

## **Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame dan Kontribusinya Terhadap Pajak Daerah (Studi pada Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Malang Tahun 2019-2021)**

Rizky Nurhidayat Perdana<sup>(1)</sup>, M. Mas'ud Said<sup>(2)</sup>, Ali Masykur Musa<sup>(3)</sup>

Universitas Islam Malang  
Jalan Mayjen Haryono No. 193, Malang, Indonesia

Email: <sup>1</sup>[rizkynurhidayatperdana1@gmail.com](mailto:rizkynurhidayatperdana1@gmail.com), <sup>2</sup>[masud.said@unisma.ac.id](mailto:masud.said@unisma.ac.id),  
<sup>3</sup>[masykur.musa@gmail.com](mailto:masykur.musa@gmail.com)

---

### **Tersedia Online di**

<http://www.jurnal.unublitar.ac.id/index.php/briliant>

---

### **Sejarah Artikel**

Diterima 20 Mei 2023  
Direvisi 10 Juli 2024  
Disetujui 20 Agustus 2024  
Dipublikasikan 31 Agustus 2024

---

### **Keywords:**

*Effectiveness, Billboard Tax, Contribution, Local Taxes*

---

### **Kata Kunci:**

*Efektivitas, Pajak Reklame, Kontribusi, Pajak Daerah*

---

### **Corresponding Author:**

Name:  
Rizky Nurhidayat Perdana  
Email:  
[rizkynurhidayatperdana1@gmail.com](mailto:rizkynurhidayatperdana1@gmail.com)

**Abstract:** *The decentralization system implemented in the Indonesian government makes each region obliged to finance its own regional households for the implementation of regional autonomy that is able to realize regional independence and equitable development to improve people's welfare. The government tries to finance its own work program by optimizing local revenue, one of which is from the local tax sector, namely billboard tax. The purpose of this study is to solve the problem of how the Malang Regency Government can collect billboard tax effectively and efficiently according to the potential existing billboard tax revenue target, so that it can be seen to what extent billboard tax collection can contribute to local tax revenue in Malang Regency. The performance of the Malang Regency government in implementing billboard tax collection is explored more deeply in this study, which uses an analytical descriptive method with a qualitative approach. Data collection methods include observation, documentation, and interviews. The data analysis method used qualitative analysis procedures. The research findings show that for three (three) years from 2019 to 2021, the effectiveness of Malang Regency's billboard tax collection is included in the highly effective category. Because the result of billboard tax collection on local taxes has been less than 10%, the contribution of billboard tax to local taxes is included in the very low threshold.*

**Abstrak:** 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. Pemerintah berusaha untuk membiayai program kerjanya sendiri dengan cara mengoptimalkan pendapatan asli daerah, salah satunya dari sektor pajak daerah yaitu pajak reklame. Tujuan penelitian ini adalah untuk memecahkan masalah mengenai bagaimana Pemerintah Kabupaten Malang dapat melakukan pemungutan pajak reklame secara efektif dan efisien sesuai potensi target penerimaan pajak reklame yang

ada, sehingga dapat diketahui sejauh mana pemungutan pajak reklame dapat berkontribusi dalam perolehan pajak daerah di Kabupaten Malang. Kinerja pemerintah Kabupaten Malang dalam melaksanakan pemungutan pajak reklame digali lebih dalam pada penelitian ini, yang menggunakan metode deskriptif analitik dengan pendekatan kualitatif. Metode pengumpulan data meliputi observasi, dokumentasi, dan wawancara. Metode analisis data penelitian ini menggunakan prosedur analisis kualitatif. Temuan penelitian menunjukkan bahwa selama tiga (tiga) tahun sejak 2019 hingga 2021, efektivitas pemungutan pajak reklame Kabupaten Malang termasuk dalam kategori sangat efektif. Karena hasil pemungutan pajak reklame atas pajak daerah selama ini kurang dari 10%, maka kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah termasuk dalam ambang batas yang sangat rendah.

## PENDAHULUAN

Pemerintah Indonesia menerapkan sistem penyelenggaraan pemerintahan sesuai dengan asas otonomi dan desentralisasi yang ditetapkan pada era reformasi dan diatur dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Pratama, 2018). Desentralisasi yang meliputi perencanaan, pelaksanaan kebijakan, dan pembiayaan pelaksanaan demokrasi dan otonomi daerah adalah penyerahan kekuasaan dari pemerintah pusat kepada pemerintah daerah untuk menjalankan wilayahnya masing-masing (Mahfud MD, 1996).

Penyelenggaraan otonomi daerah secara utuh yang mampu mewujudkan kemandirian daerah, pemerataan pembangunan antar daerah untuk memajukan kesejahteraan rakyat, dan peningkatan daya saing daerah merupakan tujuan dari sistem desentralisasi itu sendiri. Agar setiap daerah dapat mencapai pembangunan yang efektif dan efisien melalui sistem desentralisasi, maka pembangunan memegang peranan penting dalam menentukan kemajuan suatu daerah.

Kepala daerah mempunyai otonomi intuitif dan dapat mengatur serta mengatur rumah tangga di daerahnya sendiri sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Kebijakan fiskal, pemerataan penggunaan sumber daya nasional, dan kewenangan daerah dalam merancang, merencanakan dan melaksanakan kebijakan, khususnya yang berkaitan dengan pendapatan dan belanja daerah, merupakan cara-cara yang dapat dilakukan untuk melaksanakan otonomi daerah. Kemampuan meningkatkan pelayanan masyarakat dan mendorong keseimbangan daerah, pembangunan ekonomi, dan kesejahteraan masyarakat merupakan tujuan lain dari otonomi daerah. Dalam pengertian ini, diperlukan sumber daya keuangan sebagai pendapatan daerah yang intuitif serta output pemerintah daerah, baik dalam bidang jasa maupun perimbangan keuangan. Oleh karena itu, pemerintah pusat mentransfer hingga 90% uang APBN kepada pemerintah daerah di daerah, baik langsung ke provinsi, kabupaten/kota, maupun pemerintah/lembaga daerah (Said, 2020). Namun karena keterbatasan APBN, pemerintah daerah tidak bisa sepenuhnya mengandalkan dana dari pemerintah pusat. Sebaliknya, jika pemerintah daerah terhambat karena kekurangan sumber daya, maka pemerintah juga tidak mampu menjalankan program pemerintah. Oleh karena itu, setiap daerah dibimbing secara unik untuk menilai dan memaksimalkan pendapatan daerah guna mengembangkan program perimbangannya sendiri. Undang-Undang Meinuiruit Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah, terdapat tiga sumber pendapatan daerah, yaitu (1) Pendapatan Asli Daerah (PAD), (2) Dana Perimbangan, dan (3) Pendapatan Lainnya.

Peraturan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintahan Daerah, sumber pendapatan asli daerah (PAD) adalah pajak daerah, transfer daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain PAD yang sah. Dalam hal ini pajak merupakan salah satu sumber PAD yang utama. Dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, pajak daerah atau pajak lainnya adalah pembayaran paksa kepada suatu daerah yang dilakukan oleh orang atau badan yang tidak menerima imbalan secara langsung dan dipergunakan untuk ibu kota daerah dan sebagian besar kekayaan rakyat. Sesuai dengan asas peraturan ini, maka pemerintah daerah dengan sendirinya akan mengenakan pajak daerah sesuai dengan ketentuan peraturan daerah yang relevan dengan daerahnya masing-masing. Dengan melakukan hal ini, Mereka dapat meningkatkan pendapatan pajak daerah sekaligus mengatasi permasalahan ekonomi dan sosial yang khas di daerah tersebut dan menjunjung tinggi legalitas. Hasil dana pajak tersebut nantinya akan mempengaruhi dan menjadi dasar keberhasilan kebijakan pemerintah daerah, termasuk perimbangan daerah dan pelayanan masyarakat. Dengan memberdayakan program pemerintah dengan bantuan APBD serta mempertimbangkan potensi keuangan daerah dan pendapatan daerah, termasuk sektor perpajakan, maka potensi pendapatan asli daerah yang tinggi secara berimbang harus dapat dioptimalkan.

Pajak daerah dibedakan menjadi dua jenis, yaitu pajak provinsi yang terdiri dari 5 jenis, dan pajak kabupaten/kota yang terdiri dari 11 jenis, sesuai dengan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Pajak kendaraan bermotor, bea balik

nama kendaraan bermotor, pajak bahan bakar kendaraan bermotor, pajak air bawah tanah, dan pajak rokok merupakan pajak daerah pada tingkat provinsi. Sedangkan pajak kabupaten/kota meliputi Bea Perolehan Hak Atas Tanah (BPHTB), pajak hotel, pajak restoran, pajak hiburan, pajak rekreasi, pajak irigasi jalan (PPJ), pajak parkir, pajak mineral logam dan batuan (MLLB), pajak air tanah, dan pajak bumi dan bangunan (PBB). Untuk memaksimalkan pendapatan daerah dan mencapai tingkat efektivitas yang diharapkan, setiap daerah mempunyai tujuan pendapatan pajak daerah masing-masing yang harus dicapai. Salah satu cara intuitif untuk menilai keberhasilan penerimaan pajak perusahaan adalah dengan menerapkan sistem target yang membandingkan pendapatan yang diproyeksikan dengan pendapatan aktual (Kustiawan, 2005).

Seperti yang telah disampaikan sebelumnya, salah satu pajak daerah yang dikuasai oleh pemerintah daerah di tingkat kabupaten/kota adalah pajak penerimaan reklame. Pajak reklame merupakan salah satu jenis pajak daerah yang berpotensi meningkatkan pendapatan daerah secara signifikan (Davey, 1988). Untuk meningkatkan penerimaan pajak daerah, pemerintah daerah dapat memanfaatkan potensi sektor pajak reklame dan reklame secara maksimal. Semakin besar pendapatan maka semakin besar kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang akan digunakan untuk membiayai proyek perimbangan. Reklame diartikan sebagai “suatu benda, alat, tindakan, atau media yang bentuk dan polanya diciptakan secara intuitif untuk tujuan komersial guna memajukan, memajukan, atau menarik perhatian masyarakat terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh masyarakat.” Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Pemerintah daerah mempunyai fungsi dan tugas yang sangat penting yaitu mengolah dan mengoptimalkan penerimaan pajak reklame karena semakin pesatnya keseimbangan zaman dan kemajuan teknologi, semakin mengarah pada pemasangan reklame yang meningkatkan kemampuan untuk mempromosikan atau memperkenalkan barang dan jasa dari dunia usaha.

Kabupaten Malang dikenal dengan sebutan “*The Heart of East Java*”. Secara geografis wilayah Kabupaten Malang sangat luas yaitu 3.531 km<sup>2</sup>, menjadi kabupaten terluas kedua di Jawa Timur setelah Kabupaten Banyuwangi. Dengan wilayahnya yang luas, Kabupaten Malang juga diberkahi dengan kekayaan alam dan potensi sumber daya yang melimpah. Destinasi wisatanya banyak sekali mulai dari pantai, pegunungan, hingga coban atau air terjun. Dari bidang pendidikan, banyak terdapat pesantren atau lembaga pendidikan berbasis agama Islam yang tersebar di wilayah Kabupaten Malang. Pengunjung lokal maupun mancanegara sama-sama tertarik ke Kabupaten Malang karena letaknya yang strategis di tengah provinsi dan dekat dengan kota tetangga, baik yang tertarik dengan ilmu pengetahuan, alam, religi, bahkan wisata candi. Iklim ekonomi dan sosial yang baik menghadirkan tantangan dan peluang bagi pemerintah daerah untuk meningkatkan pelayanan dan meningkatkan pembangunan masyarakat. Agar potensi daerah dapat digali secara efektif dan efisien, diperlukan kreativitas dan inovasi dalam melaksanakan program pemerintah, yang salah satunya dapat dilakukan dengan memaksimalkan penerimaan pajak daerah.

Salah satu jenis pajak daerah yang dapat memberikan kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah pajak reklame. Penelitian terdahulu telah banyak meneliti kontribusi pajak reklame terhadap penerimaan pajak daerah (Pradana dkk., t.t.), (Yani, 2024), (Natalia & Kusumaningtyas, 2023), (Triantoro, 2010), (Ratna Sari & I Putu Gede Diatmika, 2022), (Yuniati & Yulianti, 2021), (Korengkeng dkk., 2017). Berbagai potensi yang ada dari sektor pendidikan, industri dan pariwisata yang kemudian memanfaatkan papan reklame untuk keperluan promosi menjadikannya sebagai salah satu sumber pendapatan pajak daerah yang perlu dimaksimalkan. Maka permasalahan penelitian yang harus dipecahkan dalam penelitian ini adalah bagaimana Pemerintah Kabupaten Malang dapat memungut pajak reklame secara efektif dan efisien sesuai dengan potensi sasaran penerimaan pajak reklame yang ada, sehingga dapat diketahui sejauh mana pemungutan pajak reklame dapat berkontribusi dalam perolehan pajak daerah di Kabupaten Malang. Data penelitian disajikan untuk periode 3 (tiga) tahun mulai tahun 2019-2021 sehingga dapat dilihat perbandingan hasil pengumpulannya.

Pemerintah Kabupaten Malang harus menerapkan langkah-langkah strategis pengelolaan perpajakan, memberikan edukasi secara berkelanjutan kepada wajib pajak agar mudah menjalankan tanggung jawabnya sebagai warga negara, memberikan sanksi hukum yang berkelanjutan bagi wajib pajak agar lebih mudah menjalankan tanggung jawabnya sebagai warga negara, memberikan sanksi hukum yang tegas terhadap indikasi pelanggaran wajib pajak, serta memberikan pelayanan yang maksimal dari petugas pajak dalam meningkatkan kesadaran wajib pajak, melaporkan dan membayar pajak sehingga Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari penerimaan pajak reklame dapat meningkat. Hasilnya, PAD dapat memanfaatkan dana lokal dari sektor pajak periklanan untuk membantu mendanai prakarsa yang disponsori pemerintah.

## **METODE**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitis dengan analisis kualitatif. Penerapan metode penelitian disesuaikan dengan tujuan utama penelitian yaitu mendeskripsikan dan menggambarkan tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame dan seberapa besar kontribusinya terhadap pajak daerah di Kabupaten Malang. Pada penelusuran kualitatif kali ini akan dibahas lebih lanjut mengenai kinerja pemerintah Kabupaten Malang dalam penerapan peraturan pajak reklame. Dengan begitu, akan diketahui keberhasilan diperolehnya kebijakan tersebut, serta kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap pajak daerah. Pejabat Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Malang dan pengelola kepentingan lain yang terlibat dalam penerapan peraturan pajak reklame di Kabupaten Malang dijadikan sebagai subjek penelitian. Alat penelitian berupa kamera yang dapat digunakan untuk merekam proses wawancara dan menyimpan dokumen terkait laporan penerimaan pajak reklame di Kabupaten Malang. Panduan wawancara yang digunakan dimaksudkan untuk mempelajari implementasi kebijakan penerimaan pajak reklame, potensi dan tantangan yang dihadapi, serta strategi yang diterapkan secara intuitif untuk mencapai target realisasi penerimaan pajak reklame.

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan prosedur analisis kualitatif. Peneliti menggunakan 3 (tiga) teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan Kepala Bidang Penagihan, Pemeriksaan dan Pengendalian Operasional (P3O) Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Malang untuk menggali informasi mengenai faktor-faktor apa yang mempengaruhi kinerja pemerintah dalam melaksanakan pemungutan pajak daerah. Observasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data target dan realisasi penerimaan pajak reklame di Kabupaten Malang tahun 2019-2021. Sementara dokumentasi dilakukan sebagai bukti akurat yang menunjukkan proses pemungutan pajak reklame.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Sektor pajak daerah merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap PAD. Pendanaan segala jenis kegiatan dan pelaksanaan proyek pembangunan daerah sangat dipengaruhi oleh pajak daerah. Badan Pendapatan Daerah Pemerintah Kabupaten Malang masih berupaya untuk memaksimalkan dan meningkatkan pendapatan pajak daerah. Tujuan tersebut sejalan dengan tujuan Kepala Daerah untuk meningkatkan pelayanan dan memajukan Kabupaten Malang. Dengan meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyatnya, Pemerintah Kabupaten Malang dapat mencapai tujuan dari visi MADEP-MANTEP-MANETEP.

### **Proses Pemungutan Pajak Reklame di Kabupaten Malang**

Untuk meningkatkan pendapatan asli daerah, Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Malang dipercaya untuk memungut pajak daerah seperti pajak reklame di seluruh wilayah kabupaten. Proses pelaksanaan tugas tersebut disertai dengan langkah-langkah inovatif dan strategis agar tujuan dan target perpajakan yang telah ditetapkan setiap tahunnya dapat tercapai. Langkah-langkah tersebut meliputi: 1) melaksanakan pendataan pajak; 2) mengembangkan

aplikasi perpajakan; 3) memanfaatkan teknologi dan sistem informasi; 4) melaksanakan sosialisasi dan edukasi pajak; 5) bekerjasama dengan dinas terkait.

### Pendapatan Pajak Daerah Kabupaten Malang

Realisasi penerimaan pajak daerah di Kabupaten Malang selalu mencapai target yang telah ditetapkan dalam kurun waktu 3 (tiga) tahun terakhir yaitu periode 2019-2021. Pada tahun 2019, penerimaan pajak daerah mencapai Rp298.231.998.750,- dari target sebesar Rp266.560.675.000,- dengan persentase perolehan mencapai 111,88%. Penurunan target terjadi pada tahun 2020 akibat adanya penyesuaian anggaran akibat pandemi COVID-19. Target pajak daerah sebesar Rp213.528.000.000,- dengan nominal penerimaan sebesar Rp280.690.918.933,-. Meski terdampak pandemi dan mengalami perubahan nominal, namun target pajak daerah masih mampu tercapai dengan kenaikan sebesar 131,45%. Pada tahun 2021, penanganan pandemi secara intensif yang mulai menimbulkan perubahan grafis yang signifikan sehingga menyebabkan perekonomian masyarakat setempat perlahan pulih. Target pajak daerah dinaikkan menjadi Rp. 312.640.185.062,- dan berhasil diraih oleh Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Malang sebesar Rp. 322.207.958.964,- dengan jumlah 103,06%. Data target dan realisasi pajak daerah di Kabupaten Malang selama tahun 2019-2021 adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Target dan Realisasi Pajak Daerah Kabupaten Malang Tahun 2019-2021

| Tahun | Target Pajak Daerah (Rp) | Realisasi Pajak Daerah (Rp) | Persentase (%) |
|-------|--------------------------|-----------------------------|----------------|
| 2019  | 266.560.675.000          | 298.231.998.750             | 111,88         |
| 2020  | 213.528.000.000          | 280.690.918.933             | 131,45         |
| 2021  | 312.640.185.062          | 322.207.958.964             | 103,06         |

Sumber: Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Malang, 2022

### Penerimaan Pajak Reklame Kabupaten Malang

Jenis pajak daerah yang dikenakan pada iklan semakin besar potensinya. Hal ini tidak terlepas dari semakin meningkatnya keseimbangan dan persaingan dunia usaha di Kabupaten Malang. Metode pemungutan pajak reklame adalah official assessment, dimana pemerintah daerah dalam hal ini Badan Pendapatan Daerah berwenang menentukan besarnya nilai pajak reklame. Statistik target dan realisasi pajak reklame di Kabupaten Malang tahun 2019–2021 dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2. Data Target dan Realisasi Pajak Reklame Kabupaten Malang Tahun 2019-2021

| Tahun | Target Pajak Reklame | Realisasi Pajak Reklame |
|-------|----------------------|-------------------------|
| 2019  | Rp 3.900.000.000     | Rp 4.094.442.471        |
| 2020  | Rp 3.300.000.000     | Rp 4.109.821.186        |
| 2021  | Rp 5.003.587.000     | Rp 5.098.102.657        |

Sumber: Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Malang, 2022

Berdasarkan tabel di atas terlihat jelas bahwa selama 3 (tiga) tahun terakhir realisasi penerimaan pajak reklame telah melampaui target. Pemerintah Kabupaten Malang menetapkan target penerimaan pajak reklame tahun 2019 sebesar Rp. 3.900.000.000,- namun Badan Pendapatan Daerah mampu merealisasikan sebesar Rp. 4.094.442.471,-. Pada tahun 2020, pandemi COVID-19 merebak dan berdampak pada banyak aspek, sehingga target tersebut dijabarkan sebesar Rp3.300.000.000,- yang terealisasi sebesar Rp4.109.821.186,-. Sedangkan pada tahun 2021, ketika perekonomian mulai perlahan pulih, target pajak reklame akan kembali dinaikkan menjadi Rp5.003.587.000,- yang mana pemerintah dapat merealisasikannya sebesar Rp5.098.102.657,-.

Pemerintah Kabupaten Malang mempunyai target dalam pemungutan pajak daerah yang ingin dicapai setiap tahunnya guna mengoptimalkan pendapatan daerah. Salah satu alat yang digunakan untuk mengukur keberhasilan penerimaan pajak suatu instansi adalah dengan menerapkan sistem target yang membandingkan pendapatan yang direncanakan dengan pendapatan sebenarnya. Berikut hasil analisis efektivitas dan kontribusi pajak reklame terhadap penerimaan pajak daerah di Kabupaten Malang.

### Analisis Efektivitas Pajak Reklame Kabupaten Malang

Pencapaian penerimaan pajak reklame di Kabupaten Malang dapat dinilai dengan membandingkan target yang telah ditetapkan dengan realisasi penerimaan yang dihasilkan. Target merupakan tujuan yang ditetapkan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Malang atas penyelenggaraan pajak reklame, sedangkan realisasinya merupakan hasil nyata dari upaya pengelolaan yang dilakukan oleh Badan Pendapatan Daerah. Efektivitas pajak periklanan sangat dipengaruhi oleh tujuan dan realisasinya. Sasaran pajak reklame mengalami perubahan selama 3 (tiga) tahun terakhir. Namun selama ini pajak reklame Kabupaten Malang mengalami peningkatan realisasi pendapatan. Hasil perhitungan efektivitas reklame dan pajak reklame adalah sebagai berikut:

$$\text{Efektivitas Pajak Reklame 2019} = \frac{4.094.442.471}{3.900.000.000} \times 100\% = 104,99\%$$

$$\text{Efektivitas Pajak Reklame 2020} = \frac{4.109.821.186}{3.300.000.000} \times 100\% = 124,54\%$$

$$\text{Efektivitas Pajak Reklame 2021} = \frac{5.098.102.657}{5.003.587.000} \times 100\% = 101,89\%$$

Tabel 3. Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame Kabupaten Malang Tahun 2019-2021

| Tahun | Target Pajak Reklame (Rp) | Realisasi Pajak Reklame (Rp) | Persentase | Kriteria       |
|-------|---------------------------|------------------------------|------------|----------------|
| 2019  | Rp 3.900.000.000          | Rp 4.094.442.471             | 104,99%    | Sangat Efektif |
| 2020  | Rp 3.300.000.000          | Rp 4.109.821.186             | 124,54%    | Sangat Efektif |
| 2021  | Rp 5.003.587.000          | Rp 5.098.102.657             | 101,89%    | Sangat Efektif |

Sumber: Data diolah, 2022

Dengan membandingkan target dan realisasi penerimaan pajak seperti terlihat pada tabel di atas, maka dapat diketahui keberhasilan pemungutan pajak reklame di Kabupaten Malang tahun 2019 sampai dengan tahun 2021. Apabila presentase yang diperoleh 100% atau lebih maka dapat dikatakan bahwa pemungutanpajak reklame cukup efektif atau sangat efektif.

### Analisis Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pajak Daerah Kabupaten Malang

Melalui Badan Pendapatan Daerah Pemerintah Daerah Kabupaten Malang, pemerintah mengusulkan pajak reklame sebagai salah satu pajak daerah. Pajak reklame merupakan salah satu komponen penerimaan pajak daerah yang berperan dalam membantu Kabupaten Malang menjadi lebih mandiri secara finansial dan ekonomi. Pajak Reklame mempunyai potensi jangka panjang yang harus dioptimalkan agar memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap pendapatan daerah mengingat persaingan dunia usaha yang semakin ketat. Kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah dapat diperkirakan dengan membandingkan realisasi pajak reklame dengan pajak daerah. Rumus berikut digunakan untuk menentukan kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah di Kabupaten Malang tahun 2019–2021:

$$\text{Kontribusi Pajak Reklame 2019} = \frac{4.094.442.471}{298.231.998.750} \times 100\% = 1,37\%$$

$$\text{Kontribusi Pajak Reklame 2020} = \frac{4.109.821.186}{280.690.918.933} \times 100\% = 1,46\%$$

$$\text{Kontribusi Pajak Reklame 2021} = \frac{5.098.102.657}{322.207.958.964} \times 100\% = 1,58\%$$

Dengan menggunakan rumus di atas maka dapat ditentukan besar kecilnya kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah. Apabila kepemilikan saham mencapai 30%–40% maka tergolong cukup baik dan apabila kepemilikan saham sebesar 40%–50% maka syarat kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah dapat dikategorikan sangat baik. Berikut tabel rincian kontribusi pajak reklame Kabupaten Malang terhadap pajak daerah pada tahun 2019 hingga tahun 2021:

Tabel 4. Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pajak Daerah Kabupaten Malang Tahun 2019-2021

| Tahun | Realisasi Pajak Reklame (Rp) | Realisasi Pajak Daerah (Rp) | Kontribusi (%) |
|-------|------------------------------|-----------------------------|----------------|
| 2019  | 4.094.442.471                | 298.231.998.750             | 1,37           |
| 2020  | 4.109.821.186                | 280.690.918.933             | 1,46           |
| 2021  | 5.098.102.657                | 322.207.958.964             | 1,58           |

Sumber: Data diolah, 2022

Ada sesuatu yang menarik untuk diperhatikan secara intuitif dari tabel di atas. Pajak daerah dan pajak reklame mengalami peningkatan selama 3 (tiga) tahun terakhir. Pola positif ini menunjukkan bagaimana Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Malang berhasil mengelola permasalahan dan memaksimalkan potensi daerah dengan mewujudkan gagasan dan taktik baru. Pada tahun 2019, total penerimaan pajak daerah sebesar Rp298.231.998.750,00 dan realisasi pajak reklame sebesar Rp4.094.442.471,00. Pada tahun tersebut, kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah hanya sebesar 1,37%. Proporsi ini memenuhi standar yang sangat indah. Pada tahun 2020, kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah mengalami sedikit peningkatan dibandingkan tahun 2019. Sebaliknya, total pajak daerah yang terealisasi pada tahun 2020 sebesar Rp280.690.918.933,00 sehingga realisasi pajak reklame sebesar Rp4.109.821.186,00. Alhasil, meski dinilai masih sangat rendah, porsi kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah sedikit meningkat menjadi 1,46%. Pada tahun 2021, pajak daerah dan pajak reklame akan dipungut dengan tarif yang lebih tinggi. Hal ini seiring dengan meningkatnya kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah di daerah. Pada tahun tersebut realisasi pajak daerah sebesar Rp322.207.958.964,00 dan realisasi pajak reklame sebesar Rp5.098.102.657,00. Dengan demikian kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah pada tahun 2021 sebesar 1,58% dan masih memiliki standar yang sangat rendah.

## SIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Malang, penelitian menyimpulkan bahwa selama tiga tahun antara tahun 2019 sampai dengan tahun 2021, efektivitas penerimaan pajak reklame masuk kategori sangat efektif. Realisasi penerimaan pajak reklame selama ini mampu melampaui target yang ditetapkan, meski grafiknya fluktuatif. Dalam hal penerapan pajak daerah khususnya pajak reklame, Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Malang telah melaksanakannya dengan baik. Karena jumlahnya kurang dari 10%, maka kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah pada tahun 2019 hingga 2021 tergolong sangat rendah. Badan pungutan Daerah Kabupaten Malang telah melakukan beberapa langkah strategis dan mutakhir untuk meningkatkan pungutan pajak reklame, antara lain: 1) melakukan pendataan pajak; 2) mengembangkan aplikasi perpajakan; 3) memanfaatkan sistem teknologi dan informasi; 4) melakukan sosialisasi dan edukasi perpajakan; 5) bekerjasama dengan dinas terkait. Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Malang harus melakukan pendataan kembali untuk memperoleh informasi yang akurat mengenai topik dan objek pajak reklame yang masih aktif maupun yang

sudah tidak aktif. Kemudian, sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, penting untuk melakukan sosialisasi dan edukasi mengenai perpajakan, termasuk proses pemungutan dan pelaporan pajak reklame. Standar sumber daya manusia (SDM) juga harus ditingkatkan bagi aparat pemerintah yang mampu menangani tagihan pajak daerah pada umumnya dan pajak reklame pada khususnya. Terakhir, Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Malang penting untuk memperkuat kerjasama dengan organisasi lain (pihak ketiga) yang terlibat dalam pemungutan pajak dan penegakan hukum.

## DAFTAR RUJUKAN

- Davey, K. (1988). *Pembiayaan Pemerintah Daerah: Praktek-Praktek Internasional dan Relevansinya bagi Dunia Ketiga*. Universitas Indonesia.
- Korengkeng, R. R., Karamoy, H., & Pontoh, W. (2017). ANALISIS POTENSI, EFEKTIFITAS, EFISIENSI, DAN KONTRIBUSI PAJAK REKLAME TERHADAP PENERIMAAN PAJAK DAERAH DI KABUPATEN MINAHASA UTARA. *GOING CONCERN: JURNAL RISET AKUNTANSI*, 12(01). <https://doi.org/10.32400/gc.12.01.17207.2017>
- Kustiawan, M. (2005). Ringkasan Disertasi Pengaruh Faktor Pendorong dan Faktor Penghambat Terhadap Peran dan Orientasi Pemerintah Daerah dalam Mengoptimalkan Pendapatan Asli Daerah (Survei pada Pemerintah Provinsi Jawa Barat). Universitas Padjajaran.
- Mahfud MD, M. (1996). *Amandemen Konstitusi Menuju Reformasi Tata Negara (1st ed.)*. UII Press.
- Natalia, I., & Kusumaningtyas, K. (2023). EFEKTIVITAS DAN KONTRIBUSI PAJAK REKLAME TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH. *JURNAL AKUNTANSI*, 17(2), 120–126. <https://doi.org/10.37058/jak.v17i2.6745>
- Pradana, J. A., Sabijono, H., & Tirayoh, V. Z. (t.t.). *Kontribusi dan Efektivitas Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Tidore Kepulauan Provinsi Maluku Utara*.
- Pratama, D. W. (2018). Analisis Efektivitas Pajak Reklame dan Kontribusinya Terhadap Pajak Daerah (Studi Pada Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Jombang).
- Ratna Sari, S. A. M. & I Putu Gede Diatmika. (2022). Analisis Efektivitas dan Efisiensi Pajak Reklame serta Kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Buleleng Tahun 2019-2021. *Vokasi: Jurnal Riset Akuntansi*, 11(01), 42–51. <https://doi.org/10.23887/vjra.v11i01.50325>
- Said, M. (2020). Cara Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD). <https://www.youtube.com/watch?v=Rnp9Gu5op-o>
- Triantoro, A. (2010). *EFEKTIFITAS PEMUNGUTAN PAJAK REKLAME DAN KONTRIBUSINYA TERHADAP PENERIMAAN PAJAK DAERAH DI KOTA BANDUNG*. 5(1).
- Yani, P. H. (2024). EFEKTIVITAS PENERIMAAN PAJAK REKLAME DAN KONTRIBUSINYA TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH KOTA TEGAL. *JOURNAL ECONOMICS AND STRATEGY*, 5(1), 1–10. <https://doi.org/10.36490/jes.v5i1.1027>
- Yuniati, E., & Yuliandi, Y. (2021). Analisis Efektivitas Dan Kontribusi Pajak Reklame Dan Pajak Restoran Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(1), 79–92. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v9i1.484>