

Analisis kontribusi dan efektivitas pajak reklame di Kota Jambi

Widi Puspita Sari; Rahma Nurjanah; Hardiani

Program Studi D-IV Keuangan Daerah Fak Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi

E-mail korespondensi: sariwidypuspita@gmail.com

Abstract

This research aims: (1) To analyze the development of Advertisement Tax in Jambi City in 2010 - 2022. (2) To analyze how big the contribution of Advertisement Tax is to Jambi City's Regional Original Income in 2010 - 2022. (3) To analyze the effectiveness of Advertisement Tax in Jambi City 2010 - 2022. (4) To analyze the potential of Jambi City Advertising Tax based on Klassen Typology for 2010 - 2022. This research uses secondary data with time series data for the period 2010 - 2022. The method used in this research is descriptive qualitative. The research results provide results (1) The development of Jambi City Advertisement Tax during 2010 - 2022 is an average of 8.60 percent. (2) The contribution of advertising tax to Jambi City's original regional income for 2010 - 2022 is an average of 4.48 percent. (3) The effectiveness of advertising tax in Jambi City in 2010 - 2022 is an average of 90.08 percent. (4) Potential analysis based on the class typology of Jambi City advertisement tax for 2010 - 2022, the average proportion is 0.05 percent and the average growth is 0.88 percent. The potential income for Jambi City Advertisement Tax is included in the back category.

Keywords: *advertisement tax, development, contribution, effectiveness*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan : (1) Untuk menganalisis perkembangan Pajak Reklame di Kota Jambi tahun 2010 – 2022. (2) Untuk menganalisis seberapa besar kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Jambi tahun 2010 – 2022. (3) Untuk menganalisis efektivitas Pajak Reklame di Kota Jambi tahun 2010 – 2022. (4) Untuk menganalisis potensi Pajak Reklame Kota Jambi berdasarkan Tippologi Klassen tahun 2010 – 2022. Penelitian ini menggunakan data sekunder dengan jenis data time series selama kurun waktu 2010 – 2022. Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian memberikan hasil (1)Perkembangan Pajak Reklame Kota Jambi selama tahun 2010 – 2022 rata – rata sebesar 8,60 persen. (2) Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Jambi tahun 2010 – 2022 rata – rata sebesar 4,48 persen. (3) Efektivitas Pajak Reklame di Kota Jambi tahun 2010 – 2022 rata – rata sebesar 90,08 persen. (4) Analisis potensi pajak reklame berdasarkan typpologi klassen di Kota Jambi tahun 2010 - 2022 rata – rata proporsi sebesar 0,05 persen dan rata – rata pertumbuhan sebesar 0,88 persen pendapatan potensi Pajak Reklame Kota Jambi termasuk dalam sektor terbelakang.

Kata kunci : pajak reklame, perkembangan, kontribusi, efektivitas

PENDAHULUAN

Sejak kebijakan otonomi daerah mulai diberlakukan di Indonesia pada Tanggal 1 Januari 2001 yang disertai dengan dikeluarkannya Undang-Undang Otonomi Daerah No. 22 Tahun 1999 dan kemudian diubah menjadi Undang- Undang No. 32 tahun 2004, pemerintah daerah dapat mengatur dan mengurus urusan rumah tangganya sendiri berdasarkan kewenangan yang diberikan oleh pemerintah pusat. Kewenangan tersebut bertujuan untuk mewujudkan kemandirian atas pemerintah daerah dalam mengurus segala urusan pemerintahannya. Menurut Koswara (2010), ciri utama yang menunjukkan suatu daerah otonom mampu berotonomi terletak pada kemampuan keuangan daerahnya, artinya daerah otonom harus memiliki kewenangan dan kemampuan untuk menggali sumber-sumber keuangan sendiri, sedangkan ketergantungan pada bantuan pemerintah pusat harus seminimal mungkin.

Pembiayaan pemerintah berdasarkan sumber – sumber PAD yang berasal dari komponen pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah. Sebagai daerah yang turut serta melaksanakan otonomi, letak Kota Jambi sebagai Ibukota di Provinsi Jambi menjadikan pelaksanaan otonomi daerah di Kota Jambi menjadi lebih kompleks. Kompleksitas tersebut terutama mengenai penyediaan sarana dan prasarana perkotaan dan kegiatan pemerintahan sehingga membutuhkan dana yang besar dalam membiayai pengeluaran dan pembangunan yaitu dengan cara mengoptimalkan sumber penerimaan daerah yang dimiliki.

Tabel 1. Perkembangan PAD Kota Jambi Tahun 2018 – 2022

Tahun	PAD (Rp)
2018	215.444.388.499
2019	255.915.037.458
2020	216.961.981.307
2021	244.016.777.518
2022	301.796.809.124

Sumber : BPPRD Kota Jambi(diolah)

Pada tabel 1 di atas dapat kita lihat bahwa perkembangan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Jambi tahun 2018 – 2022 mengalami peningkatan. Pendapatan Asli Daerah tertinggi terjadi pada tahun 2022 sebesar Rp. 301.796.809.124. Hal ini disebabkan penerimaan Komponen PAD sudah efektif. Pendapatan Asli Daerah terendah terjadi pada tahun 2018 sebesar Rp. 215.444.388.499.

Dalam undang – undang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah Nomor 18 Tahun 2009 (Undang-undang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, 2009), Pajak Daerah adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Berdasarkan Undang – Undang No 1 Tahun 2022 Tentang Hubungan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah (HKPD) terdapat 16 jenis Pajak Daerah Kab/Kota 16 Pajak yang dipungut oleh Pemerintah Kab/Kota yaitu Pajak Hotel, Pajak Restoran, Pajak Hiburan, Pajak Penerangan Jalan, Pajak Parkir, Pajak Reklame, Pajak Air

dan Tanah (PAT), Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan (MBLB), Pajak Sarang Burung Walet.

Tabel 2. Perkembangan Penerimaan Pajak Daerah Tahun 2018 – 2022

Jenis Pajak	2020 (Rp)	2021 (Rp)	2022 (Rp)
Hotel	10.957.099.122	15.320.685.391	21.393.567.546
Restoran	35.085.391.362	43.382,842.398	62.600.303.189
Hiburan	5.860.706.604	4.996.182.012	13.851.658.411
Reklame	11.934.126.852	11.566.179.668	10.206.802.989
Penerangan Jalan	67.567.412.849	68.870.350.791	73.988.063.968
Parkir	4.180.325.693	4.362.161.791	5.660.773.951
Air Tanah	106.614.286	230.372.708	495.060.698

Sumber : BPPRD Kota Jambi (diolah)

Dari Tabel 2 dapat disimpulkan bahwa yang menjadi pajak unggulan di Kota Jambi adalah pajak penerangan jalan, pajak restoran, pajak hotel dan pajak hiburan. Pajak reklame menjadi sumber penerimaan peringkat keempat dalam keseluruhan penerimaan jenis pajak. Hal ini cukup menarik karena potensi reklame yang sebenarnya cukup besar di Kota Jambi, namun penerimaannya masih terbilang rendah

Potensi pajak reklame dapat dilihat dari posisi Kota Jambi sebagai ibu kota dari Provinsi Jambi sekaligus pusat bisnis dan perdagangan di Provinsi Jambi. Dengan perkembangan kota jambi saat ini semakin banyak investor yang terdorong untuk menanamkan modalnya sehingga banyak usaha-usaha di bidang jasa, kuliner, industri, perdagangan dan lain lain. Secara tidak langsung hal ini menjadi hal yang positif bagi pajak reklame di Kota Jambi. Selain itu Jumlah perusahaan berpengaruh terhadap pendapatan pajak reklame karena perusahaan dapat mempromosikan produknya sehingga dapat meningkatkan potensi dalam penerimaan pajak reklame di Kota Jambi.

Tabel 3. Target dan realisasi pajak reklame Tahun 2018 – 2022

Tahun	Target (Rp)	Realisasi (Rp)
2018	10.000.000.000	11.091.308.425
2019	10.850.000.000	12.383.626.667
2020	11.730.000.000	11.942.226.852
2021	16.130.000.000	11.566.179.668
2022	22.179.000.000	10.206.802.989

Sumber : BPPRD Kota Jambi(diolah)

Berdasarkan Tabel 3 Target dan realisasi pajak reklame yang diterimanya selama lima tahun terakhir dapat dikatakan cukup baik karena hampir semua penerimaan pajak realisasinya melebihi yang dianggarkan tetapi belum dikatakan maksimal karena ada beberapa diantaranya juga yang tidak memenuhi target atau yang dianggarkan. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis pengoptimalisasi lebih lanjut terkait potensi pajak daerah yang dimiliki dengan mengevaluasi permasalahan yang selama ini terjadi sehingga dapat menghitung potensi pajak daerah yang dimiliki dan menentukan strategi dalam mengelola pajak daerah sehingga dapat memperoleh hasil yang maksimal. Setelah langkah tersebut dilakukan, dapat pula diketahui efektivitas pemungutan pajak reklame guna meningkatkan

penerimaan pajak sehingga pajak reklame memberikan kontribusi yang cukup besar dalam meningkatkan pajak daerah secara khusus dan Pendapatan Asli Daerah secara umum.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas, penelitian dirumuskan dengan judul **“Analisis Kontribusi dan Efektivitas Pajak Reklame Di Kota Jambi Tahun 2010 - 2022”**.

METODE

Jenis dan sumber data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa data deret waktu (time series data) selama kurun waktu tahun 2010-2022. Data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut : 1).Data Target dan Realisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD). 2).Data Target dan Realisasi Pajak Reklame. 3).Data Rasio Efektivitas Pajak Reklame. 3).Data Besaran Rasio Kontribusi Pajak Reklame Tahun. 4).Data Potensi Pajak Reklame.

Sumber data

Sumber data dalam penelitian ini, dikumpulkan dari informasi dan publikasi data serta laporan – laporan yang dilakukan oleh instansi BPPRD Kota Jambi dan BPS Kota Jambi.

Analisis data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis deskriptif kualitatif yaitu dengan mencari, mengumpulkan, dan menyusun secara sistematis. Setelah data terkumpul akan dilakukan pengolahan data. Metode analisis deskriptif kualitatif adalah menganalisis, menggambarkan, meringkas suatu gambaran dari berbagai situasi, kondisi dan data yang telah dikumpulkan mengenai masalah yang akan diteliti yang terjadi dilapangan (I Made Winartha, 2006). Metode penggunaan bahan dokumen atau sering disebut pengumpulan data sekunder, karena peneliti tidak langsung turun kelapangan tetapi meneliti dan memanfaatkan data yang telah dihasilkan oleh instansi terkait.

Untuk menganalisis perkembangan pajak reklame digunakan rumus sebagai berikut:

$$GX = \frac{X_n - X_{n-1}}{X_{n-1}} \times 100\% \dots\dots\dots(1)$$

Dimana :

GX = Perkembangan pajak reklame

X_n = Pajak reklame tahun tertentu

X_{n-1} = Pajak reklame tahun sebelumnya

Untuk menganalisis kontribusi pajak reklame digunakan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Kontribusi pajak reklame} = \frac{\text{Realisasi Pajak Reklame}}{\text{Realisasi PAD}} \times 100\% \dots\dots\dots(2)$$

Adapun intepretasi kontribusi yang digunakan untuk mengukur tingkat kontribusi pajak reklame sebagai berikut : a). >50% : sangat baik, b).40% - 50% : baik, c).30% - 40% : cukup baik, d).20% - 30% : sedang, e).10% - 20% : kurang, f).<10% : sangat kurang

Untuk menganalisis tingkat efektivitas pajak reklame digunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Efektivitas pajak} = \frac{\text{Realisasi Pajak Reklame}}{\text{Target Pajak Reklame}} \times 100\% \dots\dots\dots(3)$$

Adapun interpretasi efektivitas yang digunakan untuk mengukur efektivitas adalah: a).>100% : sangat efektif, b).80%-100% : efektif c).60%-80% : kurang efektif, d).40%-60% : tidak efektif.

Untuk menganalisis potensi pajak reklame menurut Direktorat Jendral Perimbangan Keuangan (2021) menggunakan Analisis *Tippologi Klassen*. Berikut klasifikasi potensi penerimaan Pajak Reklame :

Tabel 4. Rumusan matriks klasifikasi potensi

Rasio Proporsi (Realisasi/Rata-rata)	$\frac{X_i}{X_{rata-rata}} > 1$	$\frac{X_i}{X_{rata-rata}} < 1$
	Rasio Pertumbuhan	
$\frac{rPX_i}{rPX_{total}} > 1$	Prima	Berkembang
$\frac{rPX_i}{rPX_{total}} < 1$	Potensial	Terbelakang

Sumber: Direktorat Jendral Perimbangan Keuangan, 2021(diolah)

Keterangan :

rPX_i = Laju pertumbuhan penerimaan jenis pajak daerah.

X_{total} = Laju pertumbuhan total penerimaan seluruh pajak daerah.

X_i = Rata – rata penerimaan seluruh pajak daerah.

Dengan pengertian sebagai berikut: 1). Jika Rasio Proporsi > 1 dan Rasio Laju Pertumbuhan > 1, maka penerimaannya prima atau sangat potensial. 2).Jika Rasio Proporsi > 1 dan Rasio Laju Pertumbuhan < 1, maka penerimaannya potensial. 3).Jika Rasio Proporsi < 1 dan Rasio Laju Pertumbuhan > 1, maka penerimaannya berkembang atau masih ada potensi untuk dikembangkan. 4).Jika Rasio Proporsi < 1 dan Rasio Laju Pertumbuhan < 1, maka penerimaannya terbelakang atau kurang potensial

Dalam Modul Penggalan Potensi Pajak Daerah dan Retribusi Daerah Tahun 2021, yang disusun oleh Direktorat Jenderal Perimbangan Keuangan terdapat 4 (empat) kategori untuk memetakan potensi daerah secara sektoral yaitu: 1).Kuadran (i) memiliki potensi tinggi dan kemampuan mengelola tinggi (promosi dan ekspansi). 2).Kuadran (ii) memiliki potensi yang tinggi tetapi kemampuan mengelola rendah (intensifikasi). 3).Kuadran (iii) memiliki potensi yang rendah tetapi kemampuan mengelola yang tinggi (ekstensifikasi/eskpansi). 4).Kuadran (iv) memiliki potensi yang rendah dan kemampuan mengelola rendah (edukasi dan pengembangan).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis perkembangan pajak reklame di Kota Jambi

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 5, dapat dilihat bahwa perkembangan Pajak Reklame di Kota Jambi pada tahun 2010 – 2022 mengalami kontraksi dengan rata – rata sebesar 8,60 persen. Secara sektoral, kontraksi terlihat dari seluruh jenis pajak

reklame khususya tahun 2020 – 2022 dengan persentase nagatif selama 3 tahun berturut - turut hal disebabkan oleh bencana non alam pandemi covid-19 dengan pemberlakuan kebijakan pembatasan kegiatan masyarakat yang berdampak menurunnya daya beli masyarakat dan kegiatan perekonomian yang menurun drastis hal ini menyebabkan menurunnya laju pertumbuhan perekonomian di Indonesia khususnya Kota Jambi.

Tabel 5. Perkembangan pajak reklame Kota Jambi Tahun 2010 - 2022

Tahun	Realisasi Reklame (Rp)	Perkembangan (%)
2010	4.152.927.493	-
2011	4.396.409.040	5,86
2012	5.306.793.041	20,70
2013	5.566.425.497	4,89
2014	5.270.552.970	-5,31
2015	6.000.440.224	13,84
2016	8.475.131.873	41,24
2017	9.803.137.274	15,66
2018	11.091.308.425	13,14
2019	12.383.626.667	11,65
2020	11.942.226.852	-3,56
2021	11.566.179.668	-3,14
2022	10.206.802.989	-11,75
Rata - rata		8,60

Sumber : BPPRD Kota Jambi, 2024(diolah)

Rata – rata perkembangan pajak reklame Kota Jambi selama 13 tahun terakhir sebesar 8,60 persen hal ini mengindikasikan bahwa pajak rata-rata telah meningkat sebesar 8,60 persen setiap tahunnya selama periode tersebut. Pertumbuhan Pajak Reklame yang baik atau stabil dari jumlah pajak yang diterima oleh pemerintah dalam periode tersebut. Perkembangan ini bisa dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti perubahan kebijakan pajak, pertumbuhan ekonomi, inflasi, dan faktor-faktor lain yang memengaruhi pendapatan pajak reklame

Perkembangan tertinggi pajak reklame di Kota Jambi terjadi pada tahun 2012 dengan persentase sebesar 20,70 persen hal ini disebabkan realisasi penerimaan mengalami peningkatan yang artinya pertumbuhan ekonomi saat itu stabil sehingga mendorong aktivitas bisnis dan investasi di berbagai sektor salah satunya industri periklanan. Selain itu perkembangan yang baik di dukung oleh penerimaan jenis reklame yang menjadi sumber unggulan di Kota Jambi seperti reklame papan/billboard/ videotron/ megatron dan reklame neon box. Hal ini disebabkan reklame ini sangat efektif digunakan untuk meningkatkan pemasaran, dapat menjangkau khalayak lebih luas. Pemanfaat teknologi reklame seperti ini akan terus tumbuh dan berkembang tanpa menjadi ketinggalan jaman, yang merupakan manfaat besar di era digital.

Analisis kontribusi pajak reklame di Kota Jambi

Dari hasil perhitungan tabel 6, dapat dilihat bahwa kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Jambi mengalami fluktuasi dari tahun 2010 – 2022. Rata – rata Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Jambi selama 2010 – 2022 dengan persentase sebesar 4,48 persen termasuk kriteria sangat kurang kontribusi. Kontribusi Pajak Reklame terhadap PAD Kota Jambi tertinggi terjadi pada tahun 2020 yaitu dengan persentase sebesar 5,50 persen dengan kriteria sangat

kurang hal ini disebabkan oleh penerimaan reklame meningkat akan tetapi penerimaan PAD mengalami penurunan sehingga reklame berkontribusi sebesar 5,50 persen pada tahun 2020. Pajak reklame adalah salah satu sumber pendapatan penting bagi pemerintah daerah, tetapi tidak menjadi kontributor utama dalam menghasilkan PAD.

Tabel 6. Rasio kontribusi pajak reklame Tahun 2010 – 2022

Tahun	Realisasi Reklame (Rp)	Realisasi PAD (Rp)	Rasio Kontribusi	Kriteria
2010	4.152.927.493	70.906.324.408	5,85	Sangat Kurang
2011	4.396.409.040	97.844.055.759	4,49	Sangat Kurang
2012	5.306.793.041	113.091.896.472	4,69	Sangat Kurang
2013	5.566.425.497	109.338.025.215	5,09	Sangat Kurang
2014	5.270.552.970	246.427.699.826	2,13	Sangat Kurang
2015	6.000.440.224	263.925.520.119	2,27	Sangat Kurang
2016	8.475.131.873	160.582.009.508	5,27	Sangat Kurang
2017	9.803.137.274	202.865.713.413	4,83	Sangat Kurang
2018	11.091.308.425	215.444.388.499	5,14	Sangat Kurang
2019	12.383.626.667	255.915.037.458	4,83	Sangat Kurang
2020	11.942.226.852	216.961.981.307	5,50	Sangat Kurang
2021	11.566.179.668	244.016.777.518	4,73	Sangat Kurang
2022	10.206.802.989	301.796.809.124	3,38	Sangat Kurang
Rata - rata			4,48	Sangat Kurang

Sumber : BPPRD Kota Jambi, 2024(diolah)

Kontribusi Pajak Reklame terhadap PAD Kota Jambi terendah terjadi pada tahun 2014 dengan persentase sebesar 2,13 persen kriteria sangat kurang. Hal ini disebabkan oleh realisasi pajak reklame pada tahun 2014 mengalami penurunan dari 2013 sebesar Rp. 5.566.425.497 tahun 2014 menjadi Rp. 5.270.552.970. Selain itu, belum optimalnya motivasi dari instansi pemungut untuk mewujudkan beban tugas yang dilimpahkan Pemerintah Daerah kepadanya. Masih kurangnya sumberdaya manusia berkualitas yang memahami sistem pengelolaan pajak. Tingkat kesadaran sebagai wajib pajak yang masih rendah. Penerapan sanksi bagi wajib pajak yang tidak memenuhi kewajiban perpajakan belum ditegakkan secara optimal.

Kebijakan dan regulasi pajak yang ditetapkan oleh Pemerintah Daerah dapat mempengaruhi jumlah penerimaan pajak reklame di Kota Jambi. Jika pemerintah daerah menetapkan aturan yang lebih ketat, kebijakan yang menguntungkan dan insentif pajak yang diberikan kepada perusahaan reklame dapat mendorong investasi perusahaan yang ingin beriklan dan menginvestasikan dana di sektor tersebut hal ini maka akan berkontribusi pada peningkatan penerimaan pajak reklame di Kota Jambi.

Analisis efektivitas pajak reklame di Kota Jambi

Dari hasil perhitungan pada Tabel 7, dapat dilihat bahwa efektivitas pengelolaan pajak reklame Kota Jambi dalam kurun waktu 13 Tahun (2010 - 2022) tergolong efektif, yaitu dengan rata – rata mencapai 90,08 persen, ini memberi indikasi bahwa kinerja Pemerintah Kota Jambi dalam melakukan pemungutan Pajak Reklame di Kota Jambi sudah sangat baik. Pada tahun 2022 rasio efektivitas pajak reklame di Kota Jambi mengalami penurunan sebesar 46,02 persen kriteria Pajak Reklame tidak efektif

dikarenakan realisasi Pajak Reklame tidak dapat melebihi target yang ditetapkan. Hal ini disebabkan oleh banyak pelaku usaha yang menahan untuk beriklan, karena masih dalam masa perbaikan pasca pandemi covid-19. Iklan – iklan saat ini banyak iklan – iklan yang bersifat layanan masyarakat, pemerintahan ataupun politik yang tidak berbayar. Selain hal itu, masih banyaknya terdapat reklame – reklame liar atau tanpa ijin, berdiri tidak sesuai dengan tempat dan kategori sehingga merusak keindahan tatanan kota.

Tabel 7. Rasio efektivitas pajak reklame Kota Jambi Tahun 2010 - 2022

Tahun	Target Pajak Reklame (Rp)	Realisasi Pajak reklame (Rp)	Rasio Efektivitas (%)	Kriteria
2010	4.000.000.000	4.152.927.493	103,82	Sangat Efektif
2011	4.277.500.000	4.396.409.040	102,77	Sangat Efektif
2012	4.400.000.000	5.306.793.041	120,60	Sangat Efektif
2013	5.500.000.000	5.566.425.497	101,20	Sangat Efektif
2014	7.500.000.000	5.270.552.970	70,27	Kurang Efektif
2015	10.000.000.000	6.000.440.224	60	Kurang Efektif
2016	10.000.000.000	8.475.131.873	84,75	Efektif
2017	10.200.000.000	9.803.137.274	96,10	Efektif
2018	10.000.000.000	11.091.308.425	110,91	Sangat Efektif
2019	10.850.000.000	12.383.626.667	114,13	Sangat Efektif
2020	11.730.000.000	11.942.226.852	101,80	Sangat Efektif
2021	16.130.000.000	11.566.179.668	71,70	Kurang Efektif
2022	22.179.000.000	10.206.802.989	46,02	Tidak Efektif
Rata- rata			90,08	Efektif

Sumber : BPPRD Kota Jambi , 2024(diolah)

Rasio efektivitas Pajak Reklame tertinggi terjadi pada tahun 2012 sebesar 120,60 persen hal ini menunjukkan bahwa penerimaan pajak reklame yang dicapai melebihi target atau harapan yang ditetapkan, karena angka tersebut lebih besar dari 100 persen. Faktor yang menyebabkan rasio efektivitas yang tinggi yaitu salah satunya proses atau kegiatan tersebut dengan sangat efisien dengan waktu, sumber daya yang optimal dan organisasi atau individu yang terlibat memiliki komitmen yang kuat terhadap mencapai hasil yang optimal, yang mendorong mereka untuk berupaya melampaui standar yang ada.

Analisis potensi pajak reklame berdasarkan tippologi Klassen di Kota Jambi

Salah satu teknik pendekatan makro yang dapat dilakukan dalam penentuan potensi pajak reklame adalah Analisis Tipologi Klassen. Direktorat Jenderal Perimbangan Keuangan, (2021) menyatakan bahwa teknik pengelompokan analisis Klassen ini dapat mengklasifikasikan potensi daerah suatu sektor menjadi empat kategori, yaitu: (a) Penerimaan Prima; (b) Penerimaan Potensial; (c) Berkembang; (d) Terbelakang.

Untuk menentukan potensi penerimaan pajak reklame kedalam kategori diperlukan 2 indikator utama yaitu rasio proporsi dan rasio pertumbuhan. Tabel berikut menunjukkan rasio proporsi penerimaan pajak reklame di Kota Jambi tahun 2010 – 2022

Tabel 8. Rasio proporsi pajak reklame Kota Jambi Tahun 2010 - 2022

Tahun (1)	Realisasi Pajak Reklame (Rp) (2)	Realisasi Pajak Daerah (Rp) (3)	Rasio Proporsi (%) (6) = (2) : (3)
2010	4.152.927.493	35.538.902.822	0.11
2011	4.396.409.040	59.570.219.208	0.07
2012	5.306.793.041	73.344.781.707	0.07
2013	5.566.425.497	91.476.549.341	0.06
2014	5.270.552.970	128.824.086.123	0.04
2015	6.000.440.224	147.889.448.423	0.04
2016	8.475.131.873	158.740.884.099	0.05
2017	9.803.137.274	201.429.750.674	0.04
2018	11.091.308.425	215.444.433.999	0.05
2019	12.383.626.667	256.028.625.688	0.04
2020	11.942.226.852	216.970.081.307	0.05
2021	11.566.179.668	244.016.777.518	0.04
2022	10.206.802.989	301.796.809.124	0.03

Sumber : BPPRD Kota Jambi, 2024 (diolah)

Berdasarkan pada tabel 8 Berdasarkan pada tabel 5.5 dapat dilihat bahwa Proporsi Pajak Reklame tahun 2010 – 2022 berfluktuatif dengan rasio proporsi tertinggi terjadi pada tahun 2010 rasio sebesar 0,11 persen hal ini artinya Pajak Reklame menyumbang sebesar 0,11 persen terhadap Pendapatan Pajak Daerah pada tahun 2011. Hal ini disebabkan pemungutan pajak reklame sudah efektif sehingga membantu meningkatkan penerimaan pajak daerah. Rasio proporsi terendah terjadi pada tahun 2022 yaitu sebesar 0,03 persen artinya Pajak Reklame hanya menyumbang sebesar 0,03 persen terhadap Pendapatan Pajak Daerah pada tahun 2022. Hal ini disebabkan pada tahun 2022 penerimaan pajak reklame mengalami penurunan sedangkan penerimaan pajak daerah meningkat karena pemungutan jenis pajak daerah lainnya mengalami peningkatan.

Setelah dilakukan perhitungan rasio proporsi penerimaan Pajak Reklame di Kota Jambi tahun 2010 – 2022 selanjutnya dapat dilakukan perhitungan rasio laju pertumbuhan dari pajak reklame dan pajak daerah dengan tujuan untuk dilakukan lagi perhitungan terhadap rasio pertumbuhan dari penerimaan pajak reklame.

Tabel 9. Rasio pertumbuhan pajak reklame Kota Jambi Tahun 2010 - 2022

Tahun (1)	Rasio Pertumbuhan Pajak Reklame (%) (2)	Rasio Pertumbuhan Pajak Daerah (%) (3)	Rasio Pertumbuhan Pajak Reklame (%) (4)= (2) : (3)
2010	-	-	-
2011	0,05	0,67	0.07
2012	0,20	0,23	0.86
2013	0,04	0,24	0.16
2014	-0,05	0,40	-0.12
2015	0,13	0,14	0.92
2016	0,41	0,07	5.85
2017	0,15	0,26	0.57
2018	0,13	0,06	2.16
2019	0,11	0,18	0.61
2020	-0,03	-0,15	0.2
2021	-0,03	0,12	-0.25
2022	-0,11	0,23	-0.47

Sumber: Data diolah, 2024

Pada Tabel 9 dapat dilihat bahwa rasio pertumbuhan Pajak Reklame tahun 2010 – 2022 mengalami fluktuatif dengan rasio pertumbuhan tertinggi terjadi pada tahun 2016 yaitu sebesar 5,85 persen hal ini disebabkan karena penerimaan Pajak Reklame mengalami peningkatan dan membantu berkontribusi dalam peningkatan Pajak Daerah tahun 2016. Terjadinya peningkatan ini disebabkan ketertiban administrasi pajak, sistem administrasi pajak berjalan baik, adanya pengawasan terhadap pemenuhan kewajiban pajak oleh wajib pajak. Rasio pertumbuhan terendah terjadi pada tahun 2014, 2021 dan 2022 menunjukkan angka negatif, namun penurunan ini tidak terlalu signifikan.

Tabel 10. Klasifikasi Potensi Pajak Reklame Kota Jambi tahun 2010 - 2022

Tahun	Rasio Proporsi (%)	Rasio Pertumbuhan (%)	Klasifikasi
2010	0.11	-	-
2011	0.07	0.07	Terbelakang
2012	0.07	0.86	Terbelakang
2013	0.06	0.16	Terbelakang
2014	0.04	-0.12	Terbelakang
2015	0.04	0.92	Terbelakang
2016	0.05	5.85	Berkembang
2017	0.04	0.57	Terbelakang
2018	0.05	2.16	Berkembang
2019	0.04	0.61	Terbelakang
2020	0.05	0.2	Terbelakang
2021	0.04	-0.25	Terbelakang
2022	0.03	-0.47	Terbelakang
Rata - rata	0.05	0,88	Terbelakang

Sumber : BPPRD Kota Jambi (diolah, 2022)

Pada Tabel 10 dapat dilihat bahwa klasifikasi Pajak Reklame Kota Jambi tahun 2010 – 2022 mempunyai rata – rata klasifikasi potensi tippologi klassen dengan rasio proporsi atau kontribusi sebesar 0,05 persen dan rasio pertumbuhan sebesar 0,88 persen termasuk dalam sektor terbelakang. Hal ini artinya Pajak Reklame di Kota Jambi memiliki potensi pendapatan dan kemampuan mengelola potensi yang masih rendah. Dalam keadaan ini harus dijalankan strategi peningkatan kualitas sumber daya manusia lewat program pendidikan dan pelatihan. Hal ini juga mengindikasikan kontribusi ataupun pertumbuhan dari Pajak Daerah lainnya lebih besar dibandingkan dengan kontribusi dari Pajak Reklame di Kota Jambi.

Pada tahun 2016 dan 2018 Pajak Reklame termasuk dalam kategori Berkembang yang artinya Pemerintah Kota Jambi memiliki potensi pendapatan yang tinggi tetapi mempunyai kemampuan untuk mengelola potensi yang rendah. Oleh karena itu, diharapkan potensi pendapatan tersebut dimanfaatkan untuk kepentingan dan kesejahteraan masyarakat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Perkembangan Pajak Reklame Kota Jambi selama tahun 2010 – 2022 rata – rata sebesar 8,60 persen. Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Jambi tahun 2010 – 2022 rata – rata sebesar 4,48 persen. Efektivitas Pajak Reklame di Kota Jambi tahun 2010 – 2022 rata – rata sebesar 90,08 persen. Analisis potensi pajak

reklame berdasarkan *typpologi klassen* di Kota Jambi tahun 2010 - 2022 rata – rata proporsi sebesar 0,05 persen dan rata – rata pertumbuhan sebesar 0,88 persen pendapatan potensi Pajak Reklame Kota Jambi termasuk dalam sektor terbelakang.

Saran

Diharapkan kepada Pemerintah Kota Jambi dapat melakukan sosialisasi dan edukasi kepada pelaku usaha periklanan tentang pentingnya kepatuhan pajak serta manfaat yang akan diperoleh dari pembayaran pajak yang tepat waktu. Hal ini diharapkan akan membantu dalam perkembangan pajak reklame di Kota Jambi yang masih rendah.

Bangun kerjasama yang erat dengan industri periklanan untuk memahami kebutuhan mereka dan menciptakan regulasi yang mendukung pertumbuhan industri. Selain itu, selenggarakan promosi dan event kota berbasis iklan yang menarik, seperti festival seni, pameran produk lokal, atau acara olahraga. Ini akan menciptakan lebih banyak kesempatan bagi perusahaan untuk menempatkan iklan mereka, sehingga meningkatkan kontribusi pajak reklame bagi PAD Kota Jambi guna memastikan keberlanjutan pendapatan daerah dan penggunaan dana yang optimal untuk kesejahteraan masyarakat.

Pemerintah Daerah Kota Jambi melakukan evaluasi rutin terhadap efektivitas kebijakan pajak reklame yang diterapkan. Jika diperlukan, lakukan penyesuaian kebijakan untuk meningkatkan efektivitas dan respons terhadap perubahan kondisi ekonomi dan industri periklanan.

Meningkatkan kualitas sumber daya manusia di bidang perpajakan agar memiliki kapasitas dan kemampuan yang baik dalam mengelola potensi dan memantau pajak reklame. dan juga ditingkatkan lagi fungsi kontrol dari pemerintah agar tidak adanya kecurangan dari pihak-pihak tertentu yang diuntungkan. Selain itu, Pemerintah Kota Jambi sebaiknya melakukan strategi memperluas basis penerimaan dan memperkuat proses pemungutan dengan mengubah tarif penerimaan pajak reklame yang sering digunakan yaitu reklame papan/videotron/megatron dan reklame neon box agar berpotensi sebagai sumber penerimaan bagi Kota Jambi.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmandani, V., & Wicaksono, G. (2022). Analisis efektivitas dan kontribusi pajak daerah terhadap pendapatan asli daerah Kabupaten Bondowoso. *E-Sospol*, 9(4), 416.
- Astuti, A. (2020). Analysis of effectiveness and contribution of advertisement tax collection on original regional income. *Jasa. Jurnal Akuntansi, Audit Dan Sistem Informasi Akuntansi*, 4(3), 338–346.
- Direktorat Jendral Perimbangan Keuangan. (2021).
- I Made Winartha. (2006). Metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif. Yogyakarta : Gaha Ilmu.
- Koswara, K. (2010). *Pemerintah daerah*. Jakarta.
- Pridayanti Saranani, I., & Hasnita, N. (2023). Akuntansi STEI analisis efektivitas pajak hotel dan pajak reklame serta kontribusinya dalam meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD) Kota Kendari. *Bpjp) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta*, 06(02), 26–49.
- Profil Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Jambi. (2018)
- Republik Indonesia. 2009. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 tentang pajak daerah dan retribusi daerah. Jakarta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2004 tentang pemerintahan daerah.

- Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2022 tentang hubungan keuangan pemerintah pusat dan daerah.
- Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 22 tahun 1999 tentang Otonomi Daerah.
- 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.
- Trisnasari, R., & Sunaningsih, S. N. (2022). Analisis kontribusi pajak dan retribusi daerah terhadap pendapatan asli daerah. *Gorontalo Accounting Journal*, 5(1), 18.