



## Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame Dan Kontribusinya Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Tegal

Hayu Naila Nadzifa<sup>1</sup>, Putri Handayani<sup>2</sup>, Gunawan Aji<sup>3</sup>

UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Email Author: [hayunailanadzifa@mhs.uingusdur.ac.id](mailto:hayunailanadzifa@mhs.uingusdur.ac.id)

### Abstract

*This research aims to understand and describe the level of effectiveness of Advertising Tax revenue on Tegal City Regional Original Income in 2019-2022. Advertising Tax revenue in 2019-2022 has proven to be very effective, with an average effectiveness level of 107,2%. In 2019, the peak effectiveness rate reached 118,5%. This high performance is due to the good implementation of Regional Government policies and an effective advertising tax collection process. However, in 2022, the level of effectiveness will decrease to 94,5% due to a decrease in the advertisement tax revenue target caused by the policy of structuring and controlling advertisements in Tegal city. However, participation in advertising tax is considered to be still lacking. So it can be concluded that advertising tax does not contribute to PAD because the realization of advertising tax it self is not enough to be the main indicator contributing to local original income, however, if the realization of advertising tax is combined with the realization of regional taxes as a whole then the realization of regional taxes certainly contributes to local original income Tegal city.*

**Keywords:** *Advertisement Tax, Regional Original Income, Effectiveness*

### Abstrak

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk memahami dan menguraikan tingkat efektivitas penerimaan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Tegal pada tahun 2019-2022. Penerimaan Pajak Reklame di tahun 2019-2022 telah terbukti sangat efektif, dengan tingkat efektivitas rata-rata mencapai 107,2%. Pada tahun 2019, tingkat efektivitas puncaknya mencapai 118,5%. Kinerja yang tinggi ini disebabkan oleh pelaksanaan kebijakan Pemerintah Daerah yang bagus serta proses pemungutan pajak reklame yang efektif. Namun, di tahun 2022, tingkat efektivitas menurun menjadi 94,5% akibat penurunan target penerimaan pajak reklame yang diakibatkan oleh kebijakan penataan dan penertiban reklame di Kota Tegal. Meskipun demikian, partisipasi penerimaan pajak reklame masih rendah, dibawah 10% dengan presentase 0,01625%, karena kesadaran masyarakat terhadap pajak reklame dinilai masih kurang. Sehingga dapat disimpulkan bahwasanya pajak reklame tidak berkontribusi terhadap PAD dikarenakan realisasi pajak reklame sendiri tidak cukup untuk menjadi indikator utama penyumbang pendapatan asli daerah, akan tetapi jika realisasi pajak reklame digabungkan dengan realisasi pajak daerah secara keseluruhan maka realisasi pajak daerah tentunya ikut berkontribusi dalam pendapatan asli daerah Kota Tegal.

**Kata Kunci:** *Pendapatan Asli daerah, Pajak Reklame, Efektivitas*

## PENDAHULUAN

Otonomi daerah adalah bentuk kontribusi pemerintah dalam daerah dalam mengatur jalannya pemerintahan daerah secara mandiri. Pemberlakuan otonomi daerah didasarkan pada peraturan UU No. 23 tahun 2014 yang didalamnya mengatur tentang Pemerintahan Daerah (Natalia et al., 2022). Dalam hal ini pemerintah pusat memberikan wewenang agar pemerintah daerah dapat mengelola daerah yang dikuasainya dan harus berdasarkan pada asas otonomi daerah yang berlaku, dengan ini pemerintah pusat tentunya berharap agar pemerintah daerah mampu mengelola daerahnya baik dari segi ekonomi maupun politik, sehingga output yang didapatkan bisa berupa birokrasi daerah yang efektif. Dalam berjalannya pemerintahan di suatu daerah tentunya membutuhkan dana untuk menyokong kelancaran berjalannya suatu pemerintahan daerah. Maka dari itu, daerah sendiri perlu memiliki sumber pendapatan tetap yang mana akan menjadi dasar dana untuk keberlanjutan pemerintahan daerah yang bersangkutan. Sumber pendapatan ini didapat dari Pendapatan asli daerah yang umumnya berasal dari pajak daerah, retribusi daerah, pengelolaan aset daerah, serta lain-lain Pendapatan Asli Daerah yang sah pada daerah tersebut (Mutiarra et al., 2022).

Peran pajak daerah dalam kontribusinya untuk menyumbang pendapatan di Kota Tegal cukup signifikan, hal ini dibuktikan dengan realisasi pendapatan asli daerah Kota Tegal yang cenderung meningkat setiap tahunnya. Hal ini bisa dilihat pada rentang tahun 2019-2022 pajak daerah selalu konsisten menyumbang pendapatan kepada Kota Tegal dengan realisasi sebesar 77.550.464 untuk tahun 2019, 93.763.370 untuk tahun 2020, 143.617.868.928 untuk tahun 2021, dan 173.244.116.606 untuk tahun 2022. Kenaikan ini menunjukkan bahwa kontribusi pajak daerah di Kota Tegal terbukti Positif dan selalu konsisten. Terdapat beberapa macam pajak daerah yang ditagihkan di Badan Keuangan Daerah Kota Tegal yang menjadi sumber pendapatan daerah, seperti, Pajak Bumi dan

Bangunan, Pajak Hotel, Pajak Restoran, Pajak Hiburan, Pajak Reklame, Pajak Penerangan, Pajak Air Tanah, dan BPHTB. Pajak daerah terbukti memiliki peran yang penting sebagai sumber pembiayaan daerah yang terwujud dalam berbagai produk perundang-undangan pemerintah. Dengan penerimaan pajak yang Semakin meningkat maka otomatis juga akan terjadi peningkatan pendapatan daerah yang bersangkutan, hal ini akan sangat berdampak positif terhadap kualitas hidup masyarakat didalamnya. Pajak sendiri merupakan Pajak dipandangan sebagai instrumen yang tepat dalam hal pemerataan pendapatan rakyat, hal ini karena masih banyak ditemui kesenjangan ekonomi disekitar masyarakat yang menimbulkan jurang kemiskinan didalam masyarakat tersebut. Dengan demikian, pajak berperan sebagai media pendistribusian pendapatan yang teoat dengan sistematika pemungutan tarif pajak berdasarkan pada tingkat kemampuan masing-masing warga negaranya (Lamia et al., 2015).

Penerimaan pajak daerah dapat dimaksimalkan dengan penetapan target pajak yang tepat sasaran dan kepatuhan Wajib pajak daerah dalam membayar pajaknya. Efektivitas akan tercapai jika realisasi melebihi target yang telah disusun sebelumnya. Untuk mengetahui apakah pendapatan dari pajak memiliki efektivitas atau tidak yaitu dengan membandingkan hasil akhir penerimaan pajak dengan target yang telah ditetapkan. Apabila hasil perbandingan menunjukkan hasil yang tinggi maka hasil tersebut akan sejalan dengan efektivitas yang dihasilkan (Natalia et al., 2022). Pemerintah Kota Tegal terus mendukung pencapaian pendapatan asli daerah dengan memaksimalkan penerimaan pajak. Salah satu Jenis pajak yang memberikan sumbangsih cukup tinggi yaitu pajak Reklame karean Kota Tegal sendiri termasuk dalam kota industri yang mana menjadi tempat produksi dan jalur distribusi menyebabkan banyaknya Reklame yang terpasang di Kota tersebut, namun kendala yang seringkali dihadapi yaitu terkait dengan pendataan dan pengawasan yang mana banyak reklame lama yang telah dilepas

pemasangan dan banyak reklame baru yang tidak masuk pendataan obyek pajak baru, hal ini mengakibatkan banyak reklame yang tidak terkena pajak dan menjadi faktor penghambat pembangunan daerah di kota tegal (Sihombing & Tambunan, 2020).

Berdasarkan Peraturan wali Kota Tegal nomor 1 tahun 2023 tentang perubahan kedua atas peraturan wali kota nomor 3 tahun 2012 tentang perhitungan nilai sewa reklame, dan peraturan daerah Kota Tegal nomor 3 tahun 2019 tentang retribusi jasa usaha. Pemberian beban bagi wajib Pajak Reklame memang bukan hanya untuk meningkatkan jumlah dana pembangunan saja, hal ini karena reklame sendiri merupakan pajak yang bersifat objektif yang dikenakan berdasarkan nilai sewa reklame (NSR). Nilai sewa reklame diukur dengan memperhatikan lokasi reklame, jenis reklame, periode penyelenggaraan, ukuran media, jumlah muka media reklame, dan tinggi reklame. Sejauh ini kota tegal sendiri sudah baik dalam pengelolaan dan pemungutan pajak reklame karena didasarkan dengan peraturan perundang-undangan yang jelas dan dikelola dengan regulasi yang tepat (Kumala, 2019).

Kota Tegal yang berada pada posisi strategis dan berada pada jalur penghubung antar kota di jawa tengah menjadi salah satu kota yang dianggap sebagai pusat perdagangan dan jasa serta berhasil menghasilkan banyak barang industri. Industri memiliki peran penting dalam menghasilkan pendapatan Pajak Reklame. Semakin besar dan berkembangnya sektor industri, semakin tinggi pula potensi pendapatan Pajak Reklame yang dapat diperoleh pemerintah dari kegiatan periklanan di sektor tersebut. Hal ini karena reklame sendiri merupakan media iklan yang mana sangat berhubungan dengan pemasaran suatu produk industri, Sebagian besar iklan ditempatkan oleh industri untuk mempromosikan produk atau layanan mereka. Besarnya pengeluaran iklan oleh industri dapat menjadi indikator penting bagi pemerintah untuk menilai potensi pendapatan Pajak Reklame. Industri yang aktif dalam iklan cenderung memberikan kontribusi yang

signifikan terhadap Pajak Reklame. Hubungan yang baik antara pemerintah dan industri dapat menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan sektor industri dan pada saat yang sama meningkatkan pendapatan Pajak Reklame. Kebijakan yang mendukung investasi dan inovasi dalam industri dapat menciptakan kesempatan baru untuk iklan.

Berdasarkan penelitian yang relevan dengan Penerimaan pajak Reklame menunjukkan adanya perbedaan hasil yang menunjukkan apakah pajak reklame memiliki pengaruh terhadap peningkatan pendapatan asli daerah ataukah tidak berpengaruh sama sekali. Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Sihombing & Tambunan, 2020). yang menunjukkan bahwa pajak reklame memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pendapatan asli daerah. Tidak sejalan dengan hasil penelitian tersebut, penelitian yang dilakukan oleh (Primandari & Dahlia, 2020b). menunjukkan hasil bahwa kontribusi dari pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah itu sangat rendah. adanya perbedaan hasil penelitian inilah yang menjadikan perlunya pengkajian lebih lanjut tentang bagaimana efektivitas serta kontribusi dari pajak reklame tersebut terhadap pendapatan asli daerah, karena mengingat penghasilan dari masing-masing daerah tentunya berbeda dan juga dengan melihat potensi dari pajak reklame di masing-masing daerah tersebut, khususnya dalam penelitian ini adalah potensi pajak reklame di kota tegal.

Realisasi Pajak Reklame di Kota Tegal juga memiliki tren naik. Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Keuangan Daerah Kota Tegal realisasi pajak reklame selalu terpenuhi dari target yang ditetapkan pada setiap tahunnya, namun realisasi pajak reklame ini tergantung pada penetapan belanja daerah yang selalu berubah setiap tahunnya sehingga hal ini juga akan berdampak pada berubahnya capaian target untuk realisasi pajak reklame, hal ini menyebabkan adanya penurunan realisasi pajak reklame pada tahun 2022 karena adanya perubahan anggaran belanja daerah yang semakin meningkat, sehingga target yang

ditetapkan juga meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah APBD yang dianggarkan. Hal inilah yang menjadi garis bawah untuk keberlanjutan penelitian ini dengan tujuan untuk menggali penyebab adanya penurunan capaian realisasi pajak reklame Kota Tegal di tahun 2022.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Teori Kebijakan Mutlak**

Teori kebijakan mutlak menyatakan bahwa negara berhak melakukan tindakan pemungutan dari rakyat. Tindakan pemungutan dalam hal ini dimaksudkan sebagai upaya negara dalam melibatkan rakyat dalam berjalannya suatu pemerintahan. Teori kewajiban mutlak menjelaskan bahwasannya rakyat yang merupakan bagian dari negara yang memiliki kewajiban untuk membayar pajak sebagai wujud pengabdian terhadap negara (Goni et al., 2022). Hasil pajak yang dipungut oleh rakyat pada akhirnya akan diperuntukan bagi kepentingan rakyat pula. Teori ini menggunakan Pendapatan asli daerah sebagai variabel penelitian khususnya yang berkaitan dengan pajak reklame (Prasetyaningtyas & Ratnawati, 2022).

### **Profil Badan Keuangan Daerah Kota Tegal**

Badan Keuangan Daerah Kota Tegal didirikan sesuai dengan Peraturan Daerah Kota Tegal Nomor 4 Tahun 2016, ialah elemen pendukung dalam pelaksanaan tugas pemerintahan di sektor keuangan. Fungsinya adalah mendukung Walikota dalam menjalankan tugas pemerintahan di bidang keuangan sesuai kewenangan Daerah. Demikian pula Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Tegal yang didirikan sesuai dengan Peraturan Daerah Kota Tegal

Nomor 11 Tahun 2008. Peraturan ini diikuti oleh Peraturan Walikota Tegal Nomor 29 Tahun 2008 memiliki fungsi yang melibatkan perumusan kebijakan, penyelenggaraan urusan pemerintahan, pembinaan, pelaksanaan tugas perencanaan dan pengendalian operasional di berbagai aspek, evaluasi, pemantauan dan pelaporan dalam hal keuangan dan aset daerah.

### **Visi dan Misi Badan Keuangan Daerah kota Tegal**

Visi :

“ Terwujudnya Dinas yang profesional berbasis layanan prima dalam pengelolaan pendapatan, penatausahaan, keuangan dan aset daerah.”

Misi Badan Keuangan Daerah Kota Tegal mencakup:

1. Berupaya dalam peningkatan kualitas SDM.
2. Mengoptimalkan penerimaan dari PDRD.
3. mengembangkan sistem pengelolaan pendapatan dan keuangan yang disesuaikan dengan peraturan yang ada.
4. Berperan dalam penyelenggaraan administrasi dan pelaporan keuangan daerah secara teratur, efisien, efektif, akuntabel.
5. Terus berupaya dalam peningkatan kualitas pelayanan pada aspek pendapatan, pengelolaan keuangan, dan aset daerah.

### **Pendapatan Asli Daerah (PAD)**

Pendapatan Asli Daerah (PAD) Mengacu pada pendapatan yang didapatkan oleh suatu wilayah melalui pemungutan oleh suatu wilayah melalui pemungutan beasaskan peraturan daerah dan undang-undang yang berlaku. Tujuannya adalah

memberikan bantuan kepada daerah untuk memperoleh sumber pendanaan dalam rangka pelaksanaan otonomi daerah, sebagai wujud dari desentralisasi. Sumber utama PAD berawal dari PDRD. (Johannes, 2020).

Sesuai dengan UU No. 33 Tahun 2004, PAD dimaknai sebagai penerimaan yang dikumpulkan oleh daerah sesuai dengan peraturan daerah dan undang-undang. Tingkat kontribusi PAD terhadap penerimaan daerah mencerminkan tingkat tanggung jawab pemerintah daerah, dengan proporsi yang semakin tinggi menandakan tanggung jawab yang lebih besar (Prasetyaningtyas & Ratnawati, 2022).

### **Pajak Reklame**

Pajak reklame merupakan pajak yang dikenakan atas benda, alat dan media yang berdasarkan bentuknya difungsikan sebagai media pemasaran untuk memperkenalkan suatu produk ataupun jasa agar eksistensinya dapat lebih terlihat di area publik agar dapat dibaca atau didengar oleh masyarakat umum dengan tujuan untuk menarik minat khalayak umum yang berkaitan dengan barang atau jasa yang di komersilkan (Kumala, 2019).

Reklame diselenggarakan oleh perusahaan jasa periklanan yang sebelumnya juga sudah terdaftar di Badan Keuangan Daerah atau Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten/ Kota setempat. Subjek Pajak Reklame merupakan wajib pajak orang pribadi atau badan yang melakukan penyelenggaraan pemasangan reklame. Pajak reklame sendiri merupakan salah satu pajak yang menyumbang pendapatan asli daerah yang cukup signifikan, terlebih di Kota-kota besar keberadaan reklame memang sangat menunjang kebutuhan komersil berbagai produk (Sukmawati et al., 2018).

Pajak reklame terdiri dari berbagai jenis diantaranya;

- a. Reklame permanen
  1. Billboard disinari (Reklame papan)
  2. Billboard tidak disinari
  3. Thin plate/ shop sign
  4. Neon box/ neon sign
  5. Reklame video (videotron/megatron)
  6. LED (Large electronic display)
- b. Reklame non permanen
  1. Reklame kain (umbul-umbul dan banner)
  2. Stiker
  3. Reklame udara
  4. Reklame berjalan
  5. Reklame suara
  6. Reklame film/ slide

pajak reklame dikenakan atas Nilai sewa reklame yang mana didasarkan pada letak strategis dari pemasangan reklame yang bersangkutan. sesuai dengan peraturan wali kota tegal No. 1 tahun 2023 bahwa dalam perhitungan pajak reklame Nilai sewa reklame (NSR) adalah hasil penjumlahan dari harga dasar pemasangan (HDPP) yang diperoleh dari harga satuan pemasangan, nilai kelas jalan, ukuran reklame, dan periode penyelenggaraan, kemudian hasilnya dijumlahkan dengan nilai strategis lokasi kemudian setelah perhitungan NSR akan dikenakan tarif reklame sebesar 25%. Objek pajak reklame yang terpasang pada area prasarana kota akan dikenakan Retribusi daerah reklame yang disesuaikan dengan peraturan daerah Kota Tegal No. 2 tahun 2012 tentang retribusi jasa usaha (Sugiarto & Matitaputti, 2022).

### **Akuntansi Pajak**

Akuntansi yang berkaitan dengan pajak pada umumnya merujuk pada pada peraturan perpajakan yang berlaku.

Penetapan tarif pajak didasarkan pada objek pajak yang dikenakan. Tujuan utama akuntansi pajak adalah untuk memastikan kepatuhan akan peraturan pajak yang berlaku dan mengoptimalkan manfaat pajak yang diperoleh. Pada pajak daerah melibatkan pemahaman di tingkat lojak, pelaporan pendapatan pajak daerah, dan strategi perpajakan yang yang diterapkan oleh pemerintah daerah untuk memenuhi kebutuhan anggaran dan mendukung pemabngunan daerah yang bersangkutan. hal ini bertujuan untuk memastikan kepatuhan terhadap peraturan perpajakan dan optimalisasi penerimaan pajak daerah (Lamia et al., 2015).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dan data kualitatif yang didapatkan dari data sekunder dan data primer. penggunaan Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh secara langsung melalui dokumentasi, pengamatan, dan wawancara dengan pihak-pihak terkait yang mengetahui permasalahan yang diangkat oleh penulis.

Penelitian ini menggunakan objek penelitian efektivitas penerimaan pajak reklame. Tempat penelitiannya ada di Badan Keuangan Daerah Kota Tegal.

Penelitian ini menggunakan populasi data pendapatan pajak reklame untuk daerah Kota Tegal yang mana dengan sampel penelitiannya ialah data penerimaan pajak reklame yang didapatkan dari Badan Keuangan Daerah Kota Tegal dari tahun 2019-2022. (Johannes, 2020)

Teknik pengumpulan data yang digunakan yakni teknik penelitian kepustakaan (library research) dan dokumentasi ialah penelitian yang dilaksanakan berdasarkan bahan-bahan kepustakaan berupa tulisan-tulisan ilmiah,

artikel, jurnal, laporan-laporan penelitian ilmiah, majalah yang berhubungan dengan topik yang diteliti, berupa data Realisasi Penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) seluruh Kota Tegal. Periode 2019-2022.

Metode analisis deskriptif kuantitatif dipakai dalam penelitian ini, yang menyangkut perhitungan serta penyusunan data dalam tabel-tabel untuk menggambarkan karakteristik variabel, kelompok, atau tanda-tanda sosial yang terjadi dalam masyarakat. Hasil pengolahan data disediakan di lampiran, sementara penjelasan analisis mencakup kutipan dari makanan dengan deskripsi dalam bagian hasil dan pembahasan. (Martono, 2010:17)

Analisis kontribusi ialah alat analisis yang dimanfaatkan untuk menilai sejauh mana kontribusi yang bisa diberikan oleh penerimaan pajak reklame terhadap pendapatan daerah dan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Tegal. Dalam proses ini, dilakukan perbandingan antara realisasi penerimaan pajak reklame dengan penerimaan pajak daerah dan PAD. Rumus yang dipergunakan untuk mengukur kontribusi dapat dirincikan seperti yang dijelaskan oleh Mahmudi (2010:131).

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

Agar memahami besarnya kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah diuraikan pada ukuran:

**Tabel 2. Kriteria Kontribusi**

Kriteria Kontribusi	Persentase Kontribusi
Sangat Baik	Lebih 50%
Baik	40% - 50%
Cukup Baik	30% - 40%
Sedang	20% - 30%

Kurang	10% - 20%
Sangat Kurang	0% - 10%

Analisis Efektivitas berfokus pada mengukur keterkaitan antara realisasi penerimaan pajak reklame dan targetnya, ketika dihubungkan dengan pemungutan pajak reklame, efektivitas merujuk pada sejauh mana realisasi penerimaan berhasil memperoleh target yang seharusnya tercapai dalam periode tertentu. (Primandari & Dahlia, 2020a)

Rumus efektivitas yang dipakai untuk perhitungan antara lain (Mahmudi, 2010:131) :

$$\text{Efektivitas Pajak Reklame} = \frac{\text{Realisasi Penerimaan Pajak Reklame}}{\text{Target Penerimaan Pajak Reklame}} \times 100\%$$

Nilai efektivitas bisa dikelompokkan sebagai berikut:

**Tabel 3. Kriteria Efektivitas**

Kriteria Efektivitas	Persentase Efektivitas
Tidak Efektif	<60%
Kurang Efektif	60% - 80%
Cukup Efektif	80% - 90%
Efektif	90% - 100%
Sangat Efektif	>100%

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Efektivitas dan Kontribusi Pajak reklame terhadap Pendapatan asli daerah Kota Tegal

Hasil dari penelitian ini berhubungan dengan Efektivitas dan juga kontribusi pajak reklame dalam menyumbang pendapatan asli daerah di Kota Tegal. Adapun pemungutan pajak reklame di kota tegal sendiri sudah dapat disebut efektif karena target yang

ditetapkan cenderung tercapai. pajak daerah juga memberikan sumbangsih yang paling besar diantara indikator pendapatan asli daerah yang lainnya. Ini dapat terjadi karena jenis pajak daerah yang ditagihkan di Kota tegal juga terdapat banyak jenisnya seperti Pajak Bumi dan Bangunan, Pajak Restoran, Pajak hiburan, Pajak Hotel, Pajak Reklame, Pajak air tanah, dan BPHTB. Hasil dari pajak daerah tersebutlah yang kemudian akan ditagihkan kepada individu atau badan yang berhubungan langsung dengan objek pajak daerah. Regulasi pemungutan pajak daerah di kota tegal juga jelas yang mana semuanya berdasar pada peraturan perundang-undangan dan peraturan Wali Kota Tegal serta untuk pelaporan dan pendataannya berpusat di badan keuangan daerah kota tegal sebagai instansi yang bertanggung jawab untuk pendataan, penagihan dan pemeriksaan yang berkaitan dengan masing-masing pajak daerah yang ditagihkan.

**Tabel 1. Realisasi PAD Kota Tegal 2019-2022**

Tahun	Pendapatan Asli Daerah
2019	1.036.963.763.599,16
2020	226.580.982.102
2021	308.116.840.289
2022	340.054.963.233

*Sumber: Badan Pusat Statistik*

Tabel 1 menunjukkan bahwa pendapatan asli daerah kota tegal cenderung naik kecuali pada tahun 2019 ke 2020 memang terdapat penurunan pendapatan karena di tahun 2020 terdapat pandemi Covid-19 yang mengakibatkan penurunan pendapatan daerah yang cukup drastis, namun bisa diperhatikan pada tahun 2020-2021 pendapatan asli daerah kota tegal terus mengalami kenaikan dan bisa disimpulkan bahwa kota tegal berhasil untuk mengatasi dampak ekonomi yang ditimbulkan oleh covid-19. Pada tahun 2021 terdapat kenaikan pendapatan asli daerah sebesar

15,58% dan pada tahun 2022 terdapat kenaikan sebesar 10,37%.

**Tabel 2**

**Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Kota Tegal 2019-2022**

Tahun	Target Pajak Reklame	Realisasi Pajak Reklame
2019	4.400.000.000	5.214.117.600
2020	4.700.000.000	5.092.586.500
2021	6.583.000.000	7.096.106.000
2022	8.330.000.000	7.842.758.000

*Sumber: Badan Keuangan Daerah Kota Tegal (2023)*

Tabel 2 mengindikasikan bahwa penerimaan pajak reklame setiap tahunnya terjadi peningkatan dan target yang ditetapkan hampir selalu tercapai, namun pada tahun 2022 target yang ditetapkan untuk pajak reklame tidak tercapai. Hal ini karena berhubungan dengan penetapan APBD yang mana setiap tahunnya pasti mengalami peningkatan, dan pajak reklame sendiri termasuk dalam indikator dana yang berkontribusi pada penyusunan APBD. Perubahan penyusunan APBD inilah yang mengakibatkan perubahan penetapan target pada pajak reklame, sehingga dengan melihat pencapaian pajak reklame dari tahun ketahun yang selalu mencapai target sehingga di tahun 2022 target dinaikan, nemun realisasinya target tersebut tidak tercapai. Tetapi, jika dilihat dari penerimaan yang diperoleh di tahun 2021 sebesar 7.096.106.000 dan di tahun 2022 sebesar 7.842.758.000 tetap lebih besar dibandingkan realisasi penerimaan pajak reklame di tahun 2021.

**Tabel 3**  
**Tingkat Efektivitas Pajak Reklame Kota Tegal 2019-2022**

Tahun	Target Pajak Reklam e	Realisasi Pajak Reklam e	Efektivitas (%)	Keterangan
2019	4.400.000	5.214.117	118,5	Sangat efektif
2020	4.700.000	5.092.586	108,3	Sangat efektif
2021	6.583.000	7.096.106	107,8	Sangat efektif
2022	8.330.000	7.842.758	94,15	efektif

*Sumber: Badan Keuangan Daerah Kota Tegal (2023)*

Tabel 3 mengindikasikan bahwa tingkat efektivitas pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah Kota Tegal tahun 2019-2021 menunjukkan hasil yang sangat efektif karena presentase yang dihasilkan diatas 100%, adapun di tahun 2022 mendapatkan hasil efektif hal ini karena pada tahun 2022 terjadi peningkatan target pajak reklame sebesar 1.747.000.000 yang tidak dibarengi dengan suksesnya penagihan pajak reklame yang dalam hal ini disebabkan dengan banyaknya reklame baru yang tidak terdaftar di badan keuangan daerah kota tegal, dan banyaknya reklame lama yang ternyata telah dilakukan pelepasan pemasangan. Namun untuk tingkat efektivitas pajak reklame di kota tegal sendiri sudah sangat efektif karena nilai rata-rata yang ditunjukkan dalam periode tahun 2019-2022 menunjukkan nilai rata-rata sejumlah 107,2%.



**Tabel 4**  
**Tingkat Kontribusi Pajak Reklame**  
**Kota Tegal 2019-2022**

Tahun	Realisasi Pajak Reklame	Pendapatan Asli Daerah	Kontribusi (%)
2019	5.214.117.600	1.036.963.763.599,16	0,005
2020	5.092.586.500	226.580.982.102	0,02
2021	7.096.106.000	308.116.840.289	0,02
2022	7.842.758.000	340.054.963.233	0,02

*Sumber: Badan Keuangan Daerah Kota Tegal (2023)*

Tabel 4 menunjukkan bahwa pada tahun 2019 kontribusi pajak reklame terhadap penerimaan asli daerah menunjukkan presentase yang paling rendah karena tingkat pendapatan asli daerah pada tahun 2019 sangat tinggi yaitu sebesar 1.036.963.763.599,16 dan realisasinya sebesar 5.214.117.600 sehingga kontribusi yang diberikan sebesar 0,005 %, adapun jumlah kontribusi yang diberikan oleh pajak reklame pada tahun 2020-2022 sama yaitu sebesar 0,02%.

#### **KESIMPULAN (CONCLUSION)**

Hasil riset membuktikan bahwasanya penerimaan Pajak Reklame di tahun 2019-2022 telah terbukti sangat efektif, dengan tingkat efektivitas rata-rata mencapai 107,2%. Pada tahun 2019, tingkat efektivitas puncaknya mencapai 118,5%. Kinerja yang tinggi ini disebabkan oleh pelaksanaan kebijakan Pemerintah Daerah yang bagus serta proses pemungutan pajak reklame yang efektif. Namun, di tahun 2022, tingkat efektivitas menurun menjadi 94,5% akibat penurunan target penerimaan pajak reklame yang diakibatkan oleh

kebijakan penataan dan penertiban reklame di Kota Tegal. Meskipun demikian, partisipasi penerimaan pajak reklame masih rendah, dibawah 10% dengan presentase 0,01625%, karena kesadaran masyarakat terhadap pajak reklame dinilai masih kurang. Sehingga dapat disimpulkan bahwasanya pajak reklame tidak berkontribusi terhadap PAD dikarenakan realisasi pajak reklame sendiri tidak cukup untuk menjadi indikator utama penyumbang pendapatan asli daerah, akan tetapi jika realisasi pajak reklame digabungkan dengan realisasi pajak daerah secara keseluruhan maka realisasi pajak daerah tentunya ikut berkontribusi dalam pendapatan asli daerah Kota Tegal.

#### **DAFTAR PUSTAKA (References)**

- Goni, D., Kawatu, F., & Tangkau, J. (2022). ANALISIS KESADARAN KEWAJIBAN PERPAJAKAN PADA SEKTOR USAHA KECIL DAN MENENGAH ( UKM ) KOTA BITUNG. *JAIM*, 3(1), 56–66.
- Johannes, I. (2020). Journal of Economics and. *Journal of Economics and Social Research*, 21(1), 65–75.
- Kumala, R. (2019). Analisis efektifitas pajak reklame dalam meningkatkan penerimaan pajak daerah di kota bekasi. *Jurnal Reformasi Administrasi*, 6(1), 38–41.
- Lamia, A. A., Saerang, D. P. E., & Wokas, H. R. (2015). ANALISIS EFEKTIFITAS DAN KONTRIBUSI PEMUNGUTAN THE ANALYSIS OF EFFECTIVENESS AND CONTRIBUTION RECEIPTS TAX RESTAURANT , ADVERTISING TAX AND STREET LIGHTING LEVY DISTRICT. *BERKALA ILMIAH*, 15(05), 788–799.
- Mutiara, P., Fauziah, I. N., & Fajar, C. M. (2022). Analisis kontribusi pajak reklame dan pajak hiburan. *FINANCIA*, 3(2).
- Natalia, I., Kusumaningtyas, K., Surabaya,

- U., & Surabaya, U. (2022). Efektivitas dan kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah. *JAK*, 17(November), 120–126.
- Prasetyaningtyas, V. A., & Ratnawati, D. (2022). Pengaruh Pajak Restoran, Pajak Hotel Dan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah (Pad) Pemerintah Kabupaten/Kota Di .... *Jurnal Ilmiah Manajemen ...*, 6(2), 42–57.
- Primandari, N. R., & Dahlia, E. (2020a). Kontribusi dan efektivitas pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah di Kabupaten Ogan Komering Ulu periode tahun 2013 – 2017. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Manajemen*, 1(2), 123–134. <https://doi.org/10.35912/jakman.v1i2.12>
- Primandari, N. R., & Dahlia, E. (2020b). Kontribusi dan efektivitas pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah di Kabupaten Ogan Komering Ulu periode tahun 2013 – 2017 ( Contribution and effectiveness of reclame tax on local original revenue in Ogan Komering Ulu Regency in 2013 – 2017 ). *JAKMAN*, 1(2), 123–134.
- Sihombing, H., & Tambunan, B. H. (2020). PENGARUH PENERIMAAN PAJAK HIBURAN DAN PAJAK REKLAME TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH. *Journal of Economics and Business*, 01(02), 65–75.
- Sugiarto, A., & Matitaputti, S. J. (2022). NILAI SEWA REKLAME, REALITA PASAR DAN KELAYAKAN INVESTASINYA (STUDI KASUS PADA 3 TITIK PAPAN REKLAME DI KOTA SEMARANG). *AMONG MAKARTI*, 15(3), 354–363.
- Sukmawati, M., Ishak, J. F., & Kunci, K. (2018). Pengaruh Kontribusi Pajak Reklame dan Pajak Restoran terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Bandung. *POLBAN*, 1(1), 1056–1068.