah untuk menghimbau wajib pajak, serta menurunnya kesadaran wajib pajak untuk melaporkan kewajibannya ke dispenda sesuai dengan tanggal jatuh tempo.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian Efektivitas dan Kontribusi Pajak Reklame terhadap PAD di kota Medan tahun 2013-2015, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan indikator tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame menurut Nurlan (2006;49) penerimaan pajak reklame pada tahun 2013 sampai dengan 2015 dapat dikatakan tidak efektif, karena tingkat efektivitas yang dicapai setiap tahun selalu menurun dan kurang dari 60%, yakni 33,76% untuk tahun 2013; 29,93% untuk tahun 2014; dan 18,38% untuk tahun 2015. Rata-rata efektivitas penerimaan pajak reklame terhadap PAD selama 3 tahun yaitu 26,69% atau dapat dikategorikan “tidak efektif”.
2. Berdasarkan indikator tingkat kontribusi penerimaan pajak reklame menurut Halim (2004;103) kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah pada tahun 2013 sampai dengan tahun 2015 selalu menurun yaitu 2,64% pada tahun 2013, 2,01% pada tahun 2014, dan 1,45% pada tahun 2015. Rata-rata kontribusi pajak reklame terhadap PAD selama 3 tahun yaitu 2,01% atau dapat dikategorikan “cukup baik”.

Saran

Dari kesimpulan diatas, penulis menyarankan :

1. Meningkatkan kualitas kinerja aparat pemungut dan pengawasan pemungutan pajak yang disiplin dan baik, sesuai dengan Peraturan Daerah yang berlaku untuk memperoleh informasi keuangan wajib pajak yang riil sehingga penerimaan pajak reklame lebih efektif.
2. Dilakukan koordinasi, pendekatan dan pendataan dengan baik terhadap wajib pajak dan perusahaan reklame agar melaporkan kewajibannya ke Dispenda sesuai dengan tanggal jatuh tempo yang ditetapkan pemerintah kota Medan

untuk mendongkrak Pendapatan Asli Daerah dari sektor pajak reklame sehingga pajak reklame mempunyai kontribusi dalam menyumbang sumber pendapatan Daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Amri, S. dan Ahmadi K. I. (2010). *Proses Pembelajaran Kreatif dan Inovatif*. Jakarta: Prestasi Pustaka Raya
- Halim, Abdul. 2004. *Manajemen Keuangan Daerah Edisi Revisi*. Yogyakarta.
- Khairani, Siti. 2012. Analisis Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Palembang. *Jurnal*.
- Mahmudi. 2010. *Analisis Laporan Keuangan Pemerintah Daerah*. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen. Yogyakarta.
- Mardiasmo. 2013. *Otonomi dan Manajemen Keuangan Daerah*. Yogyakarta: Andi
- Mardiasmo dan Makhfatih, Ahmad. 2000. *Perhitungan Potensi Pajak dan Retribusi Daerah di Kabupaten Magelang*, Laporan Akhir, Kerjasama Pemerintah Daerah Magelang dengan PAU-SE UGM, Yogyakarta
- Mardiasmo. 2016. *Perpajakan*. Yogyakarta: Andi
- Pasolong, Harbani. 2010. *Teori Administrasi Publik*. Alfabeta, Bandung
- Nurlan, Darise. 2006. *Pengelolaan Keuangan Daerah*. Bandung; PT. Indeks IKAPI
- Robbins, Stephen P. 2010. *Manajemen (edisi kesepuluh)*. Jakarta: Erlangga
- Sondang P. Siagian. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Sudirman, Rismawati, dan Antong. 2015. *Perpajakan*. Yogyakarta: Empat Dua
- Siahaan, Marihot P. 2013. *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. Cetakan ketiga. Rajawali Pers. Jakarta.
- Streers, Ricard. M. 2013. *Efektivitas Organisasi Kaidah Perilaku (ahli Bahasa Magdalena)*. Jakarta: Erlangga
- Sutrisno, Edy. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana Predana Media Group
- Wahyudi, Kumorotomo. 2009. *Etika Administrasi Negara*. Jakarta: Raja Graindo Persada
- Yandianto. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Bandung: M2S, 2000. Cet 2).
- Republik Indonesia. 2004. *Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 Perubahan atas Undang-undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*.
- Republik Indonesia. 2004. *Undang-undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah*.
- Republik Indonesia. 2011. *Undang-undang Nomor 11 Tahun 2011 Peraturan Daerah Kota Medan Tentang Pajak Reklame*
- Republik Indonesia. 2007. *Undang-undang Nomor 28 Tahun 2007 Perubahan atas Undang-undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan Indonesia*.