

## Analysis of the Growth Rate and Effectiveness of Advertisement Tax Revenue on Original Regional Income in Kupang City

Bhetrix Adriani Widhia Amung<sup>1\*</sup>, Nikson Tameno<sup>2</sup>, Cicilia A. Tungga<sup>3</sup>

Universitas Nusa Cendana

**Corresponding Author:** Bhetrix Adriani Widhia Amung

[bhetrixadriani20@gmail.com](mailto:bhetrixadriani20@gmail.com)

---

### ARTICLE INFO

*Keywords:* Growth Rate, Effectiveness, Advertisement Tax

*Received :* 2 September

*Revised :* 19 September

*Accepted:* 20 October

©2023 Amung, Tameno, Tungga: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



### ABSTRACT

This research aims to determine and explain the growth rate and effectiveness of advertising taxes on local revenue in Kupang City in 2017-2021. This research uses a qualitative descriptive approach. This research uses growth rate analysis by comparing the realization of regional revenues in a particular year and the realization of regional revenues in the previous year. The effectiveness of advertising tax is measured by comparing the realization and target of advertising tax revenue. The research results show that the growth rate of advertising tax revenue has fluctuated from 2017-2021 with an average of 8.73%. This shows that the growth of advertising tax revenue in Kupang City has not been successful. The effectiveness of advertising tax in Kupang City in 2017-2021 with an average of 93.94% is included in the effective category. For this reason, it is recommended that the government and the public, especially taxpayers, work together to increase revenue from the advertising tax sector in order to increase Original Regional Income

## Analisis Laju Pertumbuhan dan Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Kupang

Bhetrix Adriani Widhia Amung<sup>1\*</sup>, Nikson Tameno<sup>2</sup>, Cicilia A. Tungga<sup>3</sup>

Nusa Cendana University

**Corresponding Author:** Bhetrix Adriani Widhia Amung

[bhetrixadriani20@gmail.com](mailto:bhetrixadriani20@gmail.com)

---

### ARTICLE INFO

*Kata Kunci:* Tingkat Pertumbuhan, Efektivitas, Pajak Iklan

*Received :* 2 September

*Revised :* 19 September

*Accepted:* 20 October

©2023 Amung, Tameno, Tungga: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan tingkat pertumbuhan dan efektivitas pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah di Kota Kupang tahun 2017-2021. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan analisis laju pertumbuhan dengan membandingkan realisasi pendapatan daerah pada tahun tertentu dengan realisasi pendapatan daerah pada tahun sebelumnya. Efektivitas pajak reklame diukur dengan membandingkan realisasi dan target penerimaan pajak reklame. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pertumbuhan penerimaan pajak reklame mengalami fluktuasi dari tahun 2017-2021 dengan rata-rata sebesar 8,73%. Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penerimaan pajak reklame di Kota Kupang belum berhasil. Efektivitas pajak reklame di Kota Kupang tahun 2017-2021 dengan rata-rata sebesar 93,94% termasuk dalam kategori efektif. Untuk itu disarankan agar pemerintah dan masyarakat khususnya wajib pajak saling bersinergi meningkatkan penerimaan dari sektor pajak reklame guna meningkatkan Pendapatan Asli Daerah

---

## PENDAHULUAN

Perkembangan dalam kehidupan politik dan sistem pemerintahan selama era reformasi telah menciptakan ketegangan politik di berbagai wilayah yang menginginkan otonomi yang lebih besar, bahkan beberapa wilayah berharap untuk menjadi negara merdeka dengan pemerintahan independen. Pemerintah pusat berkomitmen untuk memberikan kewenangan lebih besar kepada pemerintah daerah dalam upaya meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) agar penurunan subsidi dari pemerintah pusat tidak menghambat pertumbuhan ekonomi dan pemerintahan di tingkat lokal.

Salah satu sumber potensial yang dapat dikembangkan dalam rangka mengatur dan mengelola keuangan daerah adalah pajak daerah. Dalam pengelolaan pajak daerah, pemerintah daerah diberikan wewenang untuk mengatur kebijakan terkait dengan hal ini melalui Peraturan Daerah, sesuai dengan Pasal 21 UU No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah. Pelaksanaan pemerintahan daerah dilakukan dengan memberikan kewenangan yang lebih luas, konkret, dan berdampak langsung kepada daerah dalam memanfaatkan sumber-sumber pendapatan sesuai dengan UU Republik Indonesia Nomor 34 Tahun 2000 yang mengubah Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Dalam UU Nomor 34 Tahun 2000 tersebut disebutkan terdapat empat jenis pajak provinsi dan tujuh jenis pajak kabupaten/kota, di mana salah satunya adalah pajak reklame.

Tabel 1. Target dan Realisasi Pajak Reklame di Kota Kupang Tahun 2017-2021

Tahun	Target	Realisasi
2017	Rp 2.700.000.000	Rp 2.440.949.000
2018	Rp 2.700.000.000	Rp 2.337.277.839
2019	Rp 3.000.000.000	Rp 2.855.138.301
2020	Rp 3.000.000.000	Rp 3.169.283.163
2021	Rp 3.000.000.000	Rp 2.757.327.988

Sumber: BAPENDA Kota Kupang, 2023

Berdasarkan Tabel 1 Realisasi penerimaan pajak reklame pada tahun 2017, 2018, 2019 dan 2021 tidak mencapai target atau mengalami penurunan, namun pada tahun 2020 realisasi dari pajak reklame melebihi target. Dengan demikian, peneliti bermaksud meneliti agar lebih efektivitasnya pemungutan pajak reklame dan mengukur keberhasilan pemungutan pajak reklame, dikarenakan realisasi penerimaan pajak reklame dari tahun 2017-2021 mengalami fluktuasi.

Laju pertumbuhan adalah indikator kemampuan suatu wilayah untuk mempertahankan dan meningkatkan prestasinya dari satu periode ke periode berikutnya. Sementara efektivitas adalah tingkat keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuan. Mengacu pada Halim (2004), ketika kita berbicara tentang efektivitas dalam konteks pemungutan pajak, seperti penerimaan pajak reklame, maka efektivitas adalah sejauh mana pendapatan pajak reklame yang sebenarnya berhasil mencapai potensinya dalam periode waktu tertentu. Oleh

karena itu, perlu dianalisis laju pertumbuhan dan efektivitas penerimaan pajak reklame di Kota Kupang terhadap PAD Kota Kupang itu sendiri. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya dan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, peneliti merasa tertarik untuk menyelidiki dalam penelitian yang berjudul " Analisis Laju Pertumbuhan dan Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Kupang".

### TINJAUAN PUSTAKA

Permasalahan atau hambatan yang dihadapi pada sektor pajak reklame yaitu kurangnya kesadaran wajib pajak reklame dalam membayar pajak, kemudian reklame yang di pasang tanpa melakukan perizinan dari pemerintah kota, dan juga reklame yang jangka waktu perizinannya sudah lewat dari batas waktu yang ditentukan tetapi masih digunakan, Serta berbagai dampak negatif lain yang berpotensi mengurangi pendapatan dari pajak reklame.. Hal ini disebabkan karena kurangnya pengawasan dari petugas penagihan pajak dan pemerintah kota dalam pengelolaannya. Dalam hal ini, Pajak reklame harus dipungut dengan cara yang efisien, efektif, dan hemat sumber daya untuk meningkatkan peranannya dalam peningkatan Pendapatan Asli Daerah di Kota Kupang.

### METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk menguraikan dengan cermat, sistematis, dan akurat fakta serta karakteristik dari populasi tertentu atau upaya untuk memberikan gambaran rinci tentang fenomena yang diteliti. Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian studi kasus, untuk mendapatkan data dengan melakukan, wawancara, observasi dan dokumentasi. Data yang diperoleh selanjutnya dihitung dengan menggunakan rumus laju pertumbuhan dan efektivitas. Variabel data yang dibutuhkan dalam melakukan penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Operasionalisasi Variabel

No.	Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Skala
1.	Laju Pertumbuhan	Hasil penerimaan pajak reklame	Realisasi pajak reklame	Rasio
2.	Efektivitas	Suatu ketercapaian yang sudah ditargetkan	Realisasi dan target pajak reklame	Rasio
3.	Pajak Reklame	Pajak atas reklame yang diberikan	Target dan potensi pajak reklame	Rasio

Sumber: Peneliti, 2023

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Laju Pertumbuhan Pajak Reklame

Pertumbuhan adalah indikator yang mengukur sejauh mana pemerintah daerah dapat menjaga dan meningkatkan pencapaian yang telah dicapai dari satu periode ke periode berikutnya. Untuk menilai sejauh mana realisasi pendapatan dan pengeluaran rutin daerah tumbuh, dan dengan demikian, sejauh mana daerah mampu menghasilkan sumber daya keuangannya sendiri. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, laju pertumbuhan digunakan sebagai alat ukur. Rumus untuk menghitung laju pertumbuhan adalah sebagai berikut (Halim, 2004:163):

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

Perhitungan Laju Pertumbuhan Pajak Reklame Kota Kupang:

$$\begin{aligned} \text{Tahun 2017} &= \frac{2.440.949.000 - 2.326.447.989}{2.326.447.989} \times 100\% = 4,92\% \\ \text{Tahun 2018} &= \frac{2.337.277.839 - 2.440.949.000}{2.440.949.000} \times 100\% = 4,24\% \\ \text{Tahun 2019} &= \frac{2.855.138.301 - 2.337.277.839}{2.337.277.839} \times 100\% = 22,16\% \\ \text{Tahun 2020} &= \frac{3.169.283.163 - 2.855.138.301}{2.855.138.301} \times 100\% = 11,03\% \\ \text{Tahun 2021} &= \frac{2.757.327.988 - 3.169.283.163}{3.169.283.163} \times 100\% = -1,30\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan Laju Pertumbuhan dengan menggunakan rumus tersebut disajikan pada tabel 3.

Tabel 3. Laju Pertumbuhan Pajak Reklame Kota Kupang Tahun 2017-2021

Tahun	Realisasi	Selisih Realisasi per Tahun	Laju Pertumbuhan
2017	Rp2.440.949.000	Rp114.501.011	4,92%
2018	Rp2.337.277.839	Rp103.671.161	4,24%
2019	Rp2.855.138.301	Rp517.860.462	22,16%
2020	Rp3.169.283.163	Rp314.144.862	11,03%
2021	Rp2.757.327.988	Rp411.955.175	1,30%
<b>Rata-rata</b>			<b>8,73%</b>

Sumber: Peneliti (Data Diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat bahwa laju pertumbuhan pajak reklame mengalami fluktuasi dari tahun 2017-2021. Pada tahun 2017 nilai laju pertumbuhan pajak reklame sebesar 4,92%, kemudian pada tahun 2018 terjadi penurunan 4,24% hal ini disebabkan karena realisasi penerimaan pajak reklame yang menurun dan tidak mencapai target yang ditetapkan pada tahun 2017 dan 2018. Pada tahun 2019 laju pertumbuhan pajak reklame mengalami kenaikan sebesar 22,16% namun, pada tahun 2020 mengalami penurunan lagi menjadi 11,03%, dan pada tahun 2021 terjadi penurunan yang sangat rendah sebesar 1,30%.

Berikut ini grafik perkembangan Laju Pertumbuhan Pajak Reklame di Kota Kupang.



Gambar 1. Laju Pertumbuhan Pajak Reklame Kota Kupang Tahun 2017-2021  
Sumber: Peneliti (Data Diolah, 2023)

Berdasarkan gambar 1 di atas memperlihatkan laju pertumbuhan pajak reklame di Kota Kupang. Pada tahun 2019 merupakan pertumbuhan tertinggi pajak reklame di Kota Kupang yakni sebesar 22,16%. Pada tahun 2021 merupakan pertumbuhan terendah yaitu perkembangan pajak reklame kota kupang mengalami penurunan sebesar 1,3%. Maka keseluruhan dari rata-rata pertumbuhan pajak reklame pada tahun 2017-2021 sebesar 8,73%, hal ini menunjukkan pertumbuhan penerimaan pajak reklame di Kota Kupang tidak berhasil.

Dari berbagai kendala yang dihadapi dalam penerimaan pajak reklame yang mempengaruhi terjadinya penurunan dalam pertumbuhan pajak reklame, Badan Pendapatan Daerah melakukan berbagai upaya agar dapat meningkatkan penerimaan pajak reklame dengan melakukan sosialisasi mengenai pajak dan melakukan pengawasan lebih ketat agar wajib pajak dalam membayar pajak tidak lewat dari batas waktu yang ditentukan. Dengan upaya yang dilakukan dapat meningkatkan penerimaan pajak reklame dan dapat mempengaruhi terjadinya kenaikan laju pertumbuhan pajak reklame.

### **Efektivitas Pajak Reklame**

Efektivitas adalah hasil yang diinginkan dari suatu tindakan. Ketika kita berbicara tentang efektivitas dalam konteks pemungutan pajak, terutama penerimaan pajak reklame, maka efektivitas yang dimaksud adalah sejauh mana pendapatan pajak reklame yang seharusnya tercapai pada suatu periode tertentu telah berhasil dicapai (Halim, 2004:78). Efektivitas seharusnya dievaluasi

berdasarkan tujuan yang dapat diwujudkan, bukan tujuan yang optimal. Dengan kata lain, efektivitas dinilai berdasarkan sejauh mana organisasi berhasil mencapai tujuan yang realistis.

Besarnya efektivitas pajak menurut Abdul Halim (2004:164) dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Perhitungan efektivitas pajak reklame Kota Kupang:

$$\text{Tahun 2017} = \frac{2.440.949.000}{2.700.000.000} \times 100\% = 90,40\%$$

$$\text{Tahun 2018} = \frac{2.337.277.839}{2.700.000.000} \times 100\% = 86,57\%$$

$$\text{Tahun 2019} = \frac{2.855.138.301}{3.000.000.000} \times 100\% = 95,18\%$$

$$\text{Tahun 2020} = \frac{3.169.283.163}{3.000.000.000} \times 100\% = 105,64\%$$

$$\text{Tahun 2021} = \frac{2.757.327.988}{3.000.000.000} \times 100\% = 91,91\%$$

Kriteria Efektivitas: Diatas 100% sangat efektif, 90-100% efektif, 80-89% cukup efektif, 60-79% kurang efektif dan kurang dari 60% tidak efektif. Berdasarkan hasil perhitungan tingkat efektivitas dengan menggunakan rumus tersebut disajikan pada tabel 4.

Tabel 4. Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame Kota Kupang Tahun 2017-2021

Tahun	Target (Juta Rupiah)	Realisasi (Juta Rupiah)	Presentase	Keterangan
1	2	3	4	5
2017	2.700	2.440	90,40%	Efektif
2018	2.700	2.337	86,57%	Cukup Efektif
2019	3.000	2.855	95,18%	Efektif
2020	3.000	3.169	105,64%	Sangat Efektif
2021	3.000	2.757	91,91%	Efektif
<b>Rata-rata</b>	<b>2.880</b>	<b>2.711</b>	<b>93,94%</b>	<b>Efektif</b>

Sumber: Peneliti (Data Diolah, 2023)

Dari tabel 4 dapat diketahui tingkat efektivitas pemungutan pajak reklame pada tahun 2017 sampai dengan 2021 secara keseluruhan rata-rata mencapai 93,94% atau dapat diartikan bahwa pemungutan pajak reklame dilakukan dengan efektif. Pada tahun 2017 presentase realisasi efektivitas pajak reklame sebesar 90,40% dengan realisasi sebesar Rp2.440.949.000 tetapi tidak mencapai target yang ditetapkan, namun efektivitas pemungutan pajak reklame pada tahun 2017 masih dikatakan efektif.

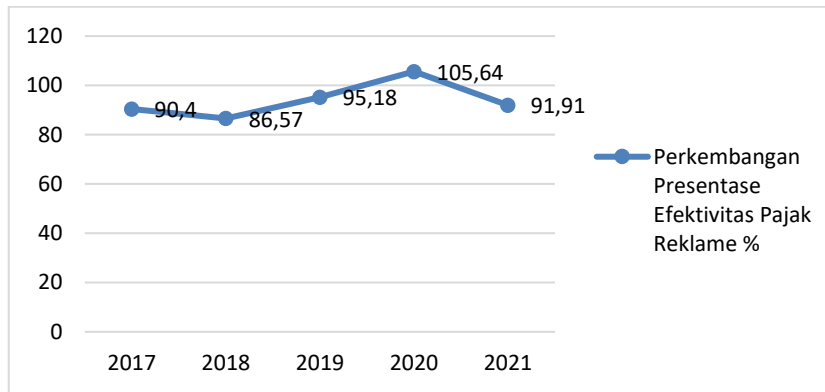
Hal ini dikarenakan banyaknya wajib pajak terlambat membayar pajak reklame bahkan sampai pada jatuh tempo yang di tentukan dan ada juga yang tidak membayar pajak karena menganggap iklan/reklame tersebut tidak termaksud dalam lokasi pemajangan yang telah di tetapkan pemerintah. Pada tahun 2018 presentase efektivitas pajak reklame mengalami penurunan sebesar 3,83% menjadi 86,57% dengan realisasi Rp.2.337.277.839 tetapi tidak melampaui target, sehingga efektivitas pemungutan pajak reklame pada tahun 2018 dikatakan cukup efektif. Kemudian pada tahun 2019 presentase efektivitas pajak reklame mengalami kenaikan sebesar 8,61% menjadi 95,18% dengan realisasi sebesar Rp2.885.138.301 tetapi tidak melampaui taerget, namun efektivitas pemungutan pajak reklame pada tahun 2017 masih dikatakan efektif.

Pada tahun 2020 presentase efektivitas pajak reklame mengalami kenaikan sebesar 10,46% menjadi 105,64% dengan realisasi efektivitas pajak reklame melampaui target sebesar Rp3.169.283.163, sehingga pemungutan pajak reklame pada tahun 2020 dikatakan sangat efektif. Hal ini dikarenakan pemungutan pajak reklame dilakukan secara terbuka dan masyarakat membayar pajak reklame sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan. Kemudian, pada tahun 2021 pemungutan pajak reklame mengalami penurunan sebesar 13,73% menjadi 91,91% dengan realisasi Rp2.757.327.988 dan nilai target yang masih sama dari tahun 2019 yaitu sebesar Rp3.000.000.000 tetapi realisasi tidak mencapai target.

Adapun masih banyak masyarakat yang berlindung di hari-hari besar keagamaan atau hari-hari besar nasional dengan ucapan selamat, namun di dalamnya masih ada produk yang terpampang dalam reklame tersebut. Tindakan tegas juga telah dilakukan seperti melakukan penyitaan bahkan pencabutan reklame, kemudian mengkonfirmasi kepada pemilik tersebut untuk membayar denda, jika denda tidak dibayarkan maka Badan Pendapatan Daerah akan mengeluarkan surat larangan beroperasi.

Berdasarkan hasil dari tabel 4 dapat disimpulkan bahwa tingkat efektivitas pemungutan pajak reklame tertinggi terjadi pada tahun 2020 yaitu sebesar 105,64% dengan realisasi sebesar Rp3.169.283.163 dan tingkat efektivitas terendah terjadi pada tahun 2018 yaitu 86,57% dengan realisasi sebesar Rp2.337.277.839. Namun secara keseluruhan pemungutan pajak reklame Kota Kupang menunjukkan angka yang efektif sebesar 93,94%.

Berikut ini grafik perkembangan kriteria presentase efektivitas pajak reklame di Kota Kupang.



Gambar 2. Perkembangan Presentase Efektivitas Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Tahun 2017-2021  
Sumber: Peneliti (Data Diolah, 2023)

Berdasarkan gambar 2 di atas realisasi penerimaan pajak reklame di Kota Kupang yang terjadi pada tahun 2017-2021 terus mengalami naik turun. Dimulai pada tahun 2017 penerimaan pajak reklame mencapai 90,40%, kemudian penerimaan pajak reklame mengalami penurunan pada tahun 2018 sebesar 86,57%. Dilanjutkan pada tahun 2019 mengalami kenaikan sebesar 95,18%, terus mengalami kenaikan pada tahun 2020 sebesar 105,64% dimana penerimaan pajak reklame melampaui target yang ditetapkan, namun pada tahun 2021 kembali mengalami penurunan hingga mencapai 91,91%. Penurunan penerimaan pajak reklame yang terjadi pada tahun 2017,2018,2019,dan 2021 tentu saja tidak terlepas dari kurangnya kesadaran wajib pajak dalam membayar pajak yang menyebabkan penerimaan pajak reklame menjadi tidak stabil dari tahun ke tahun.

Dengan kata lain perekonomian dan kegiatan-kegiatan nasional sangat mempengaruhi realisasi pajak reklame di Kota Kupang. Penurunan tingkat efektivitas pajak reklame terjadi karena masih banyak wajib pajak yang tidak membayar pajak dikarenakan alasan pemasangan reklame untuk kegiatan-kegiatan nasional maupun keagamaan namun masih mencantumkan beberapa promosi produk didalamnya.

Presentasi efektivitas pemungutan pajak reklame mengalami penurunan dikarenakan juga Ketidaksesuaian antara jumlah reklame yang dipasang oleh wajib pajak dengan jumlah pajak reklame yang mereka bayar, seperti situasi di mana seorang wajib pajak hanya membayar pajak untuk dua dari empat reklame yang dipasangnya, pasti akan berdampak negatif pada penerimaan pajak reklame. Hal ini mengakibatkan penerimaan pajak reklame yang seharusnya maksimal menjadi berkurang dan tidak mencapai potensinya yang sebenarnya.

## **PEMBAHASAN**

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, maka pemerintah daerah Kota Kupang mengeluarkan Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2016 tentang pajak daerah.

Pajak daerah pada dasarnya merupakan sumbangan yang harus diberikan oleh wajib pajak kepada pemerintah daerah berdasarkan hukum, yang dikenakan secara wajib. Melalui pembayaran pajak ini, masyarakat dapat berkontribusi untuk memenuhi kebutuhan daerah dan meningkatkan kesejahteraan warga. Penanggung pajak merujuk kepada individu atau entitas yang memiliki tanggung jawab untuk membayar pajak, serta menjalankan hak dan kewajiban pajak sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Salah satu sumber pendapatan bagi Kota Kupang untuk mendanai Pembangunan dan keperluan daerah bagi daerahnya adalah dengan memaksimalkan pemungutan pajak daerahnya. Salah satunya adalah pajak reklame, karena Kota Kupang juga telah menjadikan papan reklame sebagai suatu kebutuhan penting untuk kehidupan masyarakat.

### **Laju Pertumbuhan Pajak Reklame**

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa kinerja pengelolaan Pendapatan Asli Daerah di Kota Kupang dari tahun 2017-2021, laju pertumbuhannya masih sangat rendah dengan rata-rata 8,73%. Hal ini menunjukkan pertumbuhan penerimaan pajak reklame di Kota Kupang tidak berhasil. Ketidakberhasilan laju pertumbuhan karena kelalaian wajib pajak seperti kurang sadarnya wajib pajak dalam membayar pajak sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan, adapun kelalaian wajib pajak terhadap sosialisasi taat membayar pajak daerah khususnya pajak reklame di Kota Kupang, hal ini berguna untuk mengetahui informasi kepada masyarakat agar wajib pajak mengetahui apa saja hak dan kewajibannya. Dengan terciptanya ketaatan dari wajib pajak dan pengawasan yang lebih ketat dari pemerintah dapat meningkatkan penerimaan pajak reklame.

Teori Pertumbuhan Ekonomi yang dikembangkan oleh Keynes menekankan pentingnya pengeluaran pemerintah dalam mendorong pertumbuhan ekonomi (Sukirno,2008). Dalam hal ini, penerimaan pajak reklame dapat menjadi salah satu pendapatan yang efektif bagi pemerintah untuk mengatur pengeluaran mereka. Jika penerimaan pajak reklame meningkat, hal ini dapat meningkatkan pendapatan pemerintah yang dapat digunakan untuk meningkatkan pengeluaran pemerintah dalam bentuk belanja publik atau stimulus ekonomi. Pengeluaran ini dapat memacu pertumbuhan ekonomi dengan menciptakan permintaan agregat yang lebih tinggi. Dengan demikian, laju pertumbuhan pajak reklame dapat memiliki dampak yang signifikan pada pertumbuhan ekonomi, baik secara langsung melalui penerimaan pajak reklame dan peningkatan investasi, dalam hal ini dapat mengoptimalkan penerimaan pajak reklame guna dapat mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

### **Efektivitas Pajak Reklame**

Efektivitas merupakan ukuran atau keberhasilan dalam mencapai suatu tujuan. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan nilai rata-rata efektivitas pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Kupang tahun 2017-2021 sebesar 93,44% yang berarti bahwa efektivitas pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Kupang dikategorikan efektif. Meskipun tidak setiap tahun pajak reklame selalu meningkat, tingkat efektivitasnya bahkan sering menurun, ini disebabkan setiap tahun jumlah subjek dan objek pajak tidak selalu sama.

Tingkat efektivitas pajak reklame dilihat dari kegiatan-kegiatan nasional atau event yang diselenggarakan di Kota Kupang. Namun, adapun kendala yang dihadapi pemerintah dalam pemungutan pajak reklame yaitu seringkali terdapat beberapa oknum yang memasang reklame kemudian Ketika ingin didata mereka langsung melepaskan reklame tersebut sehingga reklame tersebut tidak dikenakan pajak, hal lainnya yaitu ada yang telah didata reklamenya dan masuk dalam wajib pajak tetapi mereka melepaskan reklame tersebut dalam waktu 3-5 hari dan tidak membayar pajak sehingga dapat berpengaruh pada realisasi pajak reklame tersebut bisa mengalami penurunan.

Kenaikan dan penurunan tarif pajak reklame disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk kebijakan yang diterapkan oleh pemerintah daerah Kota Kupang terkait perubahan dari jenis reklame konvensional ke reklame videotron yang dimulai pada tahun 2017. Tujuan dari perubahan ini adalah untuk meningkatkan pendapatan pajak daerah dari sektor reklame. Selain itu, peningkatan kesadaran wajib pajak dalam mematuhi kewajiban perpajakan, termasuk dalam pembayaran pajak reklame, juga turut berperan dalam fluktuasi tarif pajak tersebut.

Langkah-langkah yang diambil oleh pemerintah daerah Kota Kupang untuk meningkatkan kesadaran wajib pajak, terutama dalam hal pajak reklame, melibatkan penyelenggaraan kampanye penyuluhan pajak. Pemerintah juga melakukan sosialisasi kepada individu dan entitas yang memasang reklame ilegal di sekitar jalan, sebagai bagian dari usaha untuk mengatur penempatan reklame secara lebih teratur.

## **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan sebagai berikut:

Berdasarkan hasil analisis laju pertumbuhan pajak reklame pada tahun 2017-2021 menunjukkan tingkat laju pertumbuhan di kota kupang dengan rata-rata laju pertumbuhan sebesar 8,73% termasuk dalam kriteria tidak berhasil.

Hasil analisis efektivitas, nilai rata-rata efektivitas pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Kupang tahun 2017-2021 sebesar 93,44% yang berarti bahwa efektivitas pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Kupang dikategorikan efektif. Meskipun tidak setiap tahun pajak reklame selalu meningkat, tingkat efektivitasnya bahkan sering menurun, ini disebabkan setiap tahun jumlah subjek dan objek pajak tidak selalu sama.

1. Diharapkan kepada Badan Pendapatan Daerah agar lebih dioptimalkan dalam pemeriksaan dan pendataan pajak reklame agar laju pertumbuhan dan efektivitas pajak reklame dapat meningkat setiap tahunnya.
2. Diharapkan masyarakat khususnya wajib pajak yang menggunakan reklame agar menaati peraturan yang ditetapkan dan mempunyai kesadaran dan kepatuhan terhadap pajak dalam membayar pajak tepat pada waktu yang telah ditentukan.
3. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian lain yang masih berhubungan dengan topik pajak reklame dan menggunakan olah data dengan Analisa yang lebih baik.

## **PENELITIAN LANJUTAN**

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan, maka perlu dilakukan penelitian lanjutan terkait topik Analisis Laju Pertumbuhan dan Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah demi menyempurnakan penelitian ini dan menambah wawasan bagi pembaca.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adisasmita, Rahardjo. 2013. Teori-teori Pembangunan Ekonomi. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Angrawit Kusumawardani. 2021. Analisis Efektivitas, Kontribusi, dan Laju Pertumbuhan Pajak Parkir dan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Provinsi DKI Jakarta. Skripsi, Fakultas Ekonomi Pembangunan Universitas Trisakti.
- Arsyad Lincoln. 2010. Ekonomi Pembangunan., hlm.57
- Devas Vidi. 1998. Keuangan Daerah Dalam Rangka Pelaksanaan Otonomi Daerah Yang Nyata Dan Bertanggung Jawab. Penelitian dan Pengembangan. Departemen Dalam Negeri. Jakarta.
- Halim. 2004. Akuntansi Sektor Publik, Akuntansi Keuangan Daerah. Edisi 3. Yogyakarta Penerbit Selemba Empat.
- Hanif, Nurcholis. Teori dan praktik Pemerintah dan Otonomi Daerah. Grasindo. Jakarta. 2007.
- Khairunnisa. Pajak Hotel dan Pajak Restoran sebagai Sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) (Studi Kasus: Kota Bandung). Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota. Vol. 22 No.3. (Desember 2011).
- Karundeng, Bravo Yengky. 2015. Analisis Laju Pertumbuhan Antara Kontribusi Pajak Hotel dan Pajak Restoran Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Balikpapan Jurnal ekonomi dan Bisnis. Vol.16 No.01.
- Lisasih, Yamin. 2011. All about law, <https://ninyasmine.wordpress.com>.
- Mamesa. 1995. Sistem Administrasi Keuangan Daerah. Jakarta: GramediaPustaka
- Mardiasmo.2002. Otonomi dan Manajemen keuangan Daerah. Yogyakarta: Andi
- Undang- Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah Dan Retribusi Daerah.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2004 Tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah.
- Undang-undang No.9 Tahun 2015 tentang Pemerintah Daerah Bab I Ketentuan Umum Pasal 1 ayat 5.
- UU No.33 Tahun 2004 Pasal 1. Tentang Perimbangan keuangan Antar Pusat dan Daerah.

*Amung, Tameno, Tungga*

Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 Tentang Pajak Daerah Dan Retribusi Daerah.

Peraturan Daerah Kota Kupang Nomor 6 Tahun 2011 Tentang Pajak Daerah.