

## **Analisis Kinerja Pajak Reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kabupaten Hulu Sungai Tengah**

**Muhammad Nafis<sup>a</sup>, Noor Safrina<sup>b\*</sup>, Julkawait<sup>c</sup>**  
<sup>abc</sup>Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Banjarmasin  
\*Corresponding Author: [safrinanoor.99@gmail.com](mailto:safrinanoor.99@gmail.com)

---

### ***Abstract***

*Advertising tax is a very potential source of regional income. The increase in the number of billboard installations in Hulu Sungai Tengah Regency has not been matched by strict supervision from the Government due to the detection of many cases of irregularities and fraud occurring in the field in the installation of billboards. This research aims to measure the performance of advertising taxes in Hulu Sungai Tengah Regency. The methods used are the collection ratio and the tax growth rate ratio. The results of this research show that the results of calculating advertising tax performance use ratios of average collection is 82.83% with the criteria being ineffective in achieving tax performance. Meanwhile, analysis of tax performance using the calculation of the tax growth rate ratio shows that the percentage of advertising tax performance has not succeeded in achieving performance*

**Keywords:** *Advertising Tax; Collection Ratio; Performance; Tax Growth Rate Ratio*

### **Abstrak**

Pajak iklan merupakan sumber pendapatan daerah yang sangat potensial. Peningkatan jumlah pemasangan billboard di Kabupaten Hulu Sungai Tengah ternyata tidak diimbangi dengan pengawasan yang ketat dari pemerintah karena ditemukan banyak kasus penyimpangan dan kecurangan yang terjadi di lapangan dalam pemasangan billboard. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kinerja pajak iklan di Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Metode yang digunakan adalah rasio perolehan dan rasio laju pertumbuhan pajak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil perhitungan kinerja pajak iklan menggunakan rasio perolehan rata-rata adalah 82,83% dengan kriteria tidak efektif dalam mencapai kinerja pajak. Sementara itu, analisis kinerja pajak menggunakan perhitungan rasio laju pertumbuhan pajak menunjukkan bahwa persentase kinerja pajak iklan belum berhasil mencapai kinerja yang diharapkan.

**Kata Kunci:** Kinerja; Pajak Iklan; Rasio Laju Pertumbuhan Pajak; Rasio Perolehan

---

@IJAAF 2024 published by Politeknik Negeri Banjarmasin. All rights reserved.

## 1. Pendahuluan

Pajak menurut Prof. Dr. P.J. A. Andriani adalah iuran masyarakat kepada negara (yang dapat dipaksakan) yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan umum (undang-undang) dengan tidak mendapatkan prestasi kembali yang langsung dapat ditunjuk dan gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum berhubungan tugas Negara untuk menyelenggarakan pemerintahan (Wulandari & Iryanie, 2017: 39).

Undang-Undang No. 1 Tahun 2022 pasal 1 ayat 20 mendefinisikan Pendapatan Asli Daerah adalah pendapatan daerah yang diperoleh dari pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Salah satu pendapatan daerah yang berkontribusi untuk Pendapatan Asli Daerah (selanjutnya ditulis PAD) adalah Pajak Daerah. Berdasarkan pasal 1 ayat 21 Undang-Undang No. 1 Tahun 2022, yaitu Pajak Daerah, yang selanjutnya disebut Pajak 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. Pajak reklame menjadi salah satu sumber pendapatan daerah yang sangat potensial pada saat ini karena reklame salah satu media pemasaran untuk mempromosikan produk, khususnya di Kabupaten Hulu Sungai Tengah (HST), Provinsi Kalimantan Selatan yang dijadikan obyek penelitian oleh penulis dalam penelitian ini.

Menurut Peraturan Daerah Kabupaten Hulu Sungai Tengah No. 5 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame, reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial yang memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum. Sistem pemungutan pajak yang diterapkan Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kabupaten Hulu Sungai Tengah adalah sistem *self assesment*, artinya wajib pajak diberi kepercayaan untuk menghitung sendiri, memperhitungkan sendiri, menyetor, dan melaporkan sendiri kewajiban pajaknya. Peningkatan jumlah pemasangan reklame di Kabupaten HST tidak diimbangi dengan pengawasan yang ketat dari pihak pemerintah. Banyaknya ditemukan kasus-kasus penyimpangan dan kecurangan yang terjadi di lapangan. Penulis melakukan penelitian langsung ke Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah dan melakukan

wawancara langsung dengan Elsa Arnovasari selaku kolektor pajak daerah yang menyebutkan kecurangan-kecurangan yang terjadi seperti:

- a. Masih adanya objek reklame ilegal yang tidak membayar pajak.
- b. Reklame yang sudah habis masa pajaknya, sebagian masih ada yang berdiri, seharusnya sudah tidak terpasang lagi karena merugikan Pemerintah dari segi PAD.

Sebagai sumber penerimaan yang dapat memberikan kontribusi terhadap PAD di Kabupaten HST, pemerintah diharapkan mampu mengoptimalkan potensi yang dimiliki pajak reklame. Dengan Peraturan Daerah Kabupaten Hulu Sungai Tengah No. 5 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame akan memudahkan mengatur sumber pendapatan daerah dan memungut sesuai dengan ketentuan. Berikut adalah tabel target dan realisasi pajak reklame di Kabupaten HST tahun 2018-2022.

Tabel 1. Target dan Realisasi Pajak Reklame Kabupaten Hulu Sungai Tengah Tahun 2018-2022

Tahun	Target	Realisasi
2018	150.609.585	110.768.780
2019	150.609.589	80.778.991
2020	90.312.491	105.969.161
2021	127.942.696	91.742.618
2022	101.624.160	99.494.723

Sumber: Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kab. HST

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa target penerimaan pajak reklame dari tahun 2018-2022 mengalami penurunan, begitu juga dengan realisasinya dari tahun 2018-2022 dikarenakan tingkat kesadaran wajib pajak masih kurang dan minimnya sosialisasi dari Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kabupaten Hulu Sungai Tengah, sehingga masyarakat banyak yang belum mengetahui adanya peraturan daerah tentang pajak reklame.

Pajak reklame sebagai salah satu sumber Pendapatan Daerah yang berpotensi dapat dilakukan pemungutan secara efisien, efektif, dan ekonomis sehingga dapat lebih berperan dalam usaha peningkatan PAD. Target perolehan PAD Kabupaten HST dari sektor pajak reklame ini memiliki potensi tinggi, karena tidak sedikit perorangan atau badan usaha yang menggunakan reklame sebagai alat untuk mempromosikan usahanya. Selain itu, dalam pemungutan pajak reklame seharusnya tidak sulit, karena objek dan jumlah titiknya sudah jelas. Seharusnya pencapaian perolehan atau realisasi perolehan PAD dari sektor ini dapat terpenuhi.

Berdasarkan uraian inilah, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kinerja pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kabupaten Hulu Sungai Tengah.

## **2. Metode Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan studi kasus, yaitu penelitian yang menyampaikan fakta dengan cara mendeskripsikan apa yang dilihat, diperoleh dan dirasakan. Dalam hal ini, peneliti melaporkan hasil pandangan mata dengan menggambarkan subjek objek yang sedang diteliti tanpa rekayasa atau semacamnya (Priadana & Sunarsi, 2021: 211). Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kinerja Pajak dan Reklame. Menurut Intansari (2018), variabel adalah suatu simbol yang berisi suatu nilai. Definisi operasional variabel dalam penelitian ini yaitu kinerja pajak yang menggambarkan pencapaian realisasi pajak sesuai dengan hasil yang ditargetkan. Sementara itu, reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum.

Analisis data yang digunakan untuk keperluan menghitung kinerja pajak reklame di Kabupaten HST dengan cara:

- a. Melihat rekapitulasi pendapatan pajak reklame di Kabupaten HST tahun 2018-2022, kemudian menentukan pokok pembahasan dan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini.
- b. Menghitung dan menganalisa kinerja pajak reklame dengan metode Rasio Pengumpulan dan Rasio Laju Pertumbuhan.

## **3. Hasil dan Pembahasan**

Berdasarkan pasal 4 ayat (1) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (KUP), pajak diartikan sebagai kontribusi yang diwajibkan negara terhadap orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa yang sesuai dengan Undang-Undang dimana pajak tersebut digunakan untuk keperluan negara untuk sebesar-besarnya kesejahteraan rakyat. Pajak memiliki andil yang penting dalam pembangunan ekonomi atau kehidupan bernegara.

Beberapa alasan lain dari pentingnya membayar pajak adalah: (1) membayar pajak merupakan kewajiban, dalam artian membayar pajak

merupakan kewajiban yang harus Wajib Pajak laksanakan sebagai warga negara Indonesia, (2) memperlancar proses bisnis, artinya kepemilikan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) merupakan persyaratan dari berbagai transaksi bisnis. NPWP juga dijadikan salah satu syarat bagi Wajib Pajak dalam melaksanakan proses pembayaran dan pelaporan pajak, (3) berperan serta bagi Negara, artinya pembayaran pajak yang dilakukan Wajib Pajak akan digunakan untuk pengeluaran berbagai fasilitas umum, seperti sarana jalan, fasilitas sekolah, rumah sakit, dan kendaraan umum, dan (4) pemerataan kesejahteraan masyarakat, yang berarti pembayaran pajak menyokong terpenuhinya kesejahteraan masyarakat. Objek dan subjek pajak tertentu dapat menunjang penerimaan pajak lebih besar dari yang lain. Hasil pungutan pajak tersebut kemudian digunakan untuk mengadakan sarana-sarana bagi rakyat kurang mampu sehingga diusahakan untuk mengurangi ketimpangan sosial.

Ramadiansyah, Sudjana, & Dwiatmanto (2014) menguraikan beberapa macam tingkat kesadaran membayar pajak yang memotivasi Wajib Pajak untuk membayar pajak salah satunya adalah kesadaran bahwa pajak merupakan bentuk peran serta dalam menopang pembangunan negara. Pemahaman masyarakat mengenai permasalahan terhadap peraturan perpajakan sangatlah penting. Hal tersebut dapat mendorong kesadaran masyarakat terutama Wajib Pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Hal ini sejalan dengan hasil tulisan Masruroh Siti & Zulaikha (2013) yang menyatakan wawasan dan pengertian mengenai peraturan perpajakan merupakan proses wajib pajak mengetahui dan menerapkan pengetahuan tersebut untuk membayar pajak.

Pajak merupakan sumber penting dan utama pendapatan negara. Tanpa adanya pajak, sebagian besar kegiatan atau transaksi pengeluaran negara sulit untuk dapat diselenggarakan. Penggunaan uang pajak adalah dimulai dari belanja pegawai sampai dengan pengeluaran berbagai proyek pembangunan. Pembangunan fasilitas umum seperti jalan, jembatan, sekolah, rumah sakit/puskesmas, dan kantor polisi didanai dengan menggunakan uang yang berasal dari pajak. Uang yang dihasilkan dari pembayaran pajak juga digunakan untuk pembiayaan dalam rangka memberikan rasa aman bagi seluruh bagian masyarakat. Setiap warga negara mulai saat dilahirkan sampai dengan meninggal dunia, menikmati sarana atau pelayanan dari pemerintah yang semuanya dibiayai dengan uang yang berasal dari pajak. Jadi, dapat dikatakan bahwa peranan penerimaan pajak bagi negara menjadi sangat penting dalam menunjang kegiatan pemerintahan dan pembiayaan pembangunan nasional.

Menurut Sinambela (2016: 332), 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. Pajak reklame adalah salah satu bagian dari PAD yang notabene merupakan sumber daya finansial yang sangat diperlukan oleh pemerintah daerah dalam melaksanakan pembangunan.

Pajak reklame merupakan salah satu sumber pendapatan daerah yang memiliki potensi perkembangan yang baik, karena pajak reklame berbanding lurus dengan perkembangan suatu daerah. Namun tingkat pendapatan pajak reklame selain bergantung pada perkembangan ekonomi juga bergantung pada pengelolaan pajak yang dilakukan oleh pemerintah daerah. Penelitian yang dilakukan oleh Ichsan, Siregar, & Soetarto (2018) menyatakan kurang berhasilnya atau tidak optimalnya kinerja pemungutan pajak reklame pada Pemerintah Kota Bekasi yang perlu ditindaklanjuti dengan perbaikan perencanaan dan pengelolaan pemungutan dan penerimaan pajak reklame agar dapat menanggulangi permasalahan yang ada, seperti kebocoran penerimaan, ketidaksesuaian perhitungan target dengan potensi sebenarnya, dan kurangnya ketegasan dalam pemungutan dan pengawasan.

Peraturan Daerah Kabupaten Hulu Sungai Tengah No. 5 Tahun 2011 tentang pajak reklame menyatakan dasar pengenaan reklame dihitung dengan berdasarkan jenis reklame, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, waktu, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah, dan ukuran media reklame dengan tarif pajak reklame yang ditetapkan sebesar 25% (dua puluh lima persen).

## Tarif dan Dasar Pengenaan Pajak Reklame

### *a. Tarif Pajak Reklame*

Peraturan Bupati No. 36 Tahun 2015 tentang petunjuk pelaksanaan pemungutan pajak reklame mengenai tarif perhitungan pajak reklame bisa dilihat di tabel dibawah ini. Berikut adalah tabel tarif perhitungan pajak reklame dan kawasan strategis di Kabupaten HST.

Tabel 2 Tarif Perhitungan Pajak Reklame dan Kawasan Strategis Kabupaten Hulu Sungai Tengah

Jenis Reklame	Masa Pajak	Ukuran Satuan	Lokasi Pemasangan			
			Kawasan I	Kawasan II	Kawasan III	Kawasan IV
Billboard	s/d 3 bulan	M2	247.500	222.750	206.250	189.750

	lebih 3 bulan s/d 6 bulan	M2	412.500	371.250	343.750	316.250
	lebih 6 bulan s/d 12 bulan	M2	660.000	594.000	550.000	506.000
Baliho	s/d 3 bulan	M2	165.000	222.750	206.250	189.750
	lebih 3 bulan s/d 6 bulan	M2	275.000	371.250	343.750	316.250
	lebih 6 bulan s/d 12 bulan	M2	440.000	594.000	550.000	506.000
Neon Box/sign	s/d 3 bulan	M2	165.000	222.750	206.250	189.750
	lebih 3 bulan s/d 6 bulan	M2	275.000	371.250	343.750	316.250
	lebih 6 bulan s/d 12 bulan	M2	440.000	594.000	550.000	506.000
Bando	1 tahun	M2	700.000	675.000	625.000	575.000
Megatron	1 tahun	M2	2.812.500	2.531.250	2.343.750	2.156.250
Videotron/LED	1 tahun	M2	3.937.500	3.543.750	3.281.250	3.018.750
Spanduk/ Umbul-umbul /Banner	Per-hari	M2	3.750	3.375	3.125	2.875
Reklame Slide/film	Per-menit	Per buah	6.000	5.400	5.000	4.600
Reklame Suara	Per-menit	Per buah	3,750	3.375	3.125	2.875
Reklame Melekat (Stiker)	1 kali	Per 100 lembar	72.000	64.800	60.000	55.200
Reklame Selebaran	1 kali	Per 100 lembar	60.000	54.000	50.000	46.000
Reklame Berjalan	1 hari	Per buah	168.750	151.875	140.625	129.375
Reklame Udara/ Balon	1 bulan	Per buah	562.500	506.250	468.750	431.250
Reklame Peragaan	Per hari	Per hari	112.500	101.250	93.750	86.250

Sumber: Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kab. Hulu Sungai Tengah

### *b. Dasar Pengenaan Pajak Reklame*

Berdasarkan Peraturan Bupati Pasal 2 dan 3 No. 36 Tahun 2015 tentang petunjuk pelaksanaan pemungutan pajak reklame mengenai tata cara perhitungan sewa reklame dan tarif pajak reklame, yaitu:

1. Nilai sewa reklame dihitung berdasarkan rumus sebagai berikut:  
Nilai sewa reklame = nilai strategis pemasangan reklame ditambah nilai jual objek reklame.
2. Nilai strategis yang dimaksud pada ayat 1 dihitung berdasarkan persentase tiap kawasan.
3. Persentase tiap kawasan sebagaimana yang di maksud pada ayat 2

- tercantum dalam lampiran I Peraturan Bupati ini.
4. Hasil perhitungan nilai sewa reklame sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dan ayat 2 dalam lampiran II Peraturan Bupati.
  5. Tarif pajak reklame ditetapkan sebesar 25% (dua puluh lima persen).

### **Kinerja Pajak**

Menurut Nawawi (dalam buku Fauzi & Nugroho, 2020: 3-4), kinerja adalah hasil pelaksanaan suatu pekerjaan, baik bersifat fisik maupun non-fisik. Kinerja merupakan indikator dari hasil kerja karyawan dalam suatu periode tertentu, maka diperlukan suatu kegiatan penilaian atas hasil kinerja tersebut (*performance appraisal*). Menurut Asa Astamira dalam Intansari (2018), untuk mengukur kinerja pajak, khususnya yang berkaitan dengan pajak daerah menggunakan rasio pengumpulan dan rasio laju pertumbuhan pajak, sebagai berikut:

#### *a. Rasio Pengumpulan (Collection Ratio)*

Asa Astamaria dalam Intansari (2018) mengemukakan bahwa rumus untuk menghitung pengumpulan pajak daerah dalam hal ini khususnya pajak reklame, apakah sudah mencapai target atau belum sesuai dengan target dengan ketentuan sebagai berikut:

- Hasil perbandingan tingkat pencapaian di atas 100% artinya sangat efektif dalam mencapai kinerja penerimaan pajak.
- Hasil perbandingan tingkat pencapaian 100% artinya efektif dalam mencapai kinerja penerimaan pajak.
- Hasil perbandingan tingkat pencapaian dibawah 100% artinya tidak efektif dalam mencapai kinerja penerimaan pajak.

Rumus perhitungan dengan cara Rasio Pengumpulan yaitu :

$$\text{Collection Ratio (CLR)} = \frac{\text{RealisasiX}_i}{\text{TargetX}_i} \times 100\% \dots\dots (1)$$

Keterangan:

CLR = Rasio Pengumpulan data

X<sub>i</sub> = Jenis Pajak Daerah

#### *b. Rasio Laju Pertumbuhan Pajak*

Menurut Asa Astamira dalam Intansari (2018), rasio laju pertumbuhan pajak menunjukkan kemampuan pemerintah daerah dalam mempertahankan dan meningkatkan keberhasilan yang telah dicapainya dari periode ke periode berikutnya. Diketuinya pertumbuhan untuk masing-masing komponen sumber pendapatan dan pengeluaran dapat digunakan untuk mengevaluasi khususnya yang berkaitan dengan pajak

daerah yaitu kinerja pajak reklame. Berikut tabel skala pengukuran rasio laju pertumbuhan pajak.

Tabel 3. Skala Pengukuran Rasio Laju Pertumbuhan Pajak

Laju Pertumbuhan Pajak	Kriteria
85%-100%	Sangat berhasil mencapai kinerja
70%-85%	Berhasil mencapai kinerja
55%-70%	Cukup berhasil mencapai kinerja
30%-55%	Kurang berhasil mencapai kinerja
Kurang dari 30%	Tidak berhasil mencapai kinerja

Sumber: Intansari (2018)

Rumus perhitungan rasio laju pertumbuhan pajak yaitu:

$$\text{Pertumbuhan Pajak} = \frac{X_t - X(t-1)}{X(t-1)} \times 100\% \quad \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan:

Gx = Laju Pertumbuhan Pajak

Xt = Realisasi penerimaan pajak pada tahun sekarang

X(t-1) = Realisasi penerimaan pajak pada tahun sebelumnya

### Perhitungan dan Kinerja Pajak Pada Badan Pengelola Pajak Kabupaten Hulu Sungai Tengah

Kinerja merupakan indikator dari hasil kerja karyawan dalam suatu periode tertentu, maka diperlukan suatu kegiatan penilaian atas hasil kinerja tersebut (*performance appraisal*). Kinerja pajak dapat diukur menggunakan dua rasio yaitu, Rasio Pengumpulan (*Collection Ratio*) dan Rasio Laju Pertumbuhan Pajak, sebagai berikut:

#### a. Rasio Pengumpulan (*Collection Ratio*)

Dalam menghitung rasio pengumpulan data yang digunakan adalah target dan realisasi pajak reklame periode 2018-2022. Berikut perhitungan kinerja pajak menggunakan analisa rasio pengumpulan.

Tabel 4 Perhitungan Kinerja Pajak Menggunakan Analisa Rasio Pengumpulan (*Collection Ratio*)

Tahun	Perhitungan Rasio Pengumpulan		%	Kriteria
2018	110.768.780	x 100% =	73,55%	Tidak efektif
	150.609.585			
2019	80.778.991	x 100% =	53,63%	Tidak efektif
	150.609.589			
2020	105.969.161	x 100% =	117,34%	Sangat efektif
	90.312.491			
2021	91.742.618	x 100% =	71,71%	Tidak efektif
	127.942.696			
2022	99.494.723	x 100% =	97,90%	Tidak efektif
	101.624.160			
Rata-rata hasil perhitungan rasio pengumpulan			82,83%	Tidak efektif

Sumber: Data diolah dari Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kab. HST

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa penerimaan pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kabupaten Hulu Sungai Tengah mengalami hasil yang kurang optimal. Dari tabel tersebut, hasil perhitungan untuk mengukur kinerja pajak menggunakan analisa rasio pengumpulan pada tahun 2018 dan 2019 di bawah 100%. Hal ini menunjukkan bahwa penerimaan pajak reklame di tahun 2018 dan 2019 tidak efektif dalam mencapai kinerja pajak. Pada tahun 2020, hasil penerimaan pajak terealisasi sebesar 117,34%. Pada tahun ini penerimaan pajak reklame menunjukkan hasil yang sangat efektif dalam mencapai kinerja pajak. Pada tahun 2021 dan 2022 menunjukkan hasil yang kurang optimal, yaitu di bawah 100% yang mengartikan bahwa penerimaan pajak pada tahun 2021 dan 2022 menunjukkan hasil yang tidak efektif dalam mencapai kinerja pajak sehingga secara rata-rata dalam periode penelitian (2018 – 2022) menunjukkan hasil tidak efektif untuk mencapai kinerja pajak reklame di Kabupaten HST.

#### b. Rasio Laju Pertumbuhan Pajak

Hasil perhitungan kinerja pajak menggunakan analisa rasio laju pertumbuhan pajak reklame selama tahun 2018-2022 disajikan dalam Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Perhitungan Kinerja Pajak Menggunakan Analisa Rasio Laju Pertumbuhan Pajak

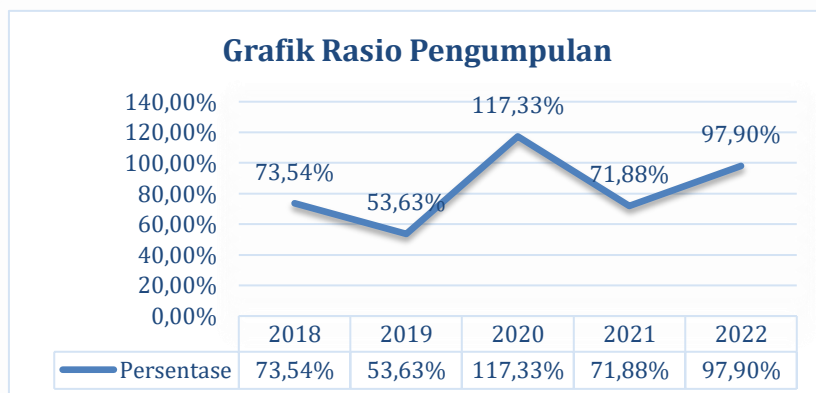
Tahun	Perhitungan Rasio Laju Pertumbuhan Pajak	%	Kriteria
2018	$\frac{110.678.780 - 0}{0} \times 100\% =$	0%	Menjadi Tahun Dasar
2019	$\frac{80.778.991 - 110.768.780}{110.768.780} \times 100\% =$	-27,07%	Tidak berhasil mencapai kinerja
2020	$\frac{105.969.161 - 80.778.991}{80.778.991} \times 100\% =$	31,18%	Kurang berhasil mencapai kinerja
2021	$\frac{91.742.618 - 105.969.161}{105.969.161} \times 100\% =$	-13,43%	Tidak berhasil mencapai kinerja
2022	$\frac{99.494.723 - 91.742.618}{91.742.618} \times 100\% =$	8,45%	Tidak berhasil mencapai kinerja

Sumber: Data diolah dari Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kab. HST

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa kinerja pajak pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kabupaten HST yang dihitung menggunakan analisa rasio laju pertumbuhan pajak pada tahun 2018-2022 menunjukkan hasil yang kurang memuaskan. Pada tahun 2018 menjadi tahun dasar perhitungan analisa rasio laju pertumbuhan pajak. Pada tahun 2019 mengalami penurunan yang sangat drastis sebesar -27,07%. Hal ini menunjukkan bahwa hasil yang dicapai tidak berhasil mencapai kinerja. Pada tahun 2020 mengalami kenaikan signifikan mencapai 31,18% namun hal ini masih belum dikatakan berhasil dalam mencapai kinerja pajak menggunakan analisa rasio laju pertumbuhan pajak. Pada tahun 2021 dan 2022 kembali mengalami penurunan yang cukup signifikan yang membuat hasil penerimaan pajak reklame di Kabupaten HST dikatakan tidak berhasil mencapai kinerja pajak.

### **Analisa Perhitungan Kinerja Pajak Reklame**

Pada tahun 2018-2022, kinerja pajak reklame dapat dikatakan kurang baik karena mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Berikut rasio pengumpulan pajak reklame (Gambar 1).

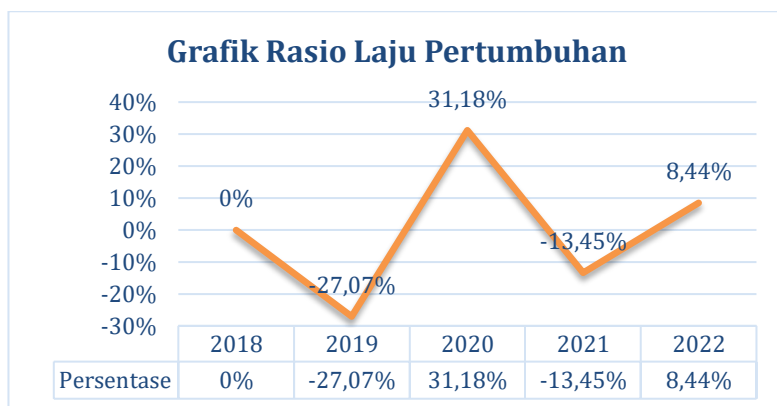


Gambar 1 memperlihatkan persentase kinerja pajak reklame di Kabupaten HST mengalami persentase naik turun. Pada tahun 2018 dan 2019, persentase kinerja pajak reklame tidak mencapai target. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja pajak reklame tidak efektif, dikarenakan kurangnya pengendalian dari Badan Pengelola Pajak Daerah dan Retribusi Daerah Kabupaten HST sehingga pribadi atau badan (disebut sebagai subyek pajak sesuai Peraturan Daerah Nomor 5 Tahun 2011) banyak yang kurang sadar akan membayar pajak reklame dan tentang adanya peraturan daerah tentang pajak reklame juga terkait dengan aturan pemerintah Kabupaten HST yang mana dalam setiap permohonan pemasangan reklame diharuskan adanya IMB (Izin Mendirikan Bangunan) atau yang sekarang dikenal dengan PBG (Persetujuan Bangunan Gedung) sehingga menjadi kendala utama bagi pribadi atau badan yang ingin melakukan pemasangan reklame harus mengurungkan niatnya karena tidak bisa melengkapi persyaratan tersebut.

Pada tahun 2020, kinerja pajak reklame mengalami kenaikan, yaitu mencapai 117,34% yang menunjukkan bahwa kinerja pajak reklame sangat efektif, dikarenakan penerimaan pajak reklame pada dua tahun terakhir tidak mencapai target, yaitu tahun 2018 dan 2019 pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah khususnya target penerimaan pajak reklame diturunkan akibat tidak tercapainya capaian penerimaan pajak reklame pada tahun sebelumnya, namun pada kondisi di lapangan wajib pajak secara masif melakukan promosi baik itu reklame yang permanen dan non permanen yang akhirnya meningkatkan penerimaan pajak reklame pada tahun 2020 secara signifikan dan melampaui target. Sedangkan untuk tahun 2021 dan tahun 2022 mengalami penurunan dan tidak mencapai target, sehingga untuk Kinerja Pajak Reklame pada tahun 2021 dan 2022 termasuk kriteria tidak efektif karena banyaknya reklame yang tidak

melakukan perpanjangan pemasangan reklame dan tidak sedikit objek reklame yang tidak membayar pajak reklame karena memang pengawasan yang kurang dari Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kabupaten HST.

Selain menggunakan rasio pengumpulan, perhitungan kinerja pajak reklame, menggunakan rasio laju pertumbuhan pajak reklame. Rasio laju pertumbuhan pajak reklame ditunjukkan dalam Gambar 2.



Gambar 2. Rasio Laju Pertumbuhan Pajak Reklame 2018-2022

Berdasarkan grafik di atas, pada tahun 2019 perhitungan kinerja pajak menggunakan rasio laju pertumbuhan pajak menunjukkan angka -27,07%. Hal ini menunjukkan pendapatan pada tahun 2019 sangat menurun dibandingkan dengan tahun 2018 karena faktor banyaknya reklame yang tidak melakukan perpanjangan pemasangan reklame dari tahun sebelumnya, rendahnya kesadaran masyarakat untuk membayar pajak, dan adanya kecenderungan wajib pajak menghindari atau berbuat tidak jujur dalam melaporkan hasil pemasangan reklame. Selain itu, pemerintah tidak tegas dalam menetapkan sanksi bagi wajib pajak yang menunggak atau menghindari dalam membayar pajak reklame.

Walaupun tahun 2020 menjadi tahun awal terjadinya Covid-19, pendapatan pajak reklame di Kabupaten HST mengalami kenaikan mencapai angka 31,18% dari tahun sebelumnya. Hal ini karena para pelaku usaha berusaha mempertahankan usahanya agar tetap berjalan dengan baik salah satu caranya adalah melakukan promosi agar menarik daya beli masyarakat dengan cara pemasangan reklame baik jenis reklame yang permanen maupun yang non-permanen. Namun pada tahun 2021 mengalami penurunan, yaitu sebesar -13,43%. Hal ini karena dampak dari Covid-19 yang membuat perekonomian menurun sehingga upaya promosi

melalui pemasangan reklame juga berkurang. Pada tahun 2022, kinerja pajak reklame mengalami kenaikan sebesar 8,45%, karena pada tahun 2022 ini perekonomian menuju ke arah yang lebih baik sehingga pelaku usaha mulai melakukan promosi melalui pemasangan reklame.

### **Upaya Peningkatkan Penerimaan Pajak Reklame**

Upaya–upaya yang dilakukan pemerintah daerah dalam meningkatkan penerimaan pajak reklame dapat dilakukan dengan cara:

- a. Melakukan pendataan terhadap pajak reklame yang baru maupun yang terpasang. Pendataan ini dilakukan untuk memudahkan mengidentifikasi reklame yang telah habis masa pajaknya agar dilakukan konfirmasi kepada wajib pajak untuk selanjutnya akan dilakukan perpanjangan pemasangannya atau tidak.
- b. Melakukan koordinasi kepada dinas terkait seperti Dinas Penanaman Modal Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) dan Tenaga Kerja Kabupaten HST dan Satuan Polisi Pamong Praja dan Damkar Kabupaten HST untuk penindakan reklame yang sudah habis masa izin pemasangannya dan untuk penertiban reklame yang tidak memiliki izin dan tidak membayar pajak reklame.
- c. Melakukan pengawasan terhadap objek pajak reklame yang sudah terpasang dengan cara turun langsung ke lapangan untuk memastikan keberadaan reklame sesuai dengan permohonan yang diajukan wajib pajak.
- d. Melakukan evaluasi mengenai hasil pemungutan pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kabupaten HST agar wajib pajak merasa puas dan masyarakat mempunyai kesadaran membayar pajak untuk membangun daerah.

## **4. Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis kinerja pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kabupaten Hulu Sungai Tengah periode tahun 2018 sampai tahun 2022 yang dihitung menggunakan metode rasio pengumpulan (*collection ratio*) dan rasio laju pertumbuhan pajak dapat disimpulkan bahwa: (1) Analisis kinerja pajak reklame di Kabupaten HST yang dihitung menggunakan perhitungan rasio pengumpulan dari tahun 2018 sebesar 73,55%, tahun 2019 sebesar 53,63%, tahun 2020 117,34%, tahun 2021 71,71%, dan tahun 2022 sebesar 97,90%. Dapat dilihat penerimaan pajak reklame dalam kurun waktu 5 tahun terakhir mengalami penerimaan yang fluktuatif. Analisis ini menunjukkan bahwa kinerja pajak pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kabupaten HST dari

tahun 2018 -2022 menunjukkan hasil rata-rata sebesar 82,83% dengan kriteria tidak efektif dalam mencapai kinerja pajak. (2) Analisis kinerja pajak reklame di Kabupaten HST yang dihitung menggunakan perhitungan rasio laju pertumbuhan pajak dari tahun 2018 sebesar 0% karena menjadi tahun dasar perhitungan, tahun 2019 sebesar -27,07%, tahun 2020 sebesar 31,18%, tahun 2021 sebesar -13,43%, tahun 2022 sebesar 8,45%. Dari analisis 5 tahun terakhir, persentase kinerja pajak reklame semuanya tidak berhasil mencapai kinerja sehingga dapat disimpulkan Kinerja Pajak Reklame yang dihitung berdasarkan perhitungan rasio pengumpulan dan rasio laju pertumbuhan pajak bahwa kinerja pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kabupaten HST termasuk kategori rendah dan kurang baik dalam mencapai kinerja.

Upaya yang dilakukan Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kabupaten HST dalam mencapai target penerimaan, yaitu: (1) melakukan pendataan terhadap pajak reklame yang baru maupun yang terpasang, (2) melakukan koordinasi dengan dinas terkait untuk penindakan reklame yang sudah habis masa izin pemasangannya, (3) melakukan pengawasan terhadap objek pajak reklame yang sudah terpasang, dan (4) melakukan evaluasi mengenai hasil pemungutan pajak reklame.

### Daftar Pustaka

- Ichsan, A., Siregar, H., & Soetarto, E. (2018). Strategi Pemungutan Penerimaan Pajak Reklame Kota Bekasi. *Jurnal Manajemen Pembangunan Daerah*, 10(Nomor Khusus), 7.
- Fauzi, A., & Nugroho, R. H. (2020). *Manajemen Kinerja*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Hapsari, M. T. (2022). Kinerja Pajak Daerah Kabupaten Tulungagung Ditinjau dari Analisis Rasio Efektivitas dan Efisiensi Pajak serta Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 9(2), 304-320.
- Manane, D. R. (2021). Analisis Kinerja Pajak Daerah dari Aspek Rasio Efektivitas dan Rasio Pertumbuhan di Kabupaten Timor Tengah Utara. *Inspirasi Ekonomi: Jurnal Ekonomi Manajemen*, 3(1), 24-30.
- Mintalangi, S. S. (2021). Analisis Kinerja Pajak dan Retribusi Daerah Terhadap Penerimaan PAD di Kabupaten Minahasa Selatan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(1).
- Peraturan Bupati Hulu Sungai Tengah No. 36 Tahun 2015 tentang Petunjuk Pelaksanaan Pemungutan Pajak Reklame.
- Peraturan Bupati Hulu Sungai Tengah No. 48 Tahun 2018 tentang Kedudukan, Tugas dan Fungsi, Serta Tata Kerja Badan Pengelola

- Pajak dan Retribusi Daerah.  
Peraturan Daerah Kabupaten Hulu Sungai Tengah No. 5 Tahun 2011.  
tentang Pajak Reklame.
- Pulungan, K. A. (2020). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*.
- Putri, AM., & Rahman, A. (2022). Pengawasan Penertiban Pemasangan Reklame oleh Satuan Polisi Pamong Praja di Kabupaten Kampar. *Jurnal Tata Pamong* 5(1), 1-24.
- Sari, Intan (2018). *Analisis Kinerja dan Potensi Pajak Reklame Pada Badan Pengelolaan Pajak Daerah Kota Palembang* (Tugas Akhir, Politeknik Palcomtech Palembang). [http://repo.palcomtech.ac.id/id/eprint/305/1/Laporan\\_Intansari.pdf](http://repo.palcomtech.ac.id/id/eprint/305/1/Laporan_Intansari.pdf).
- Priadana, S. & Sunarsih, MS Denok. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Ramadiansyah, D., Sudjana, N., & Dwiatmanto. (2014). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Wajib Pajak Orang Pribadi dalam Memenuhi Kewajiban Membayar Pajak (Studi Kasus pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Singosari). *Jurnal e-Perpajakan*, 1(1).
- Sinambela, T. (2016). *Perpajakan*. Yogyakarta: DeePublish.
- Siyuto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis: Metode Penelitian Bisnis* (Vol. 1). Bandung: Alfabeta.
- Undang-undang Nomor 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintahan Daerah. *Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6757, 104172*, 1–143. <https://djpk.kemenkeu.go.id/?p=22499>.
- Wulandari, P. A., & Iryanie, E. (2017). *Pajak Daerah dalam Pendapatan Asli Daerah*. Yogyakarta: DeePublish.