

**KONTRIBUSI PAJAK REKLAME TERHADAP
PENDAPATAN ASLI DAERAH KABUPATEN KUDUS**

Oleh :

Dhani Kurniawan*)

Abstraksi

Pembangunan adalah suatu proses kegiatan yang dilakukan dalam rangka pengembangan atau mengadakan perubahan-perubahan ke arah keadaan yang lebih baik. Dalam membiayai pembangunan tersebut salah satu upaya Pemerintah Daerah adalah menyerap dari sektor pajak.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa potensi pajak reklame sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah sangat potensial, hal ini bisa dilihat dalam daftar penerimaan pajak reklame yang setiap tahunnya selalu mengalami kenaikan. Pajak reklame bersifat elastis terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), dari hasil perhitungan elastisitas pajak reklame terhadap PDRB adalah $E > 1$. Pajak reklame bersifat elastis terhadap jumlah penduduk, karena menurut perhitungan elastisitasnya pajak reklame terhadap jumlah penduduk diperoleh $E > 1$. Pajak reklame elastis terhadap laju inflasi, karena dari hasil perhitungan diperoleh $E > 1$. Sedangkan kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah walaupun masih kecil yang rata-ratanya 0,97% akan tetapi cukup berarti dalam pembiayaan penyelenggaraan pemerintah.

Keywords : Pajak Reklame, Pendapatan Asli Daerah

1. Latar Belakang

Pembangunan adalah suatu proses kegiatan yang dilakukan dalam rangka pengembangan atau mengadakan perubahan-perubahan kearah keadaan yang lebih baik. Pembangunan yang ingin dicapai bangsa Indonesia adalah mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur yang merata baik materiil maupun spiritual berdasarkan Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945. Demi tercapainya pembangunan nasional, maka penyusunan program pembangunan tersebut mengikuti suatu pola atau tatanan yang telah ditentukan di dalam pemerintah negara Indonesia.

Dalam membiayai pembangunan salah satu upaya pemerintah daerah adalah menyerap dari sektor pajak dan retribusi, meskipun tidak kalah pentingnya pemasukan dari berbagai sektor pendapatan yang lain.

Upaya peningkatan Pendapatan Asli Daerah dapat dilakukan dengan cara peningkatan terhadap sumber daya yang sudah ada, dalam hal ini adalah pajak daerah. Pajak diartikan sebagai pungutan yang dilakukan oleh Pemerintah berdasarkan Peraturan Perundang-undangan yang hasilnya digunakan untuk pembiayaan pengeluaran umum pemerintah yang balas jasanya tidak secara langsung diberikan pada pembayaran sedangkan pelaksanaannya dimana perlu dapat dipaksakan (Usman dan Subroto, 1980:46).

2. Permasalahan

Berdasarkan beberapa hal sebagaimana yang telah diuraikan, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Seberapa besar Potensi pajak reklame yang dapat diraih Kabupaten Kudus sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah?
2. Seberapa besar kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Kudus?
3. Faktor penghambat apa saja yang dihadapi serta solusi yang ditempuh oleh Pemerintah Daerah Kudus dalam meningkatkan Pajak Reklame?
4. Faktor pendukung apa saja yang dimiliki oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Kudus dalam meningkatkan Pajak Reklame?

3. Tujuan Penelitian

Sebagaimana permasalahan yang penulis kemukakan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis tentang:

1. Potensi pajak reklame yang dimiliki Kabupaten Kudus sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah.
2. Kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Kudus.
3. Faktor penghambat dan upaya apa yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah dalam meningkatkan Pajak Reklame.
4. Faktor pendukung apa saja yang dimiliki oleh Pemerintah Daerah dalam meningkatkan Pajak Reklame.

4. Tinjauan Pustaka

Berdasarkan Undang-undang No. 25 Tahun 1999 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah dijelaskan bahwa untuk membiayai pembangunan di daerah, penerimaannya bersumber dari : Pendapatan Asli Daerah (Pajak, Retribusi, Hasil perusahaan milik daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan dan lain-lain pendapatan daerah

yang sah). Pemerintah daerah melakukan upaya maksimal dalam pengumpulan pajak-pajak dan retribusi daerah. Besarnya penerimaan daerah dari sektor Pendapatan Asli Daerah (PAD) akan sangat membantu pemerintah dalam melaksanakan kegiatan pembangunan di daerah serta dapat mengurangi ketergantungan pemerintah daerah terhadap pemerintah pusat sesuai dengan harapan yang diinginkan dalam otonomi daerah.

Tentang pengertian pajak, ada beberapa pendapat dari para ahli antara lain menurut Rochmad Soemitro, menyatakan sebagai berikut : " Pajak adalah iuran kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat cara timbal (kontra prestasi), yang langsung dapat ditunjukan dan di gunakan untuk membayar pengeluaran umum" (Mardiasmo, 2003:1).

Fungsi pajak menurut Mardiasmo (2003:1) adalah :

- a. **Fungsi Budgetair** Dalam fungsi budgetair ini pemungutan pajak bertujuan untuk memasukkan uang sebanyak-banyaknya ke dalam kas negara yang pada waktunya akan digunakan oleh pemerintah untuk membiayai pengeluaran negara baik untuk pengeluaran rutin dalam melaksanakan mekanisme pemerintahan maupun pengeluaran untuk membiayai pembangunan.
- b. **Fungsi Mengatur** Pada lapangan perekonomian, pengaturan pajak memberikan dorongan kepada pengusaha untuk memperbesar produksinya, dapat juga memberikan keringanan atau pembesaran pajak pada para penabung dengan maksud menarik uang dari masyarakat dan menyalurkannya antara lain ke sektor produktif. Dengan adanya industri baru maka dapat menampung tenaga kerja yang lebih banyak, sehingga

pengangguran berkurang dan pemerataan pendapatan akan dapat terlaksana untuk mencapai keadilan sosial ekonomi dalam masyarakat

Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial. Dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan 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.

5. Metode Penelitian

Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pajak Reklame

Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial.

Dengan indikatornya yang terdiri dari: (a) Reklame Megatron, (b) Reklame papan/ Billboard, (c) Reklame melekat/ stiker/ poster, (d) Reklame Selebaran, (e) Reklame kain, (f) Reklame berjalan, (g) Reklame kendaraan, (h) Reklame udara, (i) Reklame suara, (j) Reklame Film/Slide, (k) Reklame peragaan.

2. Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Pendapatan Asli Daerah adalah penerimaan yang diperoleh dari sumber-sumber dari wilayahnya sendiri

dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan Peraturan Perundang-undangan yang berlaku.

Untuk mengetahui perumusan masalah yang dituangkan dimuka dapat dianalisis secara deskriptif kuantitatif dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Mengetahui potensi pajak reklame di Kabupaten Kudus.

Untuk mengetahui potensi pajak reklame terlebih dahulu harus diketahui seberapa besar penerimaan pendapatan pajak reklame. Sedangkan untuk mengetahui hubungan antara pajak reklame dengan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), Jumlah Penduduk dan Laju Infasi alat analisis yang digunakan adalah Elastisitas (Boediono, 2002 : 31). Dimana :

$$E = \frac{\% \text{ Pertumbuhan Pajak Reklame}}{\% \text{ Pertumbuhan PDRB}}$$

$$E = \frac{\% \text{ Pertumbuhan Pajak Reklame}}{\% \text{ Pertumbuhan Jumlah Penduduk}}$$

$$E = \frac{\% \text{ Pertumbuhan Pajak Reklame}}{\% \text{ Inflasi}}$$

Dalam perhitungan dengan menggunakan rumus elastisitas tersebut akan dikemukakan 3 (tiga) kemungkinan perhitungan yaitu:

a. $E > 1$ = Elastis

Artinya apabila PDRB, Jumlah penduduk dan Laju Inflasi mengalami perubahan (kenaikan) sebesar 1%, maka akan di ikuti oleh perubahan pendapatan dari pajak reklame sebesar x %.

b. $E = 1$ = Unitary elasticity

Artinya jika PDRB, Jumlah penduduk dan Laju Inflasi mengalami perubahan sebesar 1%, maka akan diikuti sama oleh perubahan pendapatan dari pajak reklame sebesar x%.

c. $E < 1$ = In Elastis

Artinya apabila PDRB, Jumlah Penduduk dan Laju Inflasi mengalami perubahan (penurunan) sebesar 1%, maka akan diikuti oleh perubahan pendapatan dari pajak reklame sebesar x%.

Untuk melakukan perhitungan dengan Elastisitas maka terlebih dahulu harus diketahui tingkat pertumbuhan pajak reklame, PDRB, Jumlah penduduk selama tahun 2000-2004. Menurut Sadono Sukirno (1985:21), adapun cara yang digunakan untuk mengetahui tingkat pertumbuhan adalah:

1. Tingkat pertumbuhan pajak reklame

$$\Delta X = \frac{X_t - X_{t-1}}{X_{t-1}} \times 100\%$$

Dimana: X = Pertumbuhan Pajak Reklame

X_t = Pajak Reklame tahun t

X_{t-1} = Pajak Reklame tahun t-1

2. Tingkat pertumbuhan PDRB

$$\Delta Y = \frac{Y_t - Y_{t-1}}{Y_{t-1}} \times 100\%$$

Dimana: Y = Pertumbuhan PDRB

Y_t = PDRB tahun t

Y_{t-1} = PDRB tahun t-1

3. Tingkat pertumbuhan Jumlah penduduk

$$\Delta Y = \frac{Y_t - Y_{t-1}}{Y_{t-1}} \times 100\%$$

Dimana : Y = Pertumbuhan Jumlah Pendudu

Y_t = Jumlah Penduduk tahun t

Y_{t-1} = Jumlah Penduduk tahun t-1

2. Untuk mengetahui besarnya kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD).

a. Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pajak Daerah.

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

b. Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah.

$$\text{Kontribusi Pajak Reklame} = \frac{\text{Penerimaan Pajak Reklame}}{\text{Pendapatan Asli Daerah}} \times 100\%$$

Semakin besar persentase kontribusi Pajak Reklame terhadap Pajak Daerah dan Pendapatan Asli Daerah, maka semakin besar kontribusi Pajak Reklame terhadap Pajak Daerah dan Pendapatan Asli Daerah. Untuk mengetahui besarnya kontribusi pajak reklame terhadap Pajak Daerah dan Pendapatan Asli Daerah disusun ukuran sebagai berikut:

* 80% - 100% : Besar sekali

* 60% - 79% : Besar

* 40% - 59% : Cukup besar

* 20% - 39% : Cukup

* 0% - 19% : Kecil

(Sumber : Dipenda Kabupaten Kudus)

A. PEMBAHASAN

1. Potensi Pajak Reklame

a. Potensi Obyek Pajak Reklame

Potensi obyek pajak reklame yang dimiliki Kabupaten Kudus sebagai sumber Pendapatan Asli Daerah

sangat potensial, ini bisa di lihat dari daftar perbandingan realisasi penerimaan Pendapatan Asli Daerah setiap tahun anggarannya, yang nantinya bisa diketahui seberapa besar kontribusi suatu pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Kudus. Hal ini disebabkan karena wilayah Kabupaten Kudus yang strategis untuk dijadikan sebagai ajang promosi atau tempat pemasangan reklame, banyaknya industri atau perdagangan yang menjadikan banyaknya objek pajak reklame dan semakin banyaknya objek pajak reklame akan memperlancar pemasukan penerimaan dari pajak reklame.

b. Potensi Subyek Pajak Reklame

Jumlah wajib pajak di Kabupaten Kudus setiap tahunnya mengalami kenaikan atau bertambah, hal ini disebabkan banyaknya perusahaan yang giat mempromosikan produk yang hasilkannya. Pemasukan pendapatan Pajak Reklame sudah bisa dibilang memenuhi target yang ditentukan. Sedangkan tempat pemasangan reklame ditetapkan berdasarkan kawasan atau rayon I, II dan III. Kawasan I adalah kawasan tempat pemasangan reklame dengan daya jual paling tinggi, karena kawasan I merupakan pusat kota Kudus.

2. Elastisitas Pajak Reklame terhadap PDRB

Dari hasil perhitungan di peroleh Elastisitas Pajak Reklame terhadap PDRB dari tahun 2006 sampai tahun 2010 berkisar antara 6,82% sampai 35,55%. Dengan demikian elastisitas Pajak Reklame terhadap PDRB > 1 . angka ini menunjukkan bahwa tingkat kepekaan PDRB terhadap Pajak Reklame adalah elastis, dimana apabila terjadi perubahan kenaikan PDRB sebesar 1% maka akan

mengakibatkan kenaikan penerimaan pajak reklame sebesar 6,82% sampai 35,55%.

3. Elastisitas Pajak Reklame terhadap Jumlah Penduduk

Dari hasil perhitungan terlihat bahwa elastisitas Pajak Reklame terhadap jumlah penduduk tahun 2006 sampai dengan tahun 2010 adalah sangat tinggi yaitu sebesar 32,36% - 78,92%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa elastisitas Pajak Reklame terhadap jumlah penduduk > 1 . angka ini menunjukkan bahwa tingkat kepekaan jumlah penduduk adalah elastis, karena apabila terjadi perubahan kenaikan jumlah penduduk sebesar 1% maka akan mengakibatkan kenaikan penerimaan pajak reklame sebesar 32,36% - 78,92%.

4. Elastisitas Pajak Reklame terhadap Inflasi

Dari hasil perhitungan di peroleh angka elastisitas Pajak Reklame terhadap laju inflasi adalah 2,46% sampai 6,58%. Hal ini menunjukkan tingkat kepekaan inflasi terhadap penerimaan pajak reklame adalah elastis, karena $E > 1$. artinya apabila terjadi kenaikan inflasi sebesar 1% maka akan mengakibatkan kenaikan penerimaan pajak reklame sebesar 2,46% sampai 6,58%.

5. Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pajak Daerah

Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pajak Daerah selama lima tahun rata-rata sebesar 4,01%. Hal ini menunjukkan bahwa pajak reklame kecil dalam memberikan kontribusi terhadap pajak daerah, karena disebabkan ada sebagian objek pajak reklame yang di dalam pemasangannya tidak menggunakan nomor registasi atau nomor pendaftaran.

6. Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli

Daerah

Kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah selama lima tahun rata-rata sebesar 0,97%. Hal ini disebabkan ada juga objek pajak reklame yang didalam pemasangannya tidak menggunakan nomor regristasi atau nomor pendaftaran. Walaupun kontribusi pajak reklame kecil terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) akan tetapi cukup berarti dalam pembiayaan penyelenggaraan pemerintah.

7. Faktor peningkatan pajak reklame di Kabupaten Kudus antara lain:

- a. Wilayah Kabupaten Kudus yang sangat strategis untuk dijadikan sebaga ajang promosi atau tempat pemasangan reklame.
- b. Banyaknya industri atau perdagangan yang menjadikan banyaknya jumlah objek pajak reklame.
- c. Banyaknya jumlah objek pajak reklame di Kabupaten Kudus sebagai sarana memperlancar pemasukan penerimaan dari pajak reklame.
- d. Tarif pajak reklame dianggap murah.

B. PENUTUP

1. Simpulan

Dalam rangka meningkatkan pendapatan pajak reklame di Kabupaten Kudus banyak hal yang perlu mendapat perhatian dan permasalahan yang dihadapi juga perlu memperoleh jalan keluar terbaik yakni antara lain adalah:

- a. Potensi pajak reklame sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) sangat potensial, hal

ini bisa dilihat dalam daftar penerimaan pajak reklame yang setiap tahunnya selalu mengalami kenaikan.

- b. Pajak reklame bersifat elastis terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Dari hasil perhitungan elastisitas pajak reklame terhadap PDRB adalah berkisar antara 6,82% sampai 35,55%. Dengan demikian elastisitas pajak reklame terhadap PDRB adalah $E > 1$. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan ekonomi yang dinamis di Kabupaten Kudus yang digambarkan oleh PDRB memberikan respon yang cukup baik terhadap perkembangan penerimaan pajak reklame.
- c. Pajak reklame bersifat elastis terhadap jumlah penduduk, karena menurut hasil perhitungan elastisitas pajak reklame terhadap jumlah penduduk berkisar antara 32,36% sampai 78,92%. Dengan demikian elastisitas pajak reklame terhadap jumlah penduduk adalah $E > 1$. Hal ini menunjukkan penerimaan pajak reklame peka terhadap perkembangan jumlah penduduk.
- d. Pajak reklame elastis terhadap laju inflasi, karena dari hasil perhitungan elastisitas pajak reklame terhadap inflasi berkisar antara 2,46% sampai 6,58%. Dengan demikian elastisitas pajak reklame terhadap inflasi adalah $E > 1$. Hal ini menunjukkan penerimaan pajak reklame peka terhadap laju inflasi.
- e. Kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah selama lima tahun rata-rata sebesar 0,97% akan tetapi cukup berarti dalam pembiayaan penyelenggaraan pemerintah.

- f. Upaya pemerintah dalam meningkatkan penerimaan pajak reklame sudah cukup baik dan selalu berkembang demi kemajuan bersama, hal ini bisa dilihat dari peran pemerintah yang selalu berusaha meningkatkan penerimaannya dengan cara mengevaluasi, mengkaji kembali dan apabila di perlukan menaikkan pengenaan tarif yang berdasarkan Peraturan Perundang-undangan yang berlaku.
- g. Faktor-faktor yang menjadi pendukung antara lain informasi dan data objek pajak reklame, media komunikasi sudah cukup di manfaatkan sebaik mungkin.

2. Saran

Peningkatan dalam pendapatan pajak reklame sangat dibutuhkan di masa mendatang agar diperoleh hasil yang maksimal, misalnya dengan cara:

- a. Potensi pajak reklame sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) perlu ditingkatkan lagi, antara lain dengan mencari objek-objek reklame baru yang dapat dikenakan pajak reklame, yang objek-objek ini pada waktu yang lalu tidak dikenakan pajak.
- b. Upaya pemerintah dalam peningkatan dan pembinaan terhadap para wajib pajak supaya lebih baik dalam pelayanan semaksimal dan secepat mungkin terhadap wajib pajak, antara lain dengan mengadakan penataran-penataran yang berkesinambungan terhadap para wajib pajak.
- c. Pihak Dipenda dan Pemerintah Daerah setempat perlu memberikan penerangan, pengawasan dan koreksi terhadap kesalahan-kesalahan yang dilakukan oleh wajib pajak.

d. Perlu diadakan penataran-penataran yang berkesinambungan bagi petugas-petugas pemungut dan penyuluh pajak reklame.

* **Penulis adalah Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sultan Fatah Demak**

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rieneke Cipta.
- Arsyad, Lincoln. 1999. *Ekonomi Pembangunan*. Yogyakarta: Bagian Penerbitan STIE YKPN.
- Boediono. 2002. *Ekonomi Mikro*. Yogyakarta; BPFE
- 1999. *Teori Pertumbuhan Ekonomi*. Yogyakarta: BPFE.
- Badan Pusat Statistik, Kabupaten Kudus dalam Angka.
- Mardiasmo. 2000. *Perpajakan*. Yogyakarta: Andi
- Moeleong, Lexy J. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Peraturan Daerah Kabupaten Kudus No. 9 Tahun 1998 Tentang Pajak Reklame.
- Rahman, Maman. 1998. *Strategi dan Langkah-langkah Penelitian*. Semarang: CV. IKIP Semarang Press.
- Sukirno, Sadono. 1985. *Ekonomi Pembangunan*. Jakarta: LPFE-UI.
- Subroto K, Usman B. 1980. *Pajak-pajak Indonesia*. Jakarta: Yayasan Bina Pajak.
- Soemitro, Rochmat. 1982. *Pajak dan Pembangunan*. Bandung: PT. Eresco.