



## Analisis Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame di Kabupaten Garut

Fauzi Rachman Sopandi<sup>1</sup>; Muslim Al Kautsar<sup>2</sup>; Acep Abdul Basit<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Universitas Garut

[24022115174@fekon.uniga.ac.id](mailto:24022115174@fekon.uniga.ac.id)

<sup>2</sup> Universitas Garut

[malkautsar@uniga.ac.id](mailto:malkautsar@uniga.ac.id)

<sup>3</sup> Universitas Garut

[acep.basit@uniga.ac.id](mailto:acep.basit@uniga.ac.id)

### Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah pemungutan pajak reklame di Kabupaten Garut sudah berjalan efektif atau tidak. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan yang terdiri dari dokumentasi dan wawancara. Sedangkan teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa prosedur yang dilakukan oleh Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Garut dalam menetapkan sistem pemungutan pajak reklame dilakukan menurut Peraturan Daerah No. 1 Tahun 2016 menerapkan *official assessment system*, besarnya pajak yang dilunasi atau pajak terutang oleh wajib pajak ditentukan oleh fiskus. Efektivitas penerimaan pajak reklame pada tahun 2014 adalah 111%, pada tahun 2018 Efektivitas penerimaan pajak reklame yang tertinggi dengan tingkat efektivitas pajak reklame sebesar 116% dan kriteria sangat efektif. Selanjutnya pada tahun 2016 mengalami penurunan sebesar 7% menjadi 105% dan kriteria sangat efektif. Pada tahun 2017 mengalami penurunan yang tinggi sebesar 9% menjadi 96% dan kriteria efektif. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa bahwa rata-rata efektivitas penerimaan pajak reklame Kabupaten Garut tahun 2014-2018 sebesar 108% masuk kategori sangat efektif.

**Kata Kunci:** Efektivitas, Pajak Reklame, Pemungutan Pajak.

### Abstract

*The purpose of this study was to determine whether advertisement tax harvesting in garut had been effective or not. The research methodology on this study is descriptive method with a qualitative approach. The data collection techniques use the library research and field research consists of documentation and interview. And the data processing techniques use data reduction, data presentation and conclusion drawing. The result showed that the procedure carried out by the garut regional revenue agency in establishing the advertisement tax collection system was carried out according to local regulation number 1 of 2016 implementing an official assessment system, the amount of tax paid or tax payable by taxpayers was determined by the tax authorities. Effectiveness of advertisement tax revenue in 2014*

*was 111%, in 2018 the highest effectiveness of advertisement tax revenue with an effectiveness level of 116 %, and very effective criteria. Then in 2016 decreased by 105 % and the criteria are very effective. In 2017 experienced a high decrease of 9% to 96% and effective criteria. Thus it can be concluded that the average effectiveness of tax revenue in garut from 2014-2018 was 108 % in the very effective category.*

**Keywords:** *Effectiveness, Tax Advertising, Tax Collection.*

## 1 Pendahuluan

Pajak merupakan suatu iuran wajib yang dibayar oleh rakyat kepada pemerintah yang sifatnya dapat dipaksakan dan tanpa mendapat balas jasa. Pajak merupakan sumber penerimaan negara yang digunakan untuk melaksanakan pembangunan nasional. Pembangunan nasional adalah kegiatan yang berlangsung secara terus-menerus dan berkesinambungan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat baik materil maupun spiritual. Untuk dapat merealisasikan tujuan tersebut perlu banyak memperhatikan masalah pembiayaan pembangunan. Salah satu usaha untuk mewujudkan kemandirian suatu bangsa atau negara dalam pembiayaan pembangunan yaitu menggali sumber dana yang berasal dari dalam negeri berupa pajak. Pajak digunakan untuk membiayai pembangunan yang berguna bagi kepentingan bersama (Waluyo, 2017).

Sebagai sumber penerimaan negara yang sangat potensial, sektor pajak merupakan pilihan yang sangat tepat, selain karena jumlahnya yang relatif stabil juga merupakan cerminan partisipasi aktif masyarakat dalam membiayai pembangunan. Jenis pungutan di Indonesia terdiri dari Pajak Pusat, Pajak Daerah, Retribusi Daerah, Bea dan Cukai, penerimaan Negara Bukan Pajak. Salah satu pos pendapatan Asli Daerah (PAD) dalam Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD) adalah Pajak Daerah. Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 1 Daerah Otonom, yang selanjutnya disebut Daerah, adalah kesatuan masyarakat hukum yang mempunyai batas-batas wilayah yang berwenang mengatur dan mengurus urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat menurut prakarsa sendiri berdasarkan aspirasi masyarakat dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Sedangkan yang disebut dengan Otonomi Daerah menurut Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 adalah hak, wewenang, serta kewajiban daerah otonom untuk mengatur serta mengurus sendiri urusan pemerintah dan kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Maka untuk memaksimalkan otonomi daerah tersebut suatu pemerintahan harus lebih meningkatkan pengelolaan keuangannya yang bersumber dari Pendapatan Asli Daerah (PAD). Kota Garut merupakan salah satu daerah yang diberi hak otonomi daerah untuk mengatur rumah tangganya sendiri guna melaksanakan pembangunan.

Salah satu pajak yang dapat dipungut oleh pemerintah daerah (Kabupaten/Kota) adalah Pajak Reklame. Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Pengenaan pajak reklame tidak mutlak ada pada seluruh daerah kabupaten atau kota yang ada di Indonesia. Hal ini berkaitan dengan kewenangan yang diberikan kepada pemerintah kabupaten atau kota untuk mengenakan atau tidak mengenakan suatu jenis pajak kabupaten/kota. Untuk dapat dipungut pada suatu daerah kabupaten atau kota, pemerintah daerah harus terlebih dahulu menerbitkan peraturan daerah tentang Pajak Reklame yang akan menjadi landasan hukum operasional dalam teknis pelaksanaan pengenaan dan pemungutan Pajak Reklame di daerah kabupaten atau kota yang bersangkutan (Marihot P. Siahaan, 2005).

Kota Garut dilihat dari luasnya termasuk wilayah yang sempit dan terbatas, akan tetapi tidak menghentikan masyarakat untuk datang ke kota Garut, karena kota Garut merupakan daerah kawasan wisata, selain itu juga kota Garut mempunyai tingkat perekonomian yang semakin berkembang dibandingkan dengan daerah-daerah yang lain di Indonesia. Adanya peningkatan pada sektor industri, perdagangan dan jasa yang disebabkan oleh fasilitas tersebut maka wadah untuk pemasaran produk pun semakin banyak dibutuhkan, tidak hanya lewat media cetak, media elektronik juga semakin marak dibutuhkan.

Lahirnya media baik cetak maupun elektronik, digunakan sebagai modal besar untuk para pengguna sektor perdagangan, salah satu yang paling diminati adalah pemasaran lewat media reklame. Apalagi sekarang ini lagi marak pemasangan papan Reklame dimana-mana disebabkan oleh pemilihan umum serentak di seluruh daerah Indonesia tak terkecuali kota Garut. Dikutip dari Antarajabar.com, Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Kabupaten Garut, Jawa Barat, menyatakan bahwa sejumlah reklame maupun spanduk dan media promosi komersial lainnya yang menampilkan bakal calon legislatif adalah ilegal, karena tidak membayar pajak sesuai ketentuan yang berlaku.

Menurut kepala Bapenda Garut, Basuki Eko mengatakan sebagian belum (bayar pajak), lebih banyak yang belum, mereka yang belum membayar pajak kemungkinan karena ketidaktahuan peraturan pajak untuk media promosi. kebanyakan belum memahami, belum tahu tentang pajak reklame, makanya kami berusaha mensosialisasikan pajak tersebut. Ia menambahkan meskipun sudah membayar pajak promosi ataupun reklame, pemasangannya harus tetap memenuhi unsur estetika seperti harus memperhatikan keindahan kota. Laporan kinerja instansi pemerintah (LKIP), menyampaikan pencapaian pajak reklame di Kabupaten Garut pada tahun 2017 mencapai Rp. 3.565.823.805,00 dimana pencapaian realisasi penerimaan pajak reklame tersebut kurang dari target yaitu sebesar Rp. 3.700.000.000,00. Beberapa hal yang menyebabkan, masih banyaknya wp yang tidak melakukan pendaftaran di Bapenda, dari pengawasan kegiatan sehubungan dengan keterbatasan petugas teknis dan wilayah kerja yang luas menyebabkan kurang menyeluruh dan maksimal, itu terlihat dari ada beberapa reklame liar maupun reklame yang tidak memperpanjang masa izinnnya, oleh sebab itu pemungutan reklame tahun tersebut kurang optimal dan menyebabkan target pajak reklame tahun 2017 tidak tercapai.

Media reklame dianggap sebagai alternatif pemasaran yang menguntungkan dan efektif. Reklame dianggap mampu menarik calon konsumen maupun calon pemilih karena reklame bisa diakses oleh semua pihak. Hal ini menjadikan reklame sebagai salah satu potensi dan perlu untuk diperhatikan oleh pemerintah, baik dalam hal pemberian aturan dan tarif pemasangan reklame yang diatur oleh undang-undang maupun peraturan daerah.

## **2 Tinjauan Pustaka**

### **2.1 Pemungutan**

Menurut undang-undang Nomor 18 tahun 1997 pasal 1, Pemungutan adalah suatu rangkaian kegiatan mulai dari penghimpunan data objek subjek pajak retribusi, penetapan besarnya pajak atau retribusi yang tertuang sampai kegiatan penagihan pajak atau retribusi wajib pajak atau retribusi serta pengawasan atau penyeteroran.

## 2.2 Pengawasan

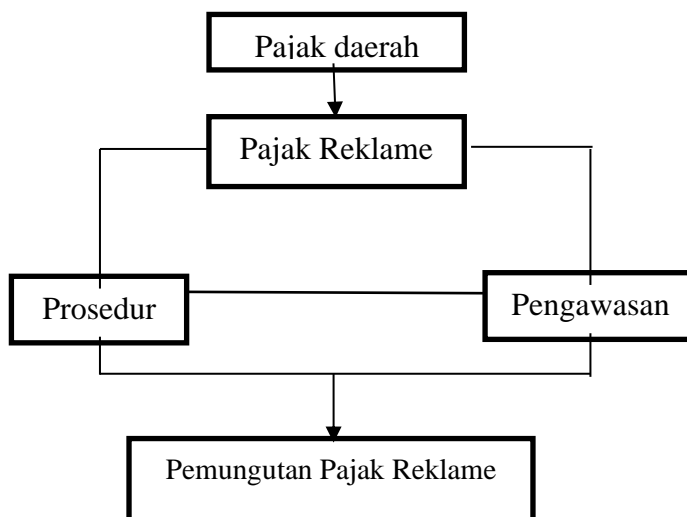
Menurut Sondang P Siagian (2005) Pengawasan merupakan proses pengamatan dari seluruh kegiatan organisasi guna lebih menjamin bahwa pekerjaan yang sedang dilakukan sesuai dengan rencana yang telah ditentukan sebelumnya. Selain itu juga merupakan usaha sadar dan sistemik untuk lebih menjamin bahwa semua tindakan operasional yang diambil dalam organisasi benar-benar sesuai dengan rencana yang telah ditentukan sebelumnya.

## 2.3 Efektivitas

Menurut Mahmudi (2010), Efektivitas merupakan hubungan antara keluaran dengan tujuan atau sasaran yang harus dicapai. Dikatakan efektif apabila proses kegiatan mencapai tujuan dan sasaran akhir kebijakan. Dapat diartikan Efektivitas pajak penerangan jalan merupakan hubungan antara realisasi penerimaan terhadap target penerimaan pajak penerangan jalan yang memungkinkan apakah besarnya pajak yang diterima sesuai dengan target yang ada.

## 2.4 Pajak Reklame

Menurut Peraturan Daerah Kabupaten Garut Nomor 1 Tahun 2016 tentang Reklame, Pajak Reklame adalah pungutan daerah atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan suatu barang, jasa atau orang, ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau yang dapat dilihat, dibaca, dan atau didengar dari suatu tempat oleh umum, kecuali yang dilakukan oleh pemerintah.



Gambar 1: Paradigma penelitian

## 3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yaitu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan lebih luas. Data primer digunakan

untuk mengetahui profil reklame di BAPENDA Kabupaten Garut. Data lain yang digunakan adalah data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung. Dalam hal ini dari dinas-dinas atau instansi pemerintah. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini guna mencapai tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana prosedur pemungutan pajak reklame di kabupaten garut dan untuk mengetahui efektivitas pemungutan pajak reklame. Teknik pengolahan data yang digunakan untuk membahas masalah dalam penelitian ini yaitu dengan metode analisis kualitatif.

#### 4 Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berikut ini merupakan analisis prosedur pemungutan pajak reklame:



Gambar 2: Prosedur pemungutan pajak reklame

Pengawasan reklame di Kabupaten Garut dilakukan oleh Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Kabupaten Garut. Badan Pendapatan Daerah berperan sebagai pengawas utama dalam hal pengawasan karena mempunyai wewenang mengawasi penyelenggaraan reklame tersebut agar tetap sesuai dengan prosedur yang berlaku, berikut ini penjabaran dalam setiap prosesnya:

##### 1. Standar pengawasan

Dalam setiap pelaksanaan pengawasan dibutuhkan suatu standar yang disepakati untuk digunakan sebagai sumber acuan dalam penilaian sesuatu yang akan diawasi. Alat penilai atau standar itu harus ditetapkan terlebih dahulu sebelum pelaksanaan suatu kegiatan penilaian. Dalam hal ini, menyangkut pemasangan reklame di Garut, Badan Pendapatan Daerah dan Dinas Ketertiban Kota Garut berpedoman pada Peraturan Daerah Nomor 1 tahun 2016 dan Peraturan Daerah Bupati Garut Nomor 79 Tahun 2017.

##### 2. Penilaian penyelenggaraan reklame

Penilaian penyelenggaraan reklame dilakukan oleh Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Garut yang dibantu oleh SatPol PP. Penilaian tersebut adalah sebagai proses tindak lanjut dari adanya standar yang telah ditetapkan untuk pengawasan penyelenggaraan reklame yang berpedoman pada Peraturan Daerah Bupati No 79 Tahun 2017. Dalam proses ini, hal yang dilakukan adalah mengukur ketercapaian penyelenggaraan reklame dari pihak penyelenggara (wajib pajak) yang dibandingkan dengan standar yang ada apakah sudah sesuai dengan ketentuan atau belum.

##### 3. Perbaikan penyelenggaraan reklame

Setelah proses penilaian berupa pengawasan dan pengecekan langsung ke lapangan oleh Badan Pendapatan Daerah beserta SatPol PP Kota Garut, maka tahap selanjutnya adalah melaksanakan penertiban terhadap reklame-reklame yang telah menyalahi peraturan yang berlaku. Peraturan yang dimaksud adalah Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2016 dan Peraturan Daerah Bupati

Nomor 79 tahun 2017. Pada kedua peraturan tersebut dijelaskan mengenai mekanisme penertiban berupa pencabutan izin penyelenggaraan reklame, penindakan, hingga proses pembongkaran.

Tabel 1: Hasil analisis efektivitas pemungutan pajak reklame

Tahun	Target Penerimaan Pajak Reklame	Realisasi Penerimaan Pajak Reklame	Rasio Efektivitas	Keterangan
2014	Rp 2.500.000.000	Rp 2.785.624.413	111%	Sangat Efektif
2015	Rp 3.010.000.000	Rp 3.378.260.602	112%	Sangat Efektif
2016	Rp 3.430.000.000	Rp 3.604.299.409	105%	Sangat Efektif
2017	Rp 3.700.000.000	Rp 3.565.823.805	96%	Efektif
2018	Rp 3.950.000.000	Rp 4.564.004.815	116%	Sangat Efektif
<b>Rata-rata</b>			108%	Sangat Efektif

Berdasarkan tabel 1 diatas, dapat dilihat bahwa tingkat perbandingan efektifitas dari penerimaan pajak reklame Kota Garut mengalami fluktuasi Pada tahun 2014-2018.

1. Pada tahun 2014 Realisasi Penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Garut sebesar Rp. 2.785.624.413 dan target yang ditetapkan adalah sebesar Rp. 2.500.000.000. Adapun tingkat Efektivitas pemungutan Pajak Reklame dari target yang ditetapkan sebesar 111%, pemungutan Pajak Reklame yang dilakukan oleh Bapenda Kota Garut masuk kategori sangat efektif, Hal ini dikarenakan penerapan aturan daerah yang sudah terealisasi secara keseluruhan kepada oknum-oknum pajak dan juga sosialisasi mengenai pajak juga terlaksana.

2. Kemudian pada tahun 2015 Realisasi Penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Garut mengalami kenaikan sebesar Rp. 3.378.260.602 dan target yang ditetapkan adalah sebesar Rp. 3.010.000.000. Adapun tingkat Efektivitas pemungutan Pajak Reklame dari target yang ditetapkan sebesar 112%, pemungutan Pajak Reklame yang dilakukan oleh Bapenda Kabupaten Garut masuk kategori sangat efektif. Hal ini terjadi karena target yang di tetap oleh pemerintah untuk membayar pajak reklame tidak terlalu tinggi sehingga para wajib pajak sadar akan kewajibannya untuk membayar pajak dan tercapai efektifitas pajak reklame.

3. Pada tahun 2016 Realisasi Penerimaan Pajak Reklame di Garut sebesar Rp. 3.604.299.409 dan target yang ditetapkan adalah sebesar Rp. 3.430.000.000. Adapun tingkat Efektivitas pemungutan Pajak Reklame dari target yang ditetapkan sebesar 105%, Hal ini disebabkan karena pemungutan Pajak Reklame yang dilakukan oleh Bapenda Kota Garut masuk kategori sangat efektif, karena di atas kriteria 100%.

4. Pada tahun 2017 Realisasi Penerimaan Pajak Reklame di Garut sebesar Rp. 3.565.823.805 dan target yang ditetapkan adalah sebesar Rp. 3.700.000.000. Adapun tingkat Efektivitas pemungutan Pajak Reklame dari target yang ditetapkan sebesar 96%, pemungutan Pajak Reklame yang dilakukan oleh Bapenda Kota Garut masuk kategori efektif. Hal ini disebabkan karena pemungutan Pajak Reklame yang dilakukan oleh Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Garut masuk kategori efektif.

5. Pada tahun 2018 Realisasi Penerimaan Pajak Reklame di Garut sebesar Rp. 4.564.004.815 dan target yang ditetapkan adalah sebesar Rp. 3.950.000.000. Adapun tingkat Efektivitas pemungutan Pajak Reklame dari target yang ditetapkan sebesar 116%, pemungutan Pajak Reklame yang dilakukan oleh Bapenda Kota Garut masuk kategori sangat efektif, Hal ini juga dikarenakan penerapan aturan daerah yang sudah terealisasi secara keseluruhan kepada oknum-oknum pajak dan juga sosialisasi mengenai pajak juga terlaksana.

## 5 Simpulan dan Saran

Berdasarkan hasil pengumpulan data dan analisis data diperoleh kesimpulan bahwa:

1. Prosedur yang telah dilakukan oleh Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Garut dalam menetapkan sistem pemungutan pajak reklame dilakukan dengan menerapkan sistem *Official Assessment System*. Prosedur pemungutan pajak reklame pada Bapenda Kabupaten Garut dimulai dari pendaftaran objek pajak, penetapan, pembayaran sampai dengan penagihan. Namun, masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui mengenai peraturan pajak reklame karena kurangnya sosialisasi dari Bapenda kabupaten Garut.
2. Efektivitas pemungutan pajak reklame Kabupaten Garut di tahun 2014-2018 telah mencapai target di atas 50% yang ditetapkan dengan target setiap tahunnya yang selalu mencapai target, walaupun kenaikan realisasinya setiap tahun tidak terlalu signifikan. Pada tahun 2017 realisasi penerimaan pajak reklame justru mengalami penurunan dari target yang telah ditetapkan. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa rata-rata efektivitas penerimaan pajak reklame Kabupaten Garut tahun 2014-2018 masuk kategori efektif.

Berdasarkan kesimpulan di atas maka diberikan saran agar:

1. Melakukan pelatihan bagi petugas pajak untuk mendorong pelayanan pajak yang lebih baik melalui sistem pemungutan *Official Assessment System*.
2. Untuk menambah pengetahuan masyarakat terhadap pajak reklame maka perlu ditingkatkan lagi sosialisasinya. Baik itu melalui radio, televisi, koran dan lain-lain.
3. Meningkatkan pengawasan di lapangan karena masih banyak reklame liar, tidak semua berniat untuk menghindari pajak tetapi sebagian ada pula yang tidak tahu akan pengenaan pajak reklame.
4. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan variabel bebas yang lebih spesifik terkait pajak reklame dan menggunakan metode analisis selain analisis deskriptif agar memperoleh hasil yang lebih baik.

## Daftar Pustaka

- Mahmudi, (2010). *Manajemen Kinerja Sektor Publik*. Yogyakarta. UPP STIM YKPN.
- M. Manullang, (2005). *Dasar-Dasar Manajemen*. Gadjah Mada University Press P.O.BOX 14, Bulaksumur, Yogyakarta.
- Marihot P. Siahaan, S.E., (2005). *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. Bandung: PT Raja Grafindo Persada.
- Pajak Reklame menurut Peraturan Daerah Kabupaten Garut No 1 Tahun 2016 tentang Pajak Daerah, pasal 9 dan pasal 34.
- Peraturan Menteri Dalam Negeri nomor 13 tahun 2006 tentang Pedoman Pengelolaan Keuangan Daerah.
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 21 Tahun 2011 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 13 tahun 2006 tentang Pedoman Pengelolaan Keuangan Daerah
- Prosedur Pemungutan Pajak menurut Peraturan Daerah Kabupaten Garut No1 Tahun 2016 tentang Pajak Daerah, pasal 69 sampai 75.
- Siagian P. Sondang, 2005. *Fungsi-fungsi manajemen*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 tentang perubahan keempat atas Undang-Undang Nomor 6 tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan.
- Undang-Undang No. 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
- Undang-Undang no. 18 tahun 1997 tentang pajak daerah dan retribusi daerah.

Undang-Undang no. 32 tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah.  
Undang-Undang No. 34 Tahun 2000 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.  
Waluyo, (2017). *Perpajakan Indonesia (edisi 12)*. Jakarta. Salemba Empat.