



EFEKTIVITAS PEMUNGUTAN PAJAK REKLAME DAN KONTRIBUSINYA TERHADAP PAJAK DAERAH

(Studi pada Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Malang Tahun 2019-2021)

TESIS



Oleh

RIZKY NURHIDAYAT PERDANA

NPM: 22002091002

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU ADMINISTRASI

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM MALANG
M A L A N G**

2023



EFEKTIVITAS PEMUNGUTAN PAJAK REKLAME DAN KONTRIBUSINYA TERHADAP PAJAK DAERAH

(Studi pada Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Malang Tahun 2019-2021)

TESIS

Diajukan kepada Universitas Islam Malang
untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar
Magister Ilmu Administrasi

Oleh

RIZKY NURHIDAYAT PERDANA
NPM: 22002091002



PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU ADMINISTRASI

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM MALANG
M A L A N G**

2023

ABSTRAK

Rizky Nurhidayat Perdana. Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame dan Kontribusinya Terhadap Pajak Daerah (Studi pada Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Malang Tahun 2019-2021). Magister Ilmu Administrasi Publik, Program Pascasarjana Universitas Islam Malang; Komisi Pembimbing Utama Prof. H. M. Mas'ud Said, MM., Ph.D., Pembimbing Kedua Dr. H. Ali Masykur Musa, M.Si, M.Hum.

Sistem desentralisasi yang diterapkan di pemerintahan Indonesia membuat setiap daerah wajib untuk membiayai rumah tangga daerahnya sendiri demi terselenggaranya otonomi daerah yang mampu mewujudkan kemandirian daerah dan pemerataan pembangunan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kabupaten Malang sebagai daerah yang memiliki luas wilayah terbesar kedua di Jawa Timur memiliki potensi pendapatan daerah yang tinggi. Pemerintah berusaha untuk membiayai program kerjanya sendiri dengan cara mengoptimalkan pendapatan asli daerah, salah satunya dari sektor pajak daerah yaitu pajak reklame.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisa tentang proses yang dilakukan pemerintah dalam mewujudkan efektivitas pemungutan pajak reklame di Kabupaten Malang serta mendeskripsikan dan menganalisa hasil pemungutan pajak reklame dan kontribusinya terhadap pajak daerah Kabupaten Malang.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analitik dengan pendekatan kualitatif yang lebih banyak membahas tentang kinerja dari pemerintah Kabupaten Malang dalam melaksanakan pemungutan pajak reklame. Sehingga, dapat diketahui tingkat efektivitas dari pelaksanaan kebijakan dan kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap pajak daerah. Adapun teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan proses analisis kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat efektivitas pemungutan pajak reklame di Kabupaten Malang termasuk dalam kategori sangat efektif selama periode 3 (tiga) tahun mulai 2019-2021 di mana hal tersebut dibuktikan dengan realisasi penerimaan pajak reklame yang telah melampaui target yang ditetapkan. Kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah termasuk dalam kriteria sangat kurang selama periode tersebut dikarenakan hasil pemungutan pajak reklame terhadap pajak daerah kurang dari 10%.

Kata kunci: Efektivitas, Pajak Reklame, Kontribusi, Pajak Daerah

ABSTRACT

Rizky Nurhidayat Perdana. The Effectiveness of Advertising Tax Collection and Its Contribution to Regional Taxes (Study on the Regional Revenue Agency of Malang Regency in 2019-2021). Master of Science in Public Administration, Postgraduate Program at the Islamic University of Malang; Main Advisory Commission Prof. H M Mas'ud Said, MM., Ph.D., Second Supervisor Dr. H. Ali Masykur Musa, M.Si, M.Hum.

The decentralization system implemented in the Indonesian government makes each region obliged to finance its own regional households for the implementation of regional autonomy which is able to realize regional independence and equitable development to improve people's welfare. Malang Regency as an area that has the second largest area in East Java has a high regional income potential. The government is trying to finance its own work program by optimizing regional original income, one of which is from the local tax sector, namely advertisement tax.

The purpose of this study is to describe and analyze the processes carried out by the government in realizing the effectiveness of advertising tax collection in Malang Regency as well as to describe and analyze the results of advertising tax collection and its contribution to local taxes in Malang Regency.

This study used a descriptive analytic method with a qualitative approach which discussed more about the performance of the Malang Regency government in carrying out billboard tax collection. Thus, it can be seen the level of effectiveness of implementing policies and the contribution of advertisement tax revenue to local taxes. The data collection techniques were carried out using interviews, observation and documentation. The data analysis technique in this study used a qualitative analysis process.

The results of the study showed that the level of effectiveness in collecting advertisement tax in Malang Regency is included in the very effective category for a period of 3 (three) years from 2019-2021 where this is evidenced by the realization of advertisement tax revenue that has exceeded the target set. The contribution of advertisement tax to local taxes was included in the very low criteria during that period because the result of advertisement tax collection on local taxes was less than 10%.

Keywords: Effectiveness, Advertising Tax, Contribution, Local Tax

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia adalah negara dengan kekayaan sumber daya yang besar. Karunia berupa kekayaan sumber daya tersebut meliputi keanekaragaman hayati, wisata alam yang membentang, sumber energi, hasil tambang sampai beragamnya jenis sajian kuliner. Sudah semestinya, potensi dan kekayaan yang dimiliki tersebut dapat dimaksimalkan untuk kesejahteraan masyarakat yang manfaatnya akan digunakan untuk pembangunan nasional dan daerah.

Dalam rangka mewujudkan cita-cita berjangka panjang dan menyeluruh tersebut, pemerintah Indonesia menerapkan sistem penyelenggaraan pemerintahan yang menganut asas otonomi dan desentralisasi yang dimulai sejak era reformasi di mana hal tersebut diatur dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Dimas, 2018). Desentralisasi adalah pelimpahan wewenang dari pemerintah pusat kepada pemerintah daerah untuk mengelola wilayahnya sendiri yang meliputi perencanaan, kebijakan sampai implementasi dan pembiayaan untuk pelaksanaan demokrasi serta penyelenggaraan otonomi daerah (Mahfud, 1966: 66).

Tujuan dari sistem desentralisasi itu sendiri adalah terselenggaranya otonomi daerah yang menyeluruh yang mampu mewujudkan kemandirian daerah, pemerataan pembangunan antar daerah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta untuk meningkatkan kekuatan daya saing daerah. Dari sinilah pembangunan memegang peran penting dalam menentukan kemajuan suatu daerah, sehingga penyelenggaraan pembangunan yang efektif dan efisien melalui sistem desentralisasi dapat dilakukan oleh setiap daerah.

Kepala daerah diberikan otonomi agar dapat mengatur dan mengurus rumah tangganya sendiri sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pelaksanaan otonomi daerah dapat dilakukan melalui kebijakan,

pembagian dan pemanfaatan sumber daya nasional yang adil dan merata dengan mengoptimalkan keuangan antara pusat dan daerah, kewenangan daerah dalam penentuan, perencanaan, dan implementasi kebijakan terutama kebijakan fiskal yang berkaitan dengan pendapatan dan belanja daerah. Otonomi daerah juga diharapkan mampu berfungsi sebagai sistem peningkatan pelayanan kepada masyarakat dan terlaksananya pembangunan daerah untuk kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat. Berkaitan dengan hal tersebut, segala bentuk pengeluaran pemerintah daerah baik untuk pelayanan maupun pembangunan, diperlukan sumber keuangan sebagai pendapatan daerah. Sebenarnya, sebesar 90% dana APBN ditransfer oleh pemerintah pusat kepada pemerintah daerah, baik itu ditransfer langsung kepada Pemerintah Provinsi, Kabupaten/Kota maupun Kementerian/Lembaga (Said, 01:32). Meskipun demikian, pemerintah daerah tidak dapat sepenuhnya mengandalkan dana dari pemerintah pusat karena keterbatasan APBN. Di sisi lain, pemimpin daerah juga tidak bisa melaksanakan program-program pemerintah jika terkendala keterbatasan pembiayaan. Oleh karenanya, setiap daerah wajib berusaha membiayai program kerjanya sendiri dengan cara menggali dan mengoptimalkan pendapatan daerah. Terdapat tiga sumber pendapatan daerah menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah, yaitu: (1) Pendapatan Asli Daerah (PAD), (2) Dana Perimbangan, dan (3) Lain-lain Pendapatan.

Sumber-sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintahan Daerah terdiri dari empat sumber, yaitu pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain PAD yang sah. Dalam hal ini, pajak menjadi salah satu penyumbang terbesar bagi PAD. Dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, disebutkan bahwa pajak daerah yang selanjutnya disebut pajak adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan

digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Mengacu pada peraturan tersebut, pemerintah daerah berwenang untuk memungut pajak daerah sesuai peraturan daerah yang berlaku di masing-masing daerah sehingga berpotensi untuk mengoptimalkan penerimaan pajak daerah dengan tetap menyesuaikan kondisi ekonomi dan sosial daerah setempat serta mengedepankan unsur legalitas. Hasil dari penerimaan pajak tersebut yang nantinya akan mendukung dan menentukan keberhasilan program-program yang akan diselenggarakan oleh pemerintah daerah, termasuk pelayanan masyarakat dan pembangunan daerah. Tingginya urgensi Pendapatan Asli Daerah dalam pembangunan harus dioptimalkan dengan cara mengefektifkan program-program pemerintah menggunakan anggaran daerah serta menggali potensi keuangan daerah dan pendapatan daerah termasuk dari sektor pajak.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, pajak daerah dibagi menjadi dua macam yaitu pajak provinsi yang terdiri dari 5 jenis dan pajak kabupaten/kota yang terdiri dari 11 jenis. Pajak daerah di tingkat provinsi meliputi pajak kendaraan bermotor, bea balik nama kendaraan bermotor, pajak bahan bakar kendaraan bermotor, pajak air permukaan, pajak rokok. Sedangkan pajak kabupaten/kota adalah pajak hotel, pajak restoran, pajak hiburan, pajak reklame, pajak penerangan jalan (PPJ), pajak parkir, pajak mineral bukan logam dan batuan (MBLB), pajak air bawah tanah, serta bea perolehan hak atas tanah dan bangunan (BPHTB) dan pajak bumi dan bangunan (PBB). Masing-masing daerah tentunya mempunyai target dalam pemungutan pajak daerah yang ingin dicapai setiap tahunnya guna mengoptimalkan penerimaan daerah dalam mencapai tingkat efektivitas. Salah satu alat yang dipakai untuk mengukur keberhasilan penerimaan pajak suatu instansi adalah dengan menerapkan sistem target yang membandingkan antara rencana penerimaan dengan realisasi penerimaan. (Kustiawan dan Sraun, 2005: 8).

Sebagaimana yang telah dijabarkan di atas, salah satu jenis pajak daerah yang dikelola oleh pemerintah daerah di tingkat kabupaten/kota adalah pajak reklame. Menurut Davey (1988), pajak reklame adalah bagian dari pajak

daerah yang cukup potensial dalam menyumbang pendapatan asli daerah. Pemerintah daerah dapat memaksimalkan potensi dari sektor pajak reklame sebagai sarana untuk meningkatkan penerimaan pajak daerah, sehingga semakin tinggi perolehannya maka akan semakin berkontribusi kepada Pendapatan Asli Daerah (PAD) untuk menunjang program pembangunan. Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, yang dimaksud dengan 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. Perkembangan zaman dan kemajuan teknologi yang semakin pesat membuat pemasangan reklame turut meningkat guna mempromosikan atau mengenalkan barang dan jasa dari dunia usaha, oleh sebab itu pemerintah daerah memiliki peran dan tugas yang sangat penting untuk mengolah dan mengoptimalkan pemungutan pajak reklame.

Kabupaten Malang dikenal dengan sebutan "*The Heart of East Java*". Wilayah Kabupaten Malang secara geografis membentang sangat luas yakni sebesar 3.531 km², menjadi kabupaten terluas kedua di Jawa Timur setelah Kabupaten Banyuwangi. Dengan luas wilayah sebesar itu, Kabupaten Malang juga dikaruniai dengan kekayaan alam dan potensi sumber daya yang melimpah. Terdapat banyak sekali objek destinasi pariwisata mulai dari pantai, pegunungan, hingga coban atau air terjun. Dari sektor pendidikan, terdapat banyak pondok pesantren atau perguruan tinggi berbasis agama Islam yang tersebar di wilayah Kabupaten Malang. Letak wilayah yang strategis di mana berada di tengah-tengah provinsi dan menghubungkan kota-kota lain membuat wisatawan lokal maupun asing tertarik berkunjung ke Kabupaten Malang baik itu untuk menuntut ilmu, berwisata alam, religi maupun kuliner. Kondisi ekonomi dan sosial yang besar ini menjadi tantangan sekaligus peluang bagi pemerintah daerah untuk dapat meningkatkan pembangunan dan pelayanan masyarakat. Kreativitas dan inovasi dalam melaksanakan program-program

pemerintahan wajib dilakukan sebagai strategi untuk menggali potensi daerah secara efektif dan efisien yang salah satunya dapat dilakukan dengan mengoptimalkan penerimaan pajak daerah. Sebagai gambaran mengenai pembiayaan program-program pemerintah, berikut merupakan data Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) Kabupaten Malang mulai tahun 2019 s.d. 2021.

Tabel 1.1
Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD)
Kabupaten Malang Tahun 2019-2021
(Dalam Milyar Rupiah)

Uraian	2019	%	2020	%	2021	%
PENDAPATAN DAERAH	4.092,81	100	4.129,88	100	3.960,86	100
Pendapatan Asli Daerah (PAD)	600,03	14,66	715,98	17,34	741,75	18,73
Pajak Daerah	266,56	6,51	286,44	6,94	312,64	42,15
Retribusi Daerah	44,10	1,08	35,04	0,85	34,60	4,66
Hasil Pengelolaan Kekayaan Daerah yang Dipisahkan	18,61	0,45	20,07	0,49	20,07	2,71
Lain-lain PAD yang Sah	270,76	6,62	374,43	9,07	374,43	50,48
Dana Perimbangan	2.584,82	63,16	2.498,60	60,50	-	-
Dana Bagi Hasil Pajak/Bukan Pajak	212,51	5,19	142,06	3,44	-	-
Dana Alokasi Umum	1.716,47	41,94	1.750,60	42,39	-	-
Dana Alokasi Khusus	655,83	16,02	605,94	14,67	-	-
Pendapatan Transfer	-	-	-	-	3.016,32	76,15
Lain-lain Pendapatan Daerah yang Sah	907,96	22,18	915,30	22,16	202,79	5,12
Hibah	200,68	4,90	197,68	4,79	Tidak dirinci	-
Dana Bagi Hasil Pajak Provinsi dan Daerah Lainnya	243,84	5,96	268,00	6,49	Tidak dirinci	-
Dana Penyesuaian dan Otonomi Khusus	76,93	1,88	66,14	1,60	Tidak dirinci	-
Bantuan Keuangan dan Provinsi dan Pemda Lainnya	20,69	0,51	-	0	Tidak dirinci	-
Pendapatan Lainnya	365,83	8,94	383,480	9,29	Tidak dirinci	-

BELANJA DAERAH	4.482,88	100	4.402,48	100	4.286,82	100
Belanja Tidak Langsung	2.273,10	50,71	2.407,26	54,68	3.141,81	73,29
Belanja Pegawai	1.489,46	33,23	1.546,44	35,13	1.857,34	43,33
Belanja Hibah	128,71	2,87	206,64	4,69	335,22	7,82
Belanja Bantuan Sosial	46,54	1,04	44,76	1,02	71,83	1,68
Belanja Bagi Hasil Kepada Prov./Kab/Kota dan Pemdes	27,84	0,62	25,68	0,58	77,28	1,80
Belanja Bantuan Keuangan Kepada Prov./Kab/Kota dan Pemdes	575,55	12,84	578,74	13,15	743,5	17,34
Belanja Tidak Terduga	5,00	0,11	5,00	0,11	56,64	1,32
Belanja Langsung	2.209,77	49,29	1.995,22	45,32	1.145,01	26,71
Belanja Pegawai	290,91	6,49	337,10	7,66	369,22	8,61
Belanja Barang dan Jasa	1.051,76	23,46	992,48	22,54	497,41	11,60
Belanja Modal	867,1	19,34	665,64	15,12	278,38	6,49
SURPLUS / (DEFISIT)	(390,07)		(272,60)		(325,96)	

Sumber: Badan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Malang

Berdasarkan data pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa APBD Kabupaten Malang mengalami defisit dalam kurun waktu 2019-2021. Sektor pendapatan daerah mengalami fluktuasi selama rentang waktu tersebut. Sementara itu dari sektor belanja daerah mengalami tren penurunan dalam waktu 3 (tiga) tahun. Rinciannya, pendapatan daerah Kabupaten Malang tahun 2019 mencapai Rp 4.092.810.000,00. Kemudian pada tahun 2020 di mana ekonomi global terdampak akibat pandemi COVID-19, terdapat penyesuaian anggaran Pemerintah Kabupaten Malang yakni pendapatan yang dihasilkan sebesar Rp 4.129.880.000,00. Penurunan justru terjadi pada tahun 2021 yakni pendapatan daerah yang dihasilkan oleh pemerintah senilai Rp 3.960.860.000,00.

Sedangkan dari sektor belanja daerah, pada tahun 2019 Pemerintah Kabupaten Malang menghabiskan dana sebesar Rp 4.482.880.000,00. Kemudian di tahun 2020, pengeluaran pemerintah sedikit menurun dari tahun sebelumnya yakni senilai Rp 4.402.480.000,00. Kebutuhan pembiayaan program-program pemerintahan kembali mengalami penurunan pada tahun 2021 di mana pengeluaran mencapai Rp 4.286.820.000,00.

Kesimpulannya, APBD Kabupaten Malang tahun 2019-2021 selalu mengalami defisit. Tahun 2019, defisit anggaran mencapai Rp 390.070.000,00. Defisit yang terjadi di tahun 2020 turun menjadi Rp 272.600.000,00. Sedangkan di tahun 2021, defisit anggaran yang dialami naik di angka Rp 325.960.000,00. Pembahasan secara spesifik mengenai pendapatan daerah Kabupaten Malang untuk mengetahui gambaran umum pendapatan dari sektor pajak daerah dapat disimak pada tabel di bawah ini.

Tabel 1.2
Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Malang Tahun 2019-2021

Uraian	PAD (Dalam Milyar Rupiah)					
	2019	%	2020	%	2021	%
Pajak Daerah	266,56	44,42	286,44	40	312,64	42,1
Pajak Reklame	4,094	1,5	4,109	1,4	5,098	1,5
Retribusi Daerah	44,1	7,35	35,04	4,9	34,6	4,67
Hasil Pengelolaan Kekayaan Daerah yang Dipisahkan	18,61	3,1	20,07	2,8	20,07	2,7
Lain-lain Pendapatan Daerah yang Sah	270,76	45,12	374,43	52,3	374,43	50,48
Pendapatan Asli Daerah (PAD)	600,03	100	715,98	100	741,75	100

Sumber: Badan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Malang

Tabel di atas menyajikan informasi tentang jumlah Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Malang selama kurun waktu tiga tahun mulai dari 2019 s.d. 2021. Berdasarkan data yang dihimpun dari Badan Keuangan dan Aset Daerah (BKAD) Kabupaten Malang tersebut, pajak daerah menyumbang nominal yang cukup besar dalam perolehan PAD. Bersama dengan sektor lain-lain pendapatan daerah yang sah, pajak daerah menjadi tumpuan yang sangat diandalkan sebagai sumber pendapatan daerah. Hal ini menunjukkan bahwa pajak daerah memegang peranan penting untuk membiayai kebutuhan rumah tangga suatu daerah. Salah satu jenis pajak yang dikelola oleh pemerintah daerah yakni pajak reklame juga turut andil dalam perolehan pajak daerah secara keseluruhan. Meskipun nilai sumbangsuhnya relatif kecil, namun pendapatan pajak dari sektor ini tetap perlu dipertahankan dan dioptimalkan secara berkala

mengingat besarnya potensi usaha barang maupun jasa yang tersebar di wilayah Kabupaten Malang. Patut untuk didalami dan dianalisis secara lebih lanjut apakah pemungutan pajak reklame selama kurun waktu 3 tahun tersebut sudah berjalan efektif atau tidak. Disamping itu, segala hal yang berkaitan dengan pemungutan pajak daerah harus benar-benar dioptimalkan agar pendapatan yang didapat bisa dimaksimalkan. Sehingga, keberhasilan suatu daerah dalam menjalankan program-program pemerintahan dapat dilaksanakan dengan baik jika potensi pajak yang ada di Kabupaten Malang dapat dikelola dan digali secara menyeluruh.

Tabel 1.3
PDRB Kabupaten Malang Tahun 2021

No.	Kategori	PDRB Atas Dasar Harga Konstan (Juta Rupiah)	
		2021	%
1	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	9.728.579,0	14,2
2	Pertambangan dan Penggalian	1.150.172,5	1,7
3	Industri Pengolahan	21.822.857,6	31,8
4	Pengadaan Listrik dan Gas	66.703,2	0,1
5	Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	75.279,3	0,1
6	Konstruksi	8.314.160,1	12,1
7	Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi	13.205.362,2	19,2
8	Transportasi dan Pergudangan	768.158,8	1,1
9	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	2.310.174,6	3,4
10	Informasi dan Komunikasi	4.089.183,0	6,0
11	Jasa Keuangan dan Asuransi	1.080.140,1	1,6
12	Real Estate	1.118.456,3	1,6
13	Jasa Perusahaan	254.250,2	0,4
14	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan	1.140.253,9	1,7
15	Jasa Pendidikan	1.751.025,7	2,6
16	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	475.709,8	0,7
17	Jasa Lainnya	1.268.637,2	1,8
TOTAL PDRB		68.619.103,5	100

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Malang

Berdasarkan tabel di atas, data PDRB menurut lapangan usaha memperlihatkan bahwa sektor Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi menjadi sektor perekonomian terbesar kedua dengan 19,2% terhadap PDRB Kabupaten Malang. Tingginya kontribusi dari sektor perdagangan dalam laju perekonomian Kabupaten Malang mengindikasikan bahwa telah terjadi persaingan antar pelaku usaha yang semakin tinggi. Hal ini berdampak pada maraknya penggunaan reklame untuk mempromosikan suatu produk barang atau jasa kepada khalayak umum. Pemasangan reklame yang memiliki unsur komersial tentu menjadi potensi yang dapat digali untuk berkontribusi terhadap penerimaan daerah melalui pemungutan pajak atas dasar penyelenggaraan reklame. Semakin banyak reklame yang dipasang, maka semakin banyak pula potensi penerimaan daerah yang dapat dioptimalkan. Pemerintah dalam hal ini sebagai pihak yang berwenang menggunakan dasar hukum Peraturan Daerah Kabupaten Malang Nomor 8 Tahun 2010 Tentang Pajak Daerah.

Dalam upaya untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari penerimaan pajak reklame, pemerintah Kabupaten Malang perlu menerapkan langkah-langkah strategis dalam pemungutan pajak, memberikan edukasi secara berkelanjutan terhadap wajib pajak agar mudah dalam menjalankan kewajiban sebagai warga negara, memberikan sanksi hukum yang tegas atas indikasi pelanggaran yang dilakukan wajib pajak, serta memberikan pelayanan yang maksimal dari petugas pajak untuk meningkatkan kesadaran wajib pajak dalam membayar pajak sehingga realisasi penerimaan pajak reklame selalu dapat tercapai setiap tahunnya. Sehingga, penerimaan daerah dari sektor pajak reklame dapat berkontribusi terhadap PAD untuk membiayai kegiatan yang diselenggarakan oleh pemerintah. Berdasarkan penjelasan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul **"Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame dan Kontribusinya Terhadap Pajak Daerah (Studi pada Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Malang Tahun 2019-2021)"**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, permasalahan dirumuskan sebagai berikut:

- 1.2.1. Bagaimana proses yang dilakukan dalam mewujudkan efektivitas pemungutan pajak reklame di Kabupaten Malang?
- 1.2.2. Bagaimana efektivitas hasil pemungutan pajak reklame dan kontribusinya terhadap pajak daerah Kabupaten Malang?

1.3. Tujuan Penelitian

- 1.3.1. Mendeskripsikan dan menganalisa tentang proses yang dilakukan dalam mewujudkan efektivitas pemungutan pajak reklame di Kabupaten Malang;
- 1.3.2. Mendeskripsikan dan menganalisa tentang hasil pemungutan pajak reklame dan kontribusinya terhadap pajak daerah Kabupaten Malang.

1.4. Manfaat Penelitian

Peneliti berharap penelitian ini dilakukan agar dapat dipergunakan oleh beberapa pihak, diantaranya:

- 1.4.1. Hasil penelitian ini dapat menjadi tolok ukur tingkat keberhasilan dan efektivitas pemungutan pajak reklame di Kabupaten Malang;
- 1.4.2. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk referensi kebijakan yang dapat diterapkan oleh pemerintah di daerah lain untuk mengukur efektivitas pemungutan pajak reklame di wilayahnya;
- 1.4.3. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi pencapaian kinerja pemungutan pajak reklame bagi pegawai Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Malang agar semakin baik dari waktu ke waktu;
- 1.4.4. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi peneliti lain untuk mengembangkan penelitian.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dari penelitian dan pembahasan tentang Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame dan Kontribusinya Terhadap Pajak Daerah yang dilakukan di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Malang pada tahun 2019-2021, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pemerintah Kabupaten Malang melalui Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Malang menerapkan langkah-langkah strategis dan inovatif untuk mewujudkan efektivitas pemungutan pajak reklame agar penerimaan pajak reklame dapat selalu ditingkatkan. Langkah-langkah tersebut antara lain:
 - a. Mendata secara akurat data potensi pajak dalam menentukan target pajak;
 - b. Melakukan pengembangan aplikasi perpajakan;
 - c. Mengembangkan teknologi agar memudahkan wajib pajak dalam melakukan pembayaran pajak;
 - d. Memberikan edukasi kepada wajib pajak terkait kesadaran akan pelaksanaan kewajiban perpajakan;
 - e. Meningkatkan kerjasama dengan dinas lain yang berkaitan dengan penegakan hukum perpajakan.
2. Tingkat efektivitas pemungutan pajak reklame di Kabupaten Malang dalam 3 (tiga) tahun terakhir dari tahun 2019 hingga 2021 menunjukkan bahwa pemungutan pajak reklame termasuk dalam kriteria sangat efektif. Hal tersebut dibuktikan dengan pencapaian penerimaan pajak reklame secara keseluruhan yang selalu berada di atas 100%. Berdasarkan hasil tersebut, membuktikan bahwa Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Malang mampu melaksanakan tugas dengan baik dengan melakukan pemungutan pajak reklame secara efektif. Sementara itu, berdasarkan

efektivitas hasil pemungutan pajak reklame, dapat diketahui bahwa tingkat kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah selama kurun waktu 3 (tiga) tahun mulai 2019-2021 termasuk dalam kriteria sangat kurang. Hal ini dikarenakan jumlah sumbangsih pajak reklame terhadap pajak daerah kurang dari 10%. Hasil tersebut menunjukkan minimnya kontribusi yang diberikan pajak reklame terhadap pajak daerah.

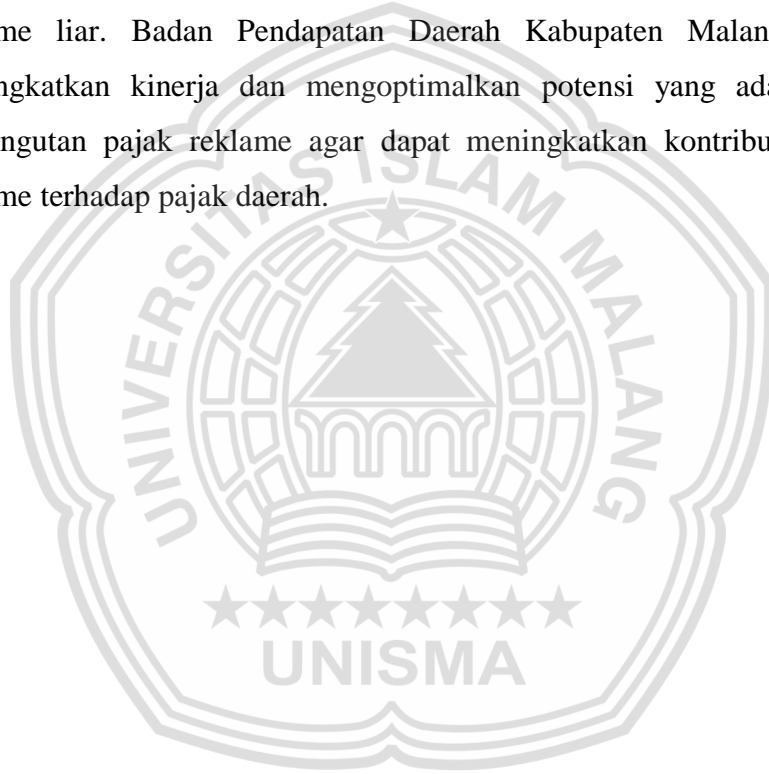
5.2. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang diambil, maka saran yang dapat diberikan kepada Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Malang agar dapat memaksimalkan efektivitas pemungutan pajak reklame dan kontribusinya terhadap pajak daerah adalah sebagai berikut:

1. Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Malang perlu melakukan pendataan ulang supaya memiliki data aktual mengenai subjek dan objek pajak reklame yang masih aktif dan yang sudah nonaktif. Pembaruan data tersebut sangat penting untuk mengetahui potensi yang sebenarnya. Potensi itulah yang nantinya akan berpengaruh pada penetapan target pajak reklame sehingga pemerintah dapat memaksimalkan kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah di Kabupaten Malang sesuai potensi yang ada.
2. Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Malang sangat perlu mengadakan sosialisasi dan edukasi terkait perpajakan yang meliputi teknis pelaporan dan pemungutan pajak reklame sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Wajib pajak juga perlu diberi pemahaman tentang penerapan denda atau sanksi administrasi supaya wajib pajak lebih patuh dalam melaksanakan kewajibannya.
3. Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Malang perlu meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) kepada aparatur pemerintah yang berwenang untuk melaksanakan pemungutan pajak daerah secara umum maupun pajak reklame secara khusus. Peningkatan SDM tersebut dapat berupa bimbingan teknis atau studi banding dengan instansi pemerintah

daerah lain serta peningkatan jenjang pendidikan agar dapat menciptakan aparatur pemerintah yang inovatif, tegas dan bertanggungjawab.

4. Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Malang perlu meningkatkan kerjasama dengan instansi lain (pihak ketiga) yang berkaitan dengan penegakan hukum dan pemungutan pajak. Kerjasama dapat dijalin dengan instansi terkait seperti Dinas Perizinan maupun Satpol PP agar pemasangan reklame berjalan tertib sebagaimana peraturan yang berlaku serta menindak secara tegas wajib pajak yang masih melakukan pemasangan reklame liar. Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Malang harus meningkatkan kinerja dan mengoptimalkan potensi yang ada dalam pemungutan pajak reklame agar dapat meningkatkan kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah.



DAFTAR PUSTAKA

- A, Shimp, Terence. 2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid I (Edisi 5)*. Jakarta: Erlangga.
- Ali, Chidir. 1993. *Hukum Pajak*. Bandung: Eresco.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Jakarta: Prenindo.
- Arikunto, S. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Badan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Malang 2022, diakses pada tanggal 16 November 2022 dari <https://bkad.malangkab.go.id/>
- Badan Pusat Statistik Daerah Kabupaten Malang 2022, diakses pada tanggal 13 Oktober 2022 dari <https://malangkab.bps.go.id/>
- Brotodihardjo, Santoso. 1986. *Pengantar Ilmu Hukum Pajak*. Bandung: Eresco.
- Guritno, T. 1992. *Kamus Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- H.B. Sutopo. 2002. *Pengantar Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret Press.
- Halim, Abdul. 2004. *Akuntansi Keuangan Daerah*. Jakarta: Salemba Empat.
- Halim, Abdul. 2007. *Akuntansi Keuangan Daerah Edisi 3*. Erlangga: Jakarta.
- Ilyas, Wirawan B. dan Richard Burton. 2004. *Hukum Pajak*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Jefkins, Frank. 1997. *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.
- Kustiawan, Memen. 2005. *Ringkasan Disertasi Pengaruh Faktor Pendorong dan Faktor Penghambat Terhadap Peran dan Orientasi Pemerintah Daerah dalam Mengoptimalkan Pendapatan Asli Daerah Daerah (Survei pada Pemerintah Provinsi Jawa Barat)*. Bandung: Universitas Padjajaran.
- Machfoedz, Mahmud. 2005. *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Mahmudi, 2010. *Manajemen Kinerja Sektor Publik*. Penerbit UUP STIM YKPN, Yogyakarta.
- Mardiasmo. 2002. *Akuntansi Sektor Publik*. Yogyakarta: Andi
- Mardiasmo. 2011. *Perpajakan Edisi Revisi*. Yogyakarta: Andi.
- Mas'ud Said. "Cara Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD)". YouTube. Diunggah oleh Prof. M. Mas'ud Said, MM. Ph.D, 27 Maret 2020, <https://www.youtube.com/watch?v=Rnp9Gu5op-o>, diakses pada 11 November 2022.
- MD, Moh. Mahfud. 1996. *Amandemen Konstitusi Menuju Reformasi Tata Negara*. Yogyakarta: UII Press.
- Mustaqiem. 2008. *Pajak Daerah Dalam Transisi Otonomi Daerah*. Yogyakarta: FH UII Press.

- Nurmantu, Safri. 2003. *Pengantar Perpajakan*. Jakarta: Granit.
- Pratama, Dimas Wahyu. 2018. *Analisis Efektivitas Pajak Reklame Dan Kontribusinya Terhadap Pajak Daerah (Studi Pada Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Jombang)*. Tesis tidak diterbitkan. Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
- Pudyatmoko, Y. Sri. 2002. *Pengantar Hukum Pajak*. Yogyakarta: Andi.
- Sedarmayanti. 2009. *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Bandung: CV Mandar Maju.
- Siahaan, MARIHOT P. 2005. *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Siswanto. 2011. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Soemitro, Rochmat. 1990. *Dasar-Dasar Hukum Pajak Dan Pajak Pendapatan*. Bandung: Eresco.
- Sommerfeld, Ray M dkk. (1981). *An Introduction to Taxation*. New York: Harcourt Brace Jovanovich Inc.
- Suandy, Erly. 2001. *Perencanaan Perpajakan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Supriyanto. 2008. *Teknik Informasi & Komunikasi SMP Kelas VII*. Yogyakarta: Yudhistira.
- Syuhada, Sofian. 1997. *Prospek dan Alternatif: Action Plan Pemajakan Reklame Dalam Mendongkrak PAD Kota Semarang*. Semarang: Gema Stikubank.
- Tjahjono, Achmad & Husein, Muhammad Fakhri. 2005. *Perpajakan*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Waluyo. 2006. *Perpajakan Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat Jakarta.