

BAB V

TEMUAN EMPIRIS DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN

5.1 Temuan Empiris

5.1.1 Efektivitas

Efektivitas pajak daerah menggambarkan kemampuan pemerintah dalam merealisasikan pajak daerah yang didapatkan dibandingkan dengan anggaran yang ditetapkan berdasarkan potensi riil daerah. Oleh karena itu efektivitas pajak reklame dapat dihitung dengan membandingkan antara realisasi penerimaan Pajak Reklame dengan target Pajak Reklame. Seperti rumus dibawah ini :

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

Apabila perhitungan efektivitas Pajak Reklame menghasilkan presentase mendekati atau melebihi 100%, maka Pajak Reklame efektif atau pemungutan Pajak Reklame di Kota Bukittinggi semakin baik. Kriteria perhitungan efektivitas seperti tabel dibawah ini :

Tabel 5.1
Tingkat Mengukur Efektivitas Keuangan Daerah

Persentase	Kriteria
>100%	sangat Efektif
80%-100%	Efektif
60%-80%	cukup efektif
40%-60%	tidak efektif

Sumber: Sidik (dikutip oleh Enggar, Sri Rahayu, Dan Wahyudi, 2011)

Di Kota Bukittinggi perhitungan efektivitas pajak reklame dari tahun 2008-2017 adalah seperti pada tabel dibawah ini :

Tabel 5.2
Efektivitas Pajak Reklame Kota Bukittinggi Tahun 2008-2017

Tahun	Target Penerimaan Pajak Reklame (Rp)	Realisasi Penerimaan Pajak Reklame (Rp)	Efektifitas	Kriteria
2008	630.000.000	821.830.874	130.44%	Sangat efektif
2009	850.000.000	816.778.329	96.09%	Efektif
2010	860.000.000	688.234.394	80.02%	Efektif
2011	860.000.000	565.043.339	65.70%	Cukup efektif
2012	955.057.051	747.977.672	78.31%	Cukup efektif
2013	955.057.051	745.057.333	78.01%	Cukup efektif
2014	955.057.051	357.999.126	37.48%	Tidak efektif
2015	645.000.000	449.094.696	69.62%	Cukup efektif
2016	445.000.000	458.027.476	102.92%	Sangat efektif
2017	1.500.00.0000	823.901.068	54.92%	Tidak efektif
Rata-rata			79.35%	

Sumber : Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Bukittinggi Tahun 2008-2017

Berdasarkan perhitungan efektifitas dari tabel 4.1 diatas, dapat dilihat bahwa tingkat efektivitas pajak reklame pada tahun 2008-2017 mengalami fluktuasi tetapi cenderung menunjukkan penurunan. Efektifitas pajak reklame yang tertinggi terdapat pada tahun 2008 dan 2016. Efektifitas pajak reklame pada tahun 2008 sebesar 130.44% dengan kriteria sangat efektif. Hal ini dikarenakan penerapan aturan daerah yang sudah terealisasi secara keseluruhan kepada oknum-oknum pajak dan juga sosialisasi mengenai pajak juga terlaksana. Sedangkan pada tahun 2016 tingkat efektifitas pajak reklame sebesar 102.92% dengan kriteria sangat efektif. Hal ini terjadi karena target yang di tetap oleh pemerintah untuk membayar pajak reklame tidak terlalu tinggi sehingga para wajib pajak sadar akan kewajibannya untuk membayar pajak dan tercapai efektifitas pajak reklame.

Efektifitas pajak reklame yang terendah terdapat pada tahun 2014 dengan tingkat efektifitas terbesar 37.48% dengan kriteria tidak efektif. Hal ini dikarenakan banyaknya orang yang memakai reklme tatapi tidak membayar pajak reklame tersebut. Sehingga efektifitas pajak reklame pada tahun 2014 mengalami penurunan dari tahun sebelumnya.

Hasil analisis di atas menunjukkan bahwa realisasi penerimaan Pajak Reklame di Kota Bukittinggi dari tahun ke tahun berfluktuasi dan rata-rata dibawah target yang telah ditetapkan. Artinya perkiraan-perkiraan penerimaan Pajak Reklame yang telah ditetapkan oleh Pemerintah Kota Bukittinggi belum mencapai target, hal ini tentu saja berkaitan dengan kebijakan mengenai pemungutan. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa rata-rata efektifitas penerimaan pajak reklame Kota Bukittinggi tahun 2008-2017 sebesar 79.35% masuk kategori cukup efektif.

5.1.2 Kontribusi

Kontribusi dalam bahasa inggris yaitu *contribution* yang artinya adalah keikutsertaan. Kontribusi dapat berupa materi atau tindakan. Apa yang dilakukan guna kepentingan bersama. Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), kontribusi itu sumbangan. Dalam kamus ekonomi kontribusi merupakan segala sesuatu yang diberikan untuk pihak lain dalam rangka tujuan bersama.

Untuk melakukan analisis kontribusi pajak reklame di Kota Bukittinggi selama periode 2008-2017 didasarkan pada hasil perhitungan yang menggunakan formula sebagai berikut:

$$\text{Kontribusi} = \frac{\text{Realisasi Pajak Reklame}}{\text{Realisasi PAD}} \times 100\%$$

Kriteria Perhitungan kontribusi jika hasil yang perhitungan yang didapatkan besar dari 50% maka kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah suatu daerah sangat baik, atau dapat dikatakan kontribusi pajak reklame terhadap PAD itu termasuk banyak. Berikut Kriteria tingkat kontribusi pajak reklame terhadap PAD sebagai berikut :

Tabel 5.3
Tingkat Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Penerimaan Pajak Daerah

Persentase	Kriteria
>50%	Sangat Baik
40% - 50%	Baik
30% - 40%	Cukup Baik
20% - 30%	Sedang
10% - 20%	Kurang
<10%	Sangat Kurang

Sumber: sidik (dikutip oleh Enggar, Sri Rahayu dan Wahyudi, 2011)

Di Kota Bukittinggi pada tahun 2008-2017 kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Bukittinggi adalah seperti pada tabel dibawah ini:



Tabel 5.4
Kontribusi Pajak Reklame Kota Bukittinggi

Tahun	Realisasi Pajak Reklame	Realisasi PAD	Kontribusi	Kriteria
2008	821.830.874	33.829.000.000	2.42%	Sangat Kurang
2009	816.778.329	44.924.000.000	1.81%	Sangat Kurang
2010	688.234.394	3.384.7000.000	2.03%	Sangat Kurang
2011	565.043.339	49.253.000.000	1.14%	Sangat Kurang
2012	747.977.672	45.077.000.000	1.65%	Sangat Kurang
2013	745.057.333	5520.4000.000	1.34%	Sangat Kurang
2014	357.999.126	61.604.000.000	0.58%	Sangat Kurang
2015	449.094.696	66.027.000.000	0.68%	Sangat Kurang
2016	458.027.476	71.303.000.000	0.64%	Sangat Kurang
2017	823.901.068	81.221.000.000	1.01%	Sangat Kurang
Rata-rata			1.33%	

*Sumber : Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKA)
Kota Bukittinggi Tahun 2008 2017*

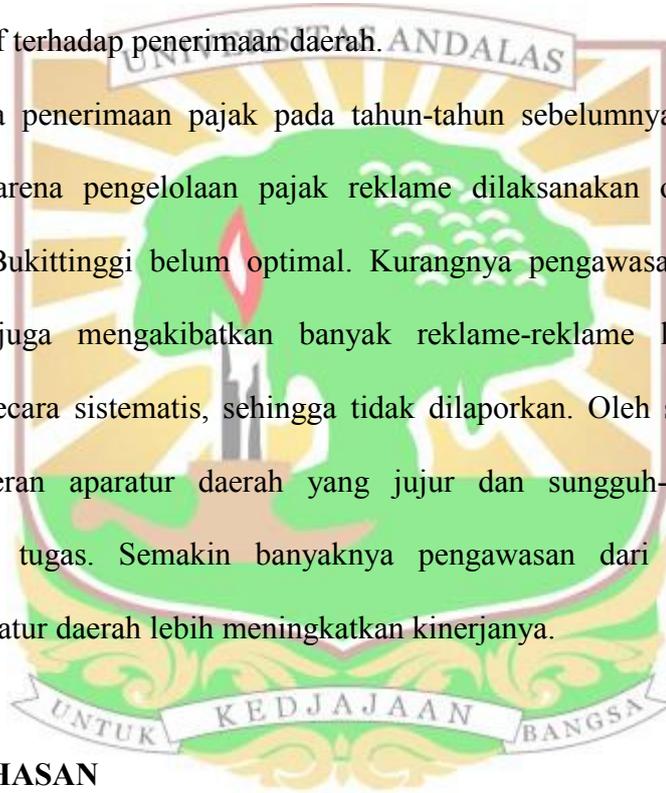
Di lihat pada tabel 5.4 setelah dilakukan perhitungan kontribusi pajak reklame terlihat bahwa, Kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Bukittinggi pada tahun 2008–2017 masuk kategori sangat kurang dan jauh dari efektif. Maka dapat dikatakan pemerintah belum efektif dalam pemungutan pajak reklame dan peran masyarakat dalam pajak reklame di kota Bukittinggi. selain itu dapat juga diartikan bahwa tidak ada peningkatan secara signifikan dalam hal partisipasi masyarakat Kota Bukittinggi dalam hal pembayaran pajak reklame.

Dalam mengelola keuangannya, pemerintah daerah harus dapat menerapkan asas kemandirian yang dapat membiayai seluruh belanjanya, yaitu dengan cara mengoptimalkan pendapatan daerah dan meminimalisir ketergantungan terhadap bantuan pusat. Adapun sumber-sumber penerimaan daerah adalah pendapatan asli daerah (PAD), dana perimbangan, dan penerimaan lain-lain yang sah. Pendapatan

asli daerah dapat bersumber dari pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan dan pendapatan lain-lain asli daerah yang sah.

Hal ini berarti pengelolaan pajak reklame sudah lebih baik dari sebelumnya, baik dari segi pemungutan, pelaporan hingga pengawasannya dapat dikatakan sudah cukup membaik. Jika kondisi ini terus ditingkatkan, maka tidak menutup kemungkinan pada tahun-tahun mendatang kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah akan semakin tinggi. Hal ini tentunya akan memberikan dampak positif terhadap penerimaan daerah.

Rendahnya penerimaan pajak pada tahun-tahun sebelumnya, salah satunya disebabkan karena pengelolaan pajak reklame dilaksanakan oleh pemerintah daerah kota Bukittinggi belum optimal. Kurangnya pengawasan dalam proses pemungutan juga mengakibatkan banyak reklame-reklame liar yang tidak terkoordinir secara sistematis, sehingga tidak dilaporkan. Oleh sebab itu sangat diperlukan peran aparat daerah yang jujur dan sungguh-sungguh dalam melaksanakan tugas. Semakin banyaknya pengawasan dari berbagai pihak menuntut aparat daerah lebih meningkatkan kinerjanya.



1.2. PEMBAHASAN

5.2.1 EFEKTIFITAS

5.2.1.1 Perbandingan Efektifitas Pajak Reklame Kota Bukittinggi dan Kabupaten Tanah Datar.

Jika dibandingkan penerimaan Pajak Reklame dan efektivitas pajak reklame

Kota Bukittinggi dengan Kabupaten Tanah Datar dapat dilihat berdasarkan tabel dibawah ini :

Tabel 5.5
Perbandingan Efektivitas dan Penerimaan Pajak di Kota Bukittinggi dan Kabupaten Tanah Datar Tahun 2011-2015

Tahun	Bukittinggi		Tanah Datar	
	Realisasi (Rp)	Efektivitas (%)	Realisasi (Rp)	Efektivitas (%)
2011	565.043.339	65.70	43.098.445	36.91
2012	747.977.672	78.31	113.693.571	89.11
2013	745.057.333	78.01	92.771.504	57.05
2014	357.999.126	37.48	123.563.728	49.77
2015	449.094.696	69.62	130.227.364	101.63

Sumber : DPPKA Kota Bukittinggi dan DPPKA Kabupaten Tanah Datar

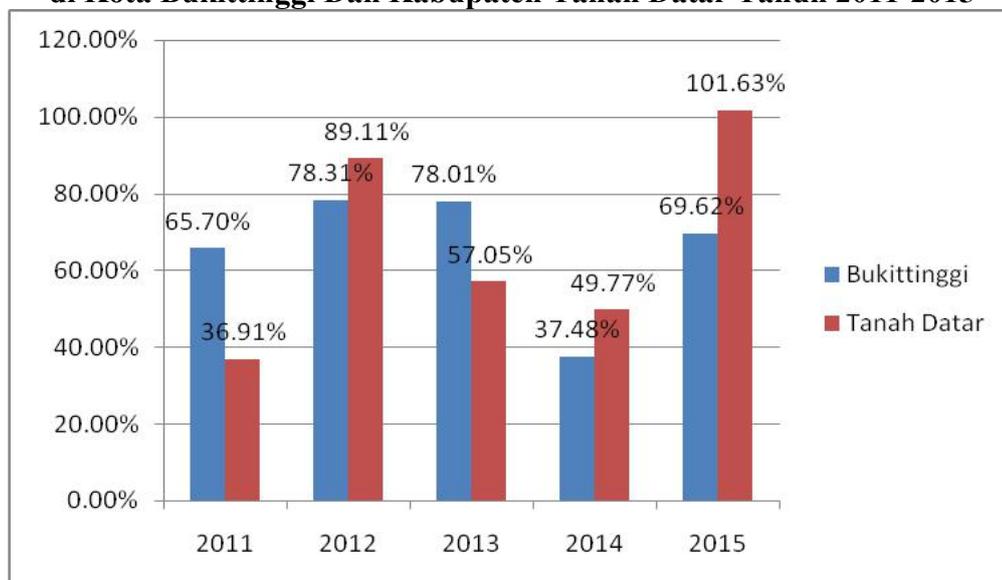
Berdasarkan tabel 5.5 diatas, dapat dilihat bahwa tingkat perbandingan efektifitas dari penerimaan pajak reklame Kota Bukittinggi dan Kabupaten Tanah Datar dari tahun 2011 sampai dengan 2015 mengalami turun naik persentase. Untuk tahun 2012 di Kota Bukittinggi realisasi pajak reklame sebesar Rp.747.977.672 dengan efektifitas 78.31 persen. Sedangkan realisasi pajak reklame Kabupaten Tanah Datar Rp.113.693.571 dengan efektifitas 89.11 persen. Pada tahun 2012 ini persentase efektifitas pajak reklame Kota Bukittinggi termasuk pada efektifitas paling tinggi dari rentang tahun 2011-2015.

Sedangkan pada Kabupaten Tanah Datar efektifitas yang paling tinggi terdapat pada tahun 2015. Dengan realisasi pajak reklame sebesar Rp.130.227.364 dan efektifitas 101.62 persen dari tahun 2011 sampai dengan 2015.

Efektivitas Kota Bukittinggi paling rendah terdapat pada tahun 2014 dengan realisasi pajak reklame sebesar Rp.357.999.126 dengan efektifitas 37.48 persen. Untuk kabupaten Tanah Datar efektifitas paling rendah terdapat pada

tahun 2011 dengan realisasi pajak reklame sebesar Rp.116.770.376 dengan efektivitas 36.91 persen. Disini dapat ditarik kesimpulan bahwa dari tahun 2011-2015 Penerimaan dan Efektivitas Pajak reklame Kota Bukittinggi lebih bagus dan tinggi dibandingkan penerimaan serta efektivitas Pajak Reklame Kabupaten Tanah Datar.

Grafik 5.1
Perbandingan efektivitas pajak reklame
di Kota Bukittinggi Dan Kabupaten Tanah Datar Tahun 2011-2015



Sumber : DPPKA Kota Bukittinggi dan Kabupaten Tanah Datar

Berdasarkan pada grafik 5.1 diatas dapat dilihat bahwa tingkat efektifitas pemungutan pajak reklame di Kota Bukittinggi dan Kabupaten Agam pada tahun 2011-2015 mengalami fluktuasi setiap tahunnya.

Dilihat pada daerah Kota Bukittinggi efektivitas penerimaan pajak reklame yang tertinggi terdapat pada tahun 2012 dengan tingkat efektivitas pajak reklame sebesar 78.31% dan criteria cukup efektif. Kenaikan penerimaan pajak reklame didasari atas beberapa hal, diantaranya adalah adanya kebijakan dari pemerintah daerah Kota Bukittinggi mengenai peralihan pemasangan jenis reklame dari jenis reklame yang biasa ke jenis reklame videotron. Hal ini dilakukan guna

meningkatkan penerimaan pajak daerah dari segi pajak reklame. Kemudian semakin meningkatnya kesadaran wajib pajak dalam menjalankan kewajiban perpajakannya dalam membayar pajak reklame. Adapun upaya pemerintah daerah Kota Bukittinggi dalam meningkatkan kesadaran wajib pajak untuk membayar pajak khususnya pajak reklame diantaranya adalah dengan mengadakan acara tertentu seperti jalan santai dan sosialisasi mengenai pajak. Pemerintah juga memberikan sosialisasi kepada masyarakat yang memasang reklame liar di pinggiran jalan dalam upaya penertiban pemasangan reklame.

Tetapi pada daerah Kabupaten Tanah Datar efektivitas penerimaan pajak reklame tertinggi pada tahun 2015 yaitu sebesar 101.63% dengan kriteria sangat efektif. Hal ini disebabkan oleh target penerimaan pajak reklame yang dianggarkan hampir setara dengan realisasi penerimaan pajak reklame yang terjadi pada tahun 2014. Karena sebelum tahun 2014 pajak reklame di Kabupaten Tanah Datar mengalami penurunan untuk mengantisipasi pihak Dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan Dan Asset (DPPKA) Kabupaten Tanah Datar menaikkan target pajak reklame.

Tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame paling rendah di Kota Bukittinggi pada tahun 2014 sebesar 37.48% dengan kriteria tidak efektif. Hal ini disebabkan oleh Penurunan penerimaan pajak reklame dikarenakan jumlah penerimaan pajak reklame kalah dengan jumlah penerimaan jenis pajak lainnya seperti BPHTB, PBB, penerangan jalan dan lain sebagainya. Kemudian adanya wajib pajak yang membayar pajak reklame tidak sesuai dengan jumlah reklame yang dipasang, seperti misalnya wajib pajak memasang empat reklame namun yang dibayar hanya dua dari reklame yang dipasangnya. Hal tersebut tentu akan

berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame yang seharusnya bisa menjadi maksimal menjadi tidak maksimal dalam penerimaannya.

Di Kabupaten Tanah Datar tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame yang rendah terdapat pada tahun 2011 sebesar 36.91% dengan criteria tidak efektif. Hal ini disebabkan oleh kurangnya SDM dalam pemungutan pajak reklame.

5.2.2 KONTRIBUSI

5.2.3 Perbandingan Kontribusi Pajak Reklame Kota Bukittinggi dan Kabupaten Tanah Datar.

Jika dibandingkan penerimaan Pajak Reklame dan kontribusi pajak reklame Kota Bukittinggi dengan Kabupaten Tanah Datar dapat dilihat berdasarkan tabel dibawah ini :

Tabel 5.6
Perbandingan Kontribusi dan Penerimaan Pajak Reklame di Kota Bukittinggi dan Kabupaten Tanah Datar Tahun 2011-2015

Tahun	Bukittinggi		Tanah Datar	
	Realisasi (Rp)	Kontribusi (%)	Realisasi (Rp)	Kontribusi (%)
2011	565.043.339	1.14	43.098.445	0.07
2012	747.977.672	1.65	113.693.571	0.18
2013	745.057.333	1.34	92.771.504	0.01
2014	357.999.126	0.58	123.563.728	0.01
2015	449.094.696	0.68	130.227.364	0.11

Sumber : DPPKA Kota Bukittinggi dan DPPKA Kabupaten Tanah Datar

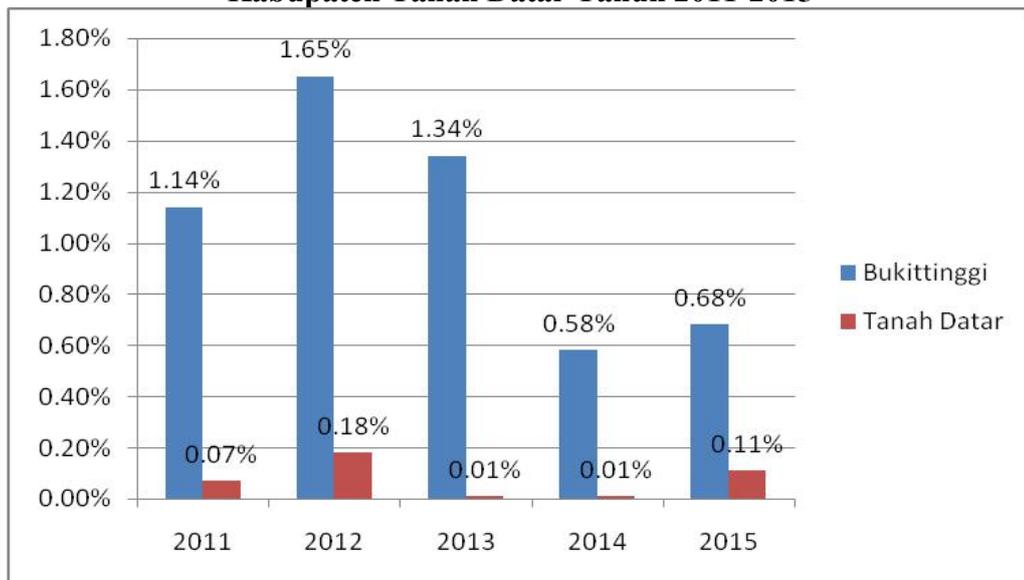
Berdasarkan tabel 5.6 diatas dapat diketahui persentase kontribusi pemungutan pajak reklame yang dipungut oleh DPPKA Bukittinggi dan Tanah Datar dari tahun 2011 sampai 2015 dikategorikan sangat kurang berkontribusi.

Dilihat kontribusi pajak reklame di kota bukittinggi yang tertinggi terdapat pada tahun 2012 sebesar 1.65 %. Sedangkan kontribusi yang paling rendah di kota

bukittinggi pada tahun 2014 sebesar 0,58%.

Dilihat dari tanah datar kontribusi pajak reklame tertinggi terdapat pada tahun 2012 sebesar 0.18%. Sedangkan kontribusi pajak reklame yang rendah terdapat pada tahun 2012 dan 2013 sebesar 0.01 %.

Grafik 5.2
Perbandingan Kontribusi Pajak Reklame Di Kota Bukittinggi Dan Kabupaten Tanah Datar Tahun 2011-2015



Sumber: DPPKA Kota bukittinggi dan Kabupaten Tanah Datar

Berdasarkan pada grafik 5.2 diatas dapat dilihat bahwa tingkat kontribusi pemungutan pajak reklame di Kota Bukittinggi dan Kabupaten Agam pada tahun 2011-2015 mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Kontribusi pajak reklame di kota bukittinggi yang tertinggi terdapat pada tahun 2012 sebesar 1.65% dengan criteria tidak efektif. Hal ini disebabkan oleh Peningkatan kontribusi pajak reklame terhadap PAD Kota Surakarta tersebut disebabkan oleh banyak faktor diantaranya adalah peran aktif Wajib Pajak dalam memenuhi kewajibannya serta kerja keras dari segenap aparatur DPPKA Kota Bukittinggi dalam melaksanakan intensifikasi pemungutan pajak reklame. Di Kabupaten Tanah Datar kontribusi pajak reklame tertinggi pada tahun 2012 sebesar 0.18% dengan criteria tidak efektif. Hal ini

disebabkan oleh kegigihan pihak Dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan Dan Asset (DPPKA) Kabupaten Tanah Datar dalam memungut pajak reklame. Kontribusi pajak reklame di Kota Bukittinggi yang terendah terdapat pada tahun 2015 sebesar 0.58% dengan criteria sangat kurang. Hal ini disebabkan oleh Penurunan ini disebabkan oleh banyak faktor, diantaranya adalah lemahnya pengawasan terhadap pemasangan reklame-reklame yang telah melewati batas waktu perijinan maupun reklame yang tak berijin serta kurangnya pengawasan terhadap petugas yang terlibat langsung dalam pemungutan pajak reklame.

Pada daerah Kabupaten Tanah Datar tingkat kontribusi paling rendah terdapat 2 tahun yaitu tahun 2013 dan 2014 yaitu sebesar 0.01% dengan sangat kurang. Hal ini disebabkan oleh target penerimaan pajak meningkat dari tahun sebelumnya.

5.3 Implikasi Kebijakan

Dari analisis kinerja pendapatan asli daerah di Kota Bukittinggi diperoleh nilai rata-rata pengelolaan yang dilihat dari efektivitas sebesar 79.35% sedangkan untuk rata-rata kontribusi sebesar 1.33%. hal ini menggambarkan bahwa tingkat pengelolaan pendapatan asli daerah di Kota Bukittinggi sudah baik jika dilihat dari efektifitas tapi masih kurang baik jika dilihat dalam kontribusi.

Efektivitas menyangkut semua tahap administrasi penerimaan pajak menentukan wajib pajak menetapkan nilai kena pajak, memungut pajak, menegakan sistem pajak dan membukukan penerimaan. Ada tiga faktor yang menentukan efektivitas ini, yaitu: wajib pajak, petugas pajak dan penegakan hukum. Masalahnya yang sering muncul terkait dengan efektivitas ini adalah adanya

penghindaran pajak oleh wajib pajak. Kolusi antara wajib pajak dengan petugas pemungut pajak dan penipuan oleh petugas pajak.

Efektivitas pendapatan asli daerah Kota Bukittinggi secara rata-rata berbeda pada kondisi efektif yaitu sebesar 79,35%. Namun untuk tetap mempertahankan hal tersebut pemerintah daerah harus tetap mengoptimalkan penerimaan dari potensi pendapatannya yang telah ada. Intensif dan kemauan pemerintah daerah harus mencari alternatif-alternatif yang memungkinkan untuk dapat mengatasi kekurangan pembiayaannya. Sumber daya manusia yang terkait pengelolaan pendapatan asli daerah harus ditingkatkan kualitas dan kuantitasnya, pemerintah daerah harus menambah personil untuk pemungutan pendapatan asli daerah dan menambah keterampilan dari para pegawai tersebut dengan melakukan pelatihan-pelatihan yang akan berguna untuk meningkatkan kreatifitas dari aparat pelaksanaan keuangan daerah untuk mencari sumber-sumber pembiayaan baru baik melalui program kerja sama pembiayaan dengan pihak swasta dan juga program peningkatan pendapatan asli daerah. Dengan begitu tingkat efektivitas pajak reklame akan menjadi baik.

Dinas Pendapatan Daerah Kota Bukittinggi disarankan untuk terus mengoptimalkan dalam pemungutan Pendapatan Asli Daerah dengan meningkatkan aspek kelembagaan, meningkatkan sistem pemungutan, pengawasan dan pengendalian serta meningkatkan sumber daya manusia pengelola PAD sendiri. Dinas Pendapatan Daerah Kota Bukittinggi diharapkan terus meningkatkan kinerjanya agar pemungutan Pajak Reklame terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun dan semakin efektif dalam penagihannya. Pemerintah Kota Bukittinggi perlu memperhatikan setiap reklame yang di pajang

di Kota Bukittinggi agar tidak ada oknum-oknum tertentu yang memasang iklan reklame tanpa membayar pajak terlebih dahulu. Menetapkan sanksi tegas bagi yang melanggar undang-undang dalam pemasangan iklan reklame di Kota Bukittinggi.

