

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMUNGUTAN PAJAK REKLAME DI BADAN PENGELOLAAN PAJAK DAERAH KOTA PALEMBANG

Rismansyah¹, Reva Maria Valianti^{2*}, Reza Prihatin³

^{1,2,3} Prodi Akuntansi Universitas PGRI Palembang

¹ rismansyah@univpgri-palembang.ac.id, ^{2*} revavalianti@univpgri-palembang.ac.id,
rezaprihatin4@gmail.com³

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pemungutan Pajak Reklame di Badan Pengelolaan Pajak Daerah Kota Palembang Efektif/ tidak Efektif. Populasi dalam penelitian ini adalah laporan target dan realisasi penerimaan pajak daerah di Badan Pengelolaan Pajak Daerah Kota Palembang Periode 2015-2021. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi dan studi pustaka, sampel yang digunakan laporan target dan realisasi penerimaan pajak Periode 2019-2021. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode Analisis Komparatif. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif, dimana proses menganalisa perhitungan yang telah dilakukan Badan Pengelolaan Pajak Daerah Kota Palembang terkait tentang pemungutan pajak reklame yang efektif/tidak efektif. Hasil pembahasan dapat diketahui bahwa pemungutan pajak reklame di Badan Pengelolaan Pajak Daerah Kota Palembang sudah terealisasi dengan baik. Berdasarkan hasil perhitungan rasio efektifitas dari tahun 2019-2021 penerimaan pajak reklame yang sangat efektif adalah pada tahun 2021 dengan persentase 127,44 % (sangat efektif). Hasil ini menunjukkan bahwa target yang direalisasikan oleh pemerintah telah tercapai bahkan melebihi dari target yang diinginkan. Pada 2019 penerimaan pajak reklame efektif dengan persentase 97,81 %. Sedangkan penerimaan pajak reklame yang tidak efektif adalah pada tahun 2020 dengan persentase 61,03% (tidak efektif). Hasil ini menunjukkan bahwa pada tahun 2020 realisasi belum mencapai target yang diinginkan.

Kata kunci: Pajak Reklame, Pemungutan Pajak

ABSTRACT

*This study aims to determine the collection of billboard tax at the Palembang City Regional Tax Management Agency is effective / ineffective. The population in this study is the target report and realisation of local tax revenue at the Palembang City Regional Tax Management Agency for the 2015-2021 Period. The sampling technique in this study used documentation techniques and literature study, the sample used was the target report and the realisation of tax revenue for the 2019-2021 period. The data analysis technique used is the Comparative Analysis method. This research method uses a quantitative method approach, where the process of analysing calculations that have been carried out by the Palembang City Regional Tax Management Agency regarding effective / ineffective billboard tax collection. The results of the discussion can be seen that the collection of billboard tax at the Palembang City Regional Tax Management Agency has been well realised. Based on the results of the calculation of the effective ratio from the 2019-2021 year, the most effective billboard tax realisation was in the 2021 year with a percentage of 127.44% (highly effective). This shows that the target realised by the government has exceeded the desired target. Paldal 2019 paljalk reklalme implementation is effective with a percentage of 97.81%. Meanwhile, the ineffective implementation of the reclamation plan is the goal for the 2020 fiscal year with a percentage of 61.03% (ineffective). This shows that the realisation of the 2020 Talhun Paldal has not yet met the desired target. **Keywords:** Billboard Tax, Tax Collection*

PENDAHULUAN

Dalam rangka memajukan perekonomian di Indonesia, maka pajak menjadi salah satu sumber pendapatan dalam meningkatkan perekonomian. Pajak merupakan pungutan wajib yang harus di bayar masyarakat untuk negara atau pemerintah berdasarkan peraturan perundang-undangan yang tidak dapat di hindari yang hasilnya digunakan untuk membiayai pengeluaran negara dalam penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan. Pemungutan pajak dari masyarakat diatur dalam Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah dan Peraturan Daerah tentang pokok-pokok pengelolaan keuangan daerah, di mana daerah diberikan kewenangan untuk mengelola sendiri kegiatannya yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, penatausahaan, pelaporan, pertanggung jawaban, pengawasan keuangan daerah. Atau dengan kata lain daerah berhak mengatur sumber daya daerahnya untuk mencapai perencanaan yang di harapkan, yang di mana otonomi daerah memiliki peran sebagai upaya pemberdayaan daerah untuk mengambil keputusan sesuai dengan potensi dan kepentingan daerah itu sendiri.

Sebagai salah satu sumber pendapatan negara yang sangat potensial, sektor pajak merupakan pilihan yang sangat tepat. Selain jumlahnya yang sangat relatif stabil juga merupakan cerminan partisipasi aktif bagi masyarakat dalam membiayai pembangunan. Dan salah satunya adalah pembiayaan terselenggaranya roda pemerintahan dan pembangunan di Kota Palembang, yaitu di Badan Pengelolaan Pajak Daerah (BPPD) Kota Palembang sebagai koordinator Pendapatan Asli Daerah (PAD) sekota Palembang dalam melakukan tugasnya.

Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah setiap bentuk kegiatan yang mempunyai tujuan guna memperkenalkan produk barang atau jasa dan hal lainnya untuk menarik perhatian banyak orang. Seiring dengan semakin pesatnya pertumbuhan perusahaan atau industri akan meningkatkan Pendapatan Asli Daerah melalui pajak reklame, karena salah satu pemasaran sebuah industri adalah promosi yang terdiri antara lain iklan, reklame dan promosi penjualan

Pajak Reklame sebagai salah satu sumber pendapatan daerah yang berpotensi perlu dilakukan pemungutan secara efisien dan ekonomis sehingga dapat lebih berperan dalam usaha peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kota Palembang.

Dari tahun ke tahun target pendapatan semakin meningkat, di karenakan semakin banyaknya perusahaan/instansi yang menggunakan reklame namun tidak sedikit pula yang tidak melakukan pembayaran pajak, sehingga terjadi penumpukan pajak reklame yang telat bayar. Padahal pemerintah telah mengupayakan untuk menggerakkan seluruh elemen penggerak dalam melaksanakan pemungutan pajak yang menjadi suatu kebijakan untuk meningkatkan pemasukkan pendapatan daerah yang terdapat pada Peraturan Walikota Palembang Nomor 18 Tahun 2013 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Walikota Palembang 18 Tahun 2011 Tentang Persyaratan Mekanisme dan Prosedur Penetapan Pemungutan Pajak Reklame Bab XI tentang Tata Cara Pemungutan Pajak. Hal ini akan berdampak pada pendapatan asli daerah, karena target pendapatan tidak sesuai dengan realisasi penerimaan.

Pemungutan pajak reklame di Badan Pengelolaan Pajak Daerah Kota Palembang menggunakan *official assesment system*, artinya sistem pemungutan pajak yang membebaskan wewenang menentukan besarnya pajak terutang pada aparat perpajakan sebagai pemungut pajak, sehingga petugas pajak diharapkan mampu untuk meningkatkan jumlah wajib pajak reklame.

Adapun Faktor-faktor yang mempengaruhi pemungutan pajak reklame di Badan Pengelolaan Pajak Daerah Kota Palembang yaitu : Masih banyak wajib pajak reklame yang tidak sesuai dengan prosedur, sehingga wajib pajak tidak melaporkan SPTPD tepat waktu, Banyak wajib pajak yang tidak membayar pajak sesuai tarif yang sudah di tetapkan dalam surat ketetapan pajak daerah, Banyak pemasangan objek pajak reklame liar tanpa izin dan juga tidak mengurus pajak, Masih rendahnya regulasi atau peraturan yang dilakukan di badan pengelolaan pajak daerah kota palembang.

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahannya yaitu : Bagaimana target dan realisasi pemungutan pajak reklame di Badan Pengelolaan Pajak Daerah Kota Palembang; Apakah pemungutan pajak reklame di Badan Pengelolaan Pajak Daerah Kota Palembang sudah efektif/belum efektif; Bagaimana faktor-faktor pemungutan pajak reklame di Badan Pengelolaan Pajak Daerah Kota Palembang.

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui target dan realisasi pemungutan pajak reklame di Badan Pengelolaan Pajak Daerah Kota Palembang; Untuk mengetahui apakah sudah efektif pemungutan pajak reklame di Badan Pengelolaan Pajak Daerah Kota Palembang; Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pemungutan pajak reklame di Badan Pengelolaan Pajak Daerah Kota Palembang.

KAJIAN TEORI

Pajak merupakan hal yang sangat penting bagi setiap negara. Semakin banyak orang yang membayar pajak, maka semakin banyak pula fasilitas dan infrastruktur yang akan di bangun. Oleh karena itu pajak adalah ujung tombak pembangunan bagi negara. Pengertian pajak dari beberapa sumber yaitu :

Berdasarkan Undang - Undang Nomor 28 Tahun 2007 disebutkan bahwa pengertian Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Menurut Djajadiningrat, (resmi : 2019) : “Pajak adalah sebagai suatu kewajiban menyerahkan sebagian dari kekayaan ke kas negara yang disebabkan suatu keadaan, kejadian, dan perbuatan yang memberikan kedudukan tertentu, tetapi bukan sebagai hukuman, menurut peraturan yang ditetapkan pemerintah serta dapat dipaksakan, tetapi tidak ada jasa timbal balik dari negara secara langsung untuk memelihara kesejahteraan umum.

Menurut Rochmat, (dalam Mardiasmo:2016): “Pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum.

Menurut Prof. Dr. P. J. A. Andriani (dalam Halim dkk, 2014): “Pajak sebagai iuran masyarakat pada negara (yang sifatnya dapat dipaksakan) yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan umum (undang-undang) dengan tidak dapat prestasi kembali yang dapat di tunjukan secara langsung dan yang digunakan untuk membiaya pengeluaran -pengeluaran umum berhubungan dengan tugas-tugas negara untuk menyelenggarakan pemerintahan”.

Berdasarkan beberapa pengertian yang dikemukakan oleh para ahli di atas, maka pengertian pajak secara umum adalah suatu kewajiban serta peran aktif warga negara dan anggota masyarakat lainnya untuk membiaya keperluan negara berupa

pembangunan nasional yang pelaksanaannya di atas dalam undang-undang dan peraturan-peraturan untuk tujuan kesejahteraan bangsa dan negara.

Dasar hukum pemungutan pajak daerah dan retribusi daerah adalah Undang-undang No. 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah sebagaimana telah diatur terakhir dengan Undang-undang No. 28 Tahun 2009.

Menurut Undang-undang No. 28 Tahun 2009 yang dimaksud dengan Pajak Daerah yang selanjutnya disebut pajak adalah kontribusi wajib pajak 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.

Pendapatan Asli Daerah (PAD) berdasarkan Undang - Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah Pasal 1 ayat 18 bahwa Pendapatan Asli Daerah. Pendapatan Asli Daerah (PAD) yaitu pendapatan yang diperoleh daerah yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan, dan Kota Palembang adalah sebagai salah satu daerah yang ikut melaksanakan otonomi daerah sendiri guna membiayai pembangunan di daerahnya.

Adapun sumber Pendapatan Asli Daerah menurut Undang-undang Nomor 33 Tahun 2004 sebagai berikut :

- a. Pendapatan Asli Daerah yang disebut Pendapatan asli daerah terdiri dari 4 yaitu :
 - 1) Hasil pajak daerah
 - 2) Hasil retribusi daerah
 - 3) Hasil pengelolaan kekayaan daerah yang di pisahkan dan
 - 4) Lain-lain Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang sah
- b. Dana Perimbangan, yaitu Dana yang bersumber dari pendapatan.
- c. Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) yang dialokasikan kepada daerah untuk menandai kebutuhan.
- d. Daerah dalam rangka pelaksanaan desentralisasi.
- e. Lain-lain pendapatan daerah yang sah.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi daerah. “Pajak Daerah, yang selanjutnya disebut Pajak adalah kontribusi wajib kepada daerah yang tentang 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”.

Adapun Pajak yang di pungut oleh pemerintah Kota Palembang terdapat 11 jenis pajak, di antaranya adalah sebagai berikut :

1. Pajak Hotel
2. Pajak Restoran
3. Pajak Hiburan
4. Pajak Reklame
5. Pajak Parkir
6. Pajak Penerangan Jalan
7. Pajak Mineral bukan Logam dan Batuan
8. Pajak Sarang Burung Walet
9. Pajak Air Bawah Tanah
10. Pajak Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan (BPHTB) dan
11. Pajak Bumi dan Bangunan

Pengertian pajak reklame Menurut Carunia Mulya Firdausy (2017), adalah : “Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame, dimana reklame didefinisikan sebagai benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial”.

Adapun Menurut Aries Djaenuri (2012), mendefinisikan Pajak Reklame adalah : “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, adapun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa, atau orang yang ditempatkan atau dilihat, dibaca, dan atau di dengar dari suatu tempat oleh kecuali yang dilakukan oleh pemerintah”.

Menurut Peraturan Daerah Kota Palembang Nomor 14 Tahun 2010 tentang Pajak Reklame Bab 1 Pasal 1 bahwa Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang bentuk dan corak dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan atau menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan dan/atau dinikmati oleh umum. Jadi pajak reklame adalah pajak yang menyelenggarakan reklame.

Menurut Siti Kurnia Rahayu (2017) yaitu “Sanksi perpajakan ialah sebagai kontrol atau pengewasan dari pemerintah untuk menjamin di taatinya peraturan-peraturan oleh warga negara agar tidak terjadi pelanggaran kewajiban perpajakan oleh wajib pajak”.

Dalam undang-undang perpajakan terdapat dua sanksi perpajakan yang terdiri sanksi administrasi dan sanksi pidana. Ancaman terhadap pelanggaran suatu norma perpajakan ada yang diancam dengan sanksi administrasi saja, ada yang diancam sanksi pidana saja dan ada pula yang diancam dengan sanksi administrasi dan sanksi pidana

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pemungutan pajak reklame di badan pengelolaan pajak daerah kota palembang yaitu :

- 1) Masih banyak wajib pajak reklame yang tidak sesuai dengan prosedur sehingga wajib pajak tidak melaporkan SPTPD tepat waktu. Jika saja wajib pajak melaporkan SPTPD secara benar dan tepat waktu maka Badan Pengelolaan Pajak Daerah Kota Palembang tidak begitu mendapatkan kendala dalam pemungutan pajak.
- 2) Banyak wajib pajak yang tidak membayar pajak sesuai tarif yang sudah ditetapkan dalam surat ketetapan pajak daerah . Kurangnya kesadaran wajib pajak dalam membayar pajak sesuai SKPD dan itu menyebabkan dari salah satu tidak terealisasinya anggaran pajak reklame.
- 3) Banyaknya pemasangan objek pajak reklame liar tanpa izin dan juga tidak mengurus pajaknya. Jika saja wajib pajak melakukan pemasangan objek reklame liar terlebih dahulu melakukan izin dan mengikuti proses dalam pemasangannya bisa diharapkan realisasi pajak reklame mencapai anggarannya. Karena salah satunya penentuan target anggaran adalah dengan melihat perkembangan secara langsung yang ada di kota palembang.

Masih rendahnya regulasi atau peraturan yang dilakukan badan pengelolaan pajak daerah kota palembang terhadap wajib pajak yang tidak patuh akan pajaknya. Dikarenakan masih rendahnya ketegasan petugas pajak dalam melakukan regulasi/peraturan terhadap wajib pajaknya dan dapat terlihat dari belum tercapainya realisasi penerimaan pajak reklame.

Menurut Beni (2016), Efektivitas adalah hubungan antara output dan tujuan atau dapat juga dikatakan merupakan ukuran seberapa jauh tingkat output, kebijakan dan prosedur dari organisasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2021), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan.

Populasi dalam penelitian ini yaitu laporan target dan realisasi penerimaan pajak daerah Tahun 2015-2021 di Badan Pengelolaan Pajak Daerah Kota Palembang. sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah data Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Daerah Tahun 2019-2021. Menurut Sugiyono (2021), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sehingga jumlah sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi pada penelitian.

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu teknik dokumentasi dan studi pustaka. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis komparatif.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Menurut Beni (2016), Efektivitas adalah hubungan antara output dan tujuan atau dapat juga dikatakan merupakan ukuran seberapa jauh tingkat output, kebijakan dan prosedur dari organisasi. Efektivitas juga berhubungan dengan derajat keberhasilan suatu operasi pada sektor publik sehingga suatu kegiatan dikatakan efektif jika kegiatan tersebut mempunyai pengaruh besar terhadap kemampuan menyediakan pelayanan masyarakat yang merupakan sasaran yang telah ditentukan.

Efektivitas pajak reklame menggambarkan kemampuan pemerintah daerah dalam merealisasikan pajak reklame yang nantinya dibandingkan dengan target yang ditetapkan berdasarkan potensi riil daerah. Efektivitas terkait pada hubungan antara hasil yang diharapkan dengan hasil yang sesungguhnya dicapai. Untuk menjawab pertanyaan penelitian yang pertama terkait efektivitas pemungutan pajak reklame di Kota Palembang tahun 2019 sampai 2021, maka digunakan formula sebagai berikut:

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

Setelah mendapatkan data terkait target dan realisasi penerimaan pajak reklame Kota Palembang tahun 2019 sampai 2021, maka data tersebut dapat diolah menggunakan rumus efektivitas sehingga mendapatkan hasil sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Tahun 2019} &= \frac{19.561.159.386}{20.000.000.000} \times 100\% = 97,81 \% \\ \text{Tahun 2020} &= \frac{18.307.596.568}{30.000.000.000} \times 100\% = 61,03 \% \\ \text{Tahun 2021} &= \frac{22.938.852.522}{18.000.000.000} \times 100\% = 127,44 \% \end{aligned}$$

Dalam menjawab pertanyaan penelitian mengenai efektivitas pemungutan pajak reklame di Badan Pengelolaan Pajak Daerah Kota Palembang, maka data yang digunakan adalah target pajak reklame serta realisasi penerimaan pajak reklame dan PAD. Tahun yang diolah adalah tahun 2019 sampai 2021. Data yang diperoleh telah diringkas sebagai berikut:

Tabel 1
Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Kota Palembang 2019-2021

Tahun	Target	Realis asi	%
2019	20.000.000.000,00	19.561.159.386,00	97,81
2020	30.000.000.000,00	18.307.596.568,00	61,03
2021	18.000.000.000,00	22.938.852.522,00	127,44

Sumber: Badan Pendapatan Daerah Kota Palembang, 2022

Berdasarkan tabel 1, dapat dilihat bahwa selama 2019 sampai 2021, Pemerintah Kota Palembang menetapkan target pajak reklame yang meningkat tahun 2019-2020 dan menurun di 2021 karena pandemi Covid-19. Untuk realisasi penerimaan pajak reklame, menurun dari tahun 2019 ke tahun 2020, lalu meningkat pada tahun 2021.

Apabila perhitungan efektivitas pemungutan pajak reklame menghasilkan persentase yang melebihi 100%, maka pemungutan pajak reklame dikatakan sangat efektif. Kriteria nilai kinerja efektivitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 2

Kriteria Kinerja	Persentase	Kriteria	Efektivitas
	Diatas 100%	Sangat Efektif	
	90%-100%	Efektif	
	80%-90%	Cukup Efektif	
	60%-80%	Kurang Efektif	
	Dibawah Dari 60%	Tidak Efektif	

Sumber : Beni, 2016

Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame Kota Palembang Tahun 2019-2021

Setelah diketahui hasil perhitungan dan kriteria dari efektivitas pemungutan pajak reklame di Kota Palembang tahun 2019 sampai 2021, selanjutnya hasil tersebut dimasukkan ke dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 4.3
Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame Kota Palembang Tahun 2019-2021

Tahun	Target Pajak Reklame (Rp)	Realisasi Penerimaan Pajak Reklame (Rp)	Nilai Kinerja Efektivitas	Kriteria
2019	20.000.000.000,00	19.561.159.386,00	97,81 %	Efektif
2020	30.000.000.000,00	18.307.596.568,00	61,03 %	Kurang Efektif
2021	18.000.000.000,00	22.938.852.522,00	127,44 %	Sangat Efektif

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas dapat dilihat bahwa pemungutan pajak reklame di Kota Palembang tahun 2019 memiliki kriteria efektif karena tingkat efektivitas yang dicapai berada pada kisaran 90%-100%. Pada 2020 memiliki kriteria kurang efektif karena tingkat efektivitas yang dicapai berada pada kisaran 60%-80%, penurunan ini disebabkan karena melonjaknya wabah penyakit Covid 19, sehingga mengharuskan wajib pajak untuk mengurangi aktivitas di luar rumah/ kantor, dan dimana para pelaku bisnis harus sedikit mengurangi biaya promosi terutama pemesanan dan pemasangan reklame. Pada tahun 2021 kriteria efektivitas pemungutan pajak reklame di Kota Palembang naik menjadi sangat efektif karena tingkat efektivitas yang dicapai lebih dari 100% yaitu mencapai 127,44%.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemungutan Pajak Reklame

Berdasarkan hasil penelitian yang ditemui ada beberapa kendala yang menyebabkan kurang maksimalnya penerimaan hasil pajak reklame di Badan Pengelolaan Pajak Daerah Kota Palembang yaitu :

1. Wajib pajak reklame yang tidak sesuai dengan prosedur sehingga wajib pajak tidak melaporkan SPTPD tepat waktu. Menurut ketentuan, setiap bulannya mulai tanggal 1 sampai dengan tanggal 10 WP harus melaporkan omset bulan sebelumnya atau menyampaikan Surat Pemberitahuan Pajak Daerah (SPTPD) untuk ketetapan pajaknya. Karena kalau melewati ketentuan tersebut akan dikenai denda sebesar 25% dari pokok pajak ditambah sanksi administrasi berupa bunga 2% sebulan, dihitung dari pajak yang kurang atau terlambat dibayar untuk jangka waktu paling lama 24 bulan dihitung sejak saat terutangnya pajak. Tentu saja jika kewajiban mengisi SPTPD tidak dipenuhi maka pajak yang terutang dihitung secara jabatan dan WP diberi sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundangan yang berlaku.
2. Wajib pajak yang tidak membayar pajak sesuai tarif. Tarif pajak juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi rendahnya kepatuhan wajib pajak dalam membayarkan pajak. Tarif pajak penting dalam menentukan berapa besarnya pajak yang akan dipotongkan kepada wajib pajak. Pajak reklame dipungut dengan tarif paling tinggi sebesar 25% yang ditetapkan dengan peraturan daerah masing-masing karena termasuk jenis pajak kabupaten/kota.
3. Pemasangan pajak reklame tanpa izin/liar. Pemasangan reklame yang tidak berizin tidak hanya merusak estetika Kota Palembang, tapi juga merugikan keuangan daerah karena tidak membayar pajak reklame. Jika terdapat reklame yang tidak mentaati peraturan perundang-undangan yang berlaku maka aparat penegak hukum dapat melakukan penegakan hukum. Melalui peraturan-peraturan yang telah ditetapkan, maka ada akibat hukum apabila terdapat ketentuan yang dilanggar. Akibat hukum atas pelanggaran terhadap izin reklame tersebut selain pembongkaran juga terdapat sanksi administratif yang harus tetap dilaksanakan dan juga ditegakkan demi keadilan.
4. Rendahnya peraturan yang diterapkan di BPPD. Berdasarkan hasil Survei Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) terhadap penyelenggaraan pelayanan pajak di Badan Pengelolaan Pajak Daerah (BPPD) Kota Palembang, terdapat 3 (tiga) unsur pelayanan dengan nilai terendah yaitu, 1) Persyaratan dengan keluhan persyaratan terlalu banyak, 2) Prosedur dengan keluhan prosedur terlalu berliku-liku, 3) Waktu pelayanan dengan keluhan lama melayani masyarakat

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil perhitungan rasio efektifitas dari tahun 2019-2021 penerimaan pajak reklame yang sangat efektif adalah pada tahun 2021 dengan persentase 127,44 % (sangat efektif). Hasil ini menunjukkan bahwa target yang direalisasikan oleh pemerintah telah tercapai bahkan melebihi dari target yang diinginkan. Pada 2019 penerimaan pajak reklame efektif dengan persentase 97,81 %. Sedangkan penerimaan pajak reklame yang tidak efektif adalah pada tahun 2020 dengan persentase 61,03% (tidak efektif). Hasil ini menunjukkan bahwa pada tahun 2020 realisasi belum mencapai target yang diinginkan.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi pemungutan pajak reklame meliputi: wajib pajak reklame yang tidak melaporkan SPTPD tepat waktu, wajib pajak yang tidak membayar pajak sesuai tarif, pemasangan wajib pajak reklame tanpa izin/liar, rendahnya peraturan yang diterapkan di BPPD.

DAFTAR PUSTAKA

- D.jaenuri, A. (2012). *Hubungan Keuangan Pusat Daerah*. Jakarta: Indonesia Ghalia
- Delima, P., Rismansyah, R., & Nurmala, N. (2022). Pengaruh Penerimaan Pajak Air Permukaan Terhadap Pendapatan Asli Daerah Pada Badan Pendapatan Daerah Provinsi Sumatera Selatan. *Jurnal Media Akuntansi (Mediasi)*, 4(2), 248-262.
- Hadidia, N. (2013). Analisis Rasio Efektivitas Pajak Penerangan Jalan Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Palembang. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 9(4), 46-63.
- Mardiasmo. (2016). *Pajak dan Perapajakan*. Yogyakarta: TMBooks.
- Peraturan Daerah Kota Palembang Nomor 14 Tahun 2010 tentang Pajak Reklame
- Peraturan Walikota Palembang Nomor 18 Tahun 2013 tentang Persyaratan Mekanisme dan Prosedur Penerapan Pemungutan Pajak Reklame
- Rahayu, S. K. (2017). *Perpajakan Konsep dan Aspek Formal*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Resmi, S. (2019). *Perpajakan Teori & Kasus*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ramadani, A. (2015). *Mekanisme Pembayaran Dan Penagihan Pajak Air Tanah Di Dinas Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&d*. Bandung: Alfabeta.
- SE, N. H., & SE, R. (2016). Analisis Rasio Efektivitas Pajak Penerangan Jalan Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Palembang. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 9(4).
- SE, Rismansyah; SE, Maman Suryaman. Analisis Kontribusi Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Di Kabupaten Ogan Ilir. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 2016,
- Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2010 tentang Pajak Reklame Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara
- Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah sebagai Perubahan dari Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 dan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997