

**ANALISIS TERHADAP KONTRIBUSI PAJAK REKLAME DALAM
MENINGKATKAN PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD) PADA
BADAN PENDAPATAN DAERAH**

**Irpan Jamil^{1*}, Junita Rahma Dewi², Nida Fadhila³, Novelia Dwi Rahayu⁴,
Putri Halimatusa'diyah Yanuar⁵, Quratul Nabila Tsania⁶, Yusrina Salma
Annisa⁷, Yusti Ambarwati⁸**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas uryakancana

**Corresponding Author e-mail: irpanjamil76@gmail.com*

junitarahmadewi@gmail.com

Masuk: Januari 2023

Penerimaan: Februari 2023

Publikasi: Maret 2023

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menilai seberapa besar kontribusi pajak reklame terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Cianjur. Desain penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data melibatkan penelitian kepustakaan, dokumentasi, dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata kontribusi Pajak Reklame dari tahun 2020 hingga 2022 adalah sebesar 0,92%, yang menandakan bahwa tingkat kontribusi tersebut pada umumnya kurang memadai untuk memberikan dampak signifikan.

Kata Kunci: Pajak Reklame; Pendapatan Asli Daerah (PAD)

ABSTRACT

The objective of this study is to assess the impact of advertising tax on the augmentation of local revenue (PAD) at the Cianjur Regency Regional Revenue Agency. The research employs a quantitative descriptive methodology, with data collection techniques involving library research, documentation, and observation. The findings reveal that the average contribution of Advertisement Tax from 2020 to 2022 is 0.92%, indicating that the overall level of contribution is insufficient to make a significant impact.

Keywords: Advertising Tax; Local Revenue

A. PENDAHULUAN

Indonesia, sebagai Negara Kesatuan, mengikuti prinsip otonomi daerah. Sebagai negara kepulauan dengan wilayah yang luas, pemerintahan di Indonesia dibagi menjadi beberapa daerah, yang masing-masing memiliki hak dan kewajiban sendiri. Hak dan kewajiban daerah melibatkan kemampuan untuk mengatur dirinya sendiri dalam urusan pemerintahannya guna meningkatkan efisiensi dan efektivitas penyelenggaraan pemerintah serta memberikan pelayanan kepada masyarakat, sesuai dengan yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 23 tahun 2014. Dalam menjalankan urusan pemerintahan dan kewenangannya, pemerintah daerah juga

membutuhkan sumber-sumber pendanaan. Oleh karena itu, seperti yang telah diatur dalam Undang-Undang No. 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah. “Pendapatan Asli Daerah adalah pendapatan yang diperoleh suatu daerah yang dipungut berdasarkan peraturan pemerintah daerah yang sesuai dengan perundang-undangan”.

Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah sumber pendapatan utama bagi pemerintah daerah dalam menjalankan fungsinya untuk memberikan pelayanan publik yang berkualitas kepada masyarakat. Salah satu komponen yang signifikan dalam PAD adalah pajak reklame. Pajak reklame memiliki peran penting dalam memberikan kontribusi terhadap PAD daerah, dan hal ini menjadi sorotan utama dalam berbagai kebijakan perpajakan di tingkat lokal.

Badan Pendapatan Daerah sebagai lembaga yang bertugas mengelola penerimaan pajak reklame di daerah memiliki peran krusial dalam pengumpulan dan peningkatan PAD. Oleh karena itu, penting untuk melakukan analisis yang mendalam terhadap kontribusi pajak reklame dalam meningkatkan PAD daerah dan mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi perolehan pajak ini. Penelitian ini bertujuan untuk menyajikan analisis mendalam terkait kontribusi pajak reklame terhadap PAD di tingkat daerah.

166

Pajak Menurut Resmi (2019: 1), “Pajak sebagai suatu kewajiban meyerahkan sebagian dari kekayaan ke kas negara sebagai 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 secara umum.”

Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007, “Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapat imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat”

Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan utama bagi sebuah negara yang dibayarkan oleh masyarakat atau wajib pajak. Pajak juga sebagai iuran pemungutan yang dapat dipaksakan oleh pemerintah berdasarkan ketentuan

peraturan perundang-undangan perpajakan serta sebagai perwujudan peran serta masyarakat atau wajib pajak untuk secara langsung dan bersama-sama melaksanakan kewajiban perpajakan yang diperlukan untuk pembiayaan negara dan pembangunan nasional.

Pendapatan Asli Daerah Menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 Pasal 6, “Sumber Pendapatan Asli Daerah berasal dari pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan dan lain-lain PAD yang sah, yang bertujuan untuk memberikan keleluasaan kepada daerah dalam menggali pendanaan dengan melaksanakan otonomi daerah sebagai perwujudan asas desentralisasi.” Menurut Anggoro (2017: 18), “Pendapatan Asli Daerah merupakan pendapatan yang diperoleh pemerintah daerah atas pelaksanaan kegiatan pemerintah dan pelayanan kepada masyarakat, serta pemanfaatan sumber daya yang dimiliki pemerintah daerah.”

Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan sumber pendapatan daerah yang berasal dari berbagai sumber, termasuk hasil pajak daerah, retribusi daerah, pengelolaan kekayaan daerah, dan lain-lain. Untuk menyediakan pembiayaan dari PAD, upaya dilakukan dengan meningkatkan kinerja pemungutan, menyempurnakan, dan menambah jenis retribusi, pajak daerah, serta sumber pendapatan lainnya. Oleh karena itu, PAD memiliki peran penting sebagai sumber pembiayaan dan sebagai tolok ukur dalam pelaksanaan otonomi daerah.

Pendapatan asli daerah adalah penerimaan keuangan yang sah bagi suatu daerah, berasal dari pajak daerah, retribusi daerah, laba perusahaan daerah, dan sumber lainnya. Hal ini sesuai dengan prinsip desentralisasi yang diuraikan oleh Herlina Rahman (2005:38) dan konsep pendapatan asli daerah menurut Nurcholis (2007:182). Sumber keuangan daerah yang diperoleh dari wilayah daerah termasuk hasil pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No. 28 Tahun 2009.

Salah satu potensi pendapatan daerah yang dapat dimanfaatkan adalah sektor pajak, di mana periklanan atau reklame menjadi bagian dari sektor tersebut. Pemanfaatan potensi ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi pemerintah jika dikelola dengan baik.

Sumber-sumber Pendapatan Asli Daerah termasuk hasil pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah, sesuai dengan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004. Pendapatan asli daerah mencakup semua penerimaan keuangan daerah yang bersumber dari potensi-potensi di wilayah tersebut, seperti pajak daerah, retribusi daerah, dan lain-lain, yang diatur oleh peraturan daerah.

Pajak Daerah Menurut Siahaan (2016: 7), “iuran wajib pajak yang dilakukan oleh daerah kepada orang pribadi atau badan tanpa imbalan langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah. Dengan demikian pajak daerah merupakan pajak yang ditetapkan oleh pemerintah daerah dengan peraturan daerah (perda), yang wewenang pemungutannya dilaksanakan oleh pemerintah daerah dan hasilnya digunakan untuk membiayai pengeluaran pemerintah daerah dalam melaksanakan penyelenggaraan pemerintahan dan Pembangunan di daerah.”

168

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 1 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, “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 daerah adalah pajak yang dipungut daerah berdasarkan peraturan pajak yang ditetapkan oleh daerah (melalui PERDA) untuk kepentingan pembiayaan rumah tangga pemerintah daerah tersebut. sedangkan, Darise (2008:135) menyatakan bahwa: pajak daerah adalah iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan kepada daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang yang dapat dilaksanakan berdasarkan peraturan Perundang-undangan yang berlaku yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah. Mardiasmo (2011:12). Pajak daerah merupakan wewenang daerah yang diatur dalam Undang-undang tentang pokok-pokok pemerintahan daerah dan hasilnya digunakan untuk pembiayaan rumah tangga daerah itu sendiri. Pajak Reklame Menurut Siahaan (2016: 381),

“Pajak atas penyelenggaraan reklame. Sedangkan yang dimaksud dengan 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.”

Menurut Peraturan Daerah Nomor 12 Tahun 2011, “Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau benda yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa atau badan yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan dan atau dinikmati oleh umum.”

Dasar Hukum Pajak Reklame

1. Dasar hukum Peraturan Daerah Nomor 02 Tahun 2011 tentang Pajak Daerah dan Peraturan Bupati Nomor 16 Tahun 2011 Jo. Nomor 8 Tahun 2013 Jo. Nomor 36 Tahun 2017 Jo. Nomor 95 Tahun 2019 dan Jo. Nomor 75 Tahun 2021 tentang Sistem dan Prosedur Pemungutan Pajak Daerah;
2. Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame (pungutan daerah atas penyelenggaraan reklame);
3. Reklame adalah benda, alat perbuatan atau media yang menurut bentuk susunan dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial, memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa atau orang/badan yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan/ dinikmati umum;
4. Penyelenggara reklame adalah orang/badan yang menyelenggarakan reklame baik untuk dan atas namanya sendiri/untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya;
5. Perusahaan jasa periklanan/biro reklame adalah badan yang bergerak dibidang periklanan yang memenuhi persyaratan sesuai ketentuan yang berlaku;
6. Panggung reklame adalah suatu sarana atau tempat pemasangan reklame yang ditetapkan untuk satu/beberapa buah reklame;
7. Objek Pajak Reklame adalah semua penyelenggaraan reklame;

8. Dikecualikan penyelenggaraan reklame melalui internet, televise, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan dan sejenisnya, label/merek produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan yang berfungsi untuk membedakan dari produk sejenis, nama pengenal usaha/profesi yang dipasang melekat pada bangunan tempat usaha/profesi diselenggarakan dengan ukuran luasan tidak melebihi 0,5 meter, serta reklame yang diselenggarakan oleh Pemerintah;
9. Subjek Pajak Reklame adalah orang pribadi/badan yang menggunakan reklame;
10. Wajib Pajak Reklame adalah orang/badan yang menyelenggarakan reklame;
11. Tarif Pajak Reklame ditetapkan 25%.

Beberapa penelitian sebelumnya, seperti karya Nurmayasari (2010), Helvianti (2009), Purwanti (2009), Ellistriana (2010), Hindarto (2006), dan Fitriani (2012), telah menyoroti peran pajak reklame sebagai salah satu pajak daerah yang signifikan dalam memberikan kontribusi besar terhadap pendapatan asli daerah. Meskipun demikian, penelitian mereka belum melibatkan perhitungan kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah khususnya di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Cianjur.

Kondisi ini menjadi motivasi bagi peneliti untuk menilai seberapa besar kontribusi yang diberikan oleh pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah di Kabupaten Cianjur. Pendekatan yang digunakan melibatkan pembagian jumlah pajak reklame dengan total Pendapatan Asli Daerah (PAD), diikuti dengan pengalihan hasil tersebut dengan seratus persen. Tujuannya adalah untuk mengetahui sejauh mana kontribusi yang diberikan oleh pajak reklame. Keberhasilan penelitian ini akan tercermin dari peningkatan kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah di Kabupaten Cianjur selama tahun anggaran 2020-2022.

Dalam penelitian ini, akan dilakukan pemetaan kebijakan perpajakan reklame, analisis data historis, serta pengamatan terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi perolehan pajak reklame. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih jelas mengenai peran pajak reklame dalam

memenuhi kebutuhan keuangan daerah dan perbaikan kebijakan perpajakan yang relevan.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat membantu Badan Pendapatan Daerah dan pemangku kepentingan lainnya untuk mengoptimalkan kontribusi pajak reklame dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat di wilayah tersebut. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan juga dapat memberikan kontribusi penting dalam literatur perpajakan lokal dan menjadi referensi bagi peneliti dan praktisi di bidang ini.

B. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan data-data yang bersumber buku dan jurnal-jurnal yang menjadi referensi penulis yang judulnya mirip dengan judul yang diangkat oleh peneliti. Mengumpulkan data dengan cara mencatat hal-hal yang penting dan berhubungan dengan masalah yang diteliti. Data tersebut berupa target dan realisasi dari pendapatan asli daerah, pajak reklame. Peneliti melakukan pengamatan secara langsung terhadap kegiatan yang terjadi di Badan Pendapatan Daerah yang menjadi objek penelitian. Teknik analisis data yang digunakan sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif. Menganalisis dan menghitung data untuk mendapatkan sebesarapa besar kontribusi yang dihasilkan dari penerimaan pajak reklame, penerimaan pajak hotel dan penerimaan pajak retoran dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah.
2. Reduksi data (*data reduction*), menurut Sugiyono (2011:336), mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.
3. Penyajian data (*data display*) merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

4. Analisis kontribusi. Sebagai rumus atau cara yang dipakai agar diketahui hasil dari perhitungan besarnya kontribusi yang diterima dari penerimaan pajak reklame, pajak hotel dan pajak restoran dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah. Hasil tersebut berupa persentase masing-masing pajak dari tahun 2020 sampai dengan tahun 2022. Rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Kontribusi} = \frac{x}{y} \times 100\%$$

Keterangan:

X= Penerimaan Pajak Reklame

Y= Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Kriteria untuk mengetahui kontribusi Pajak Reklame, dalam menopang Pendapatan Asli Daerah adalah sebagai berikut:

- a. Persentase 0% sampai dengan 0,5% berarti relatif tidak mempunyai kontribusi.
- b. Persentase 0,6% sampai dengan 1,9% berarti kurang mempunyai kontribusi.
- c. Persentase 2% sampai dengan 2,9% berarti cukup mempunyai kontribusi.
- d. Persentase 3% sampai 3,9% berarti mempunyai kontribusi.
- d. Persentase >4% berarti sangat mempunyai kontribusi.

Untuk mengetahui bagaimana kontribusi pajak reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah pada Badan Pendapatan Kabupaten Cianjur, penulis menggunakan dokumen/arsip yang ada di open data Kabupaten Cianjur dan Portal Data SIKD.

Dengan analisis ini kita akan mendapatkan seberapa besar kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah (PAD) di Kabupaten Cianjur. Dengan membandingkan hasil analisis tersebut dari tahun 2020 ke tahun 2022 kita akan mendapatkan hasil analisis yang berfluktuasi dari kontribusi tersebut dan akan diketahui kontribusi yang terbesar dan yang terkecil dari tahun ke tahun.

Sehingga dapat diketahui seberapa besar peran pajak reklame dalam menyumbang kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Cianjur.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis potensi pajak reklame dimaksud untuk mengetahui kemampuan Kabupaten Cianjur dalam menghasilkan penerimaan pajak reklame dengan anggapan Wajib Pajak (WP) reklame menaati dan membayar pajaknya sesuai dengan potensi yang dimiliki. Pajak reklame merupakan salah satu sektor sumber dari penerimaan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Cianjur.

Adapun analisis dari potensi pajak reklame adalah Nilai Strategis Kawasan Berdasarkan teori yang diterapkan potensi pajak reklame dengan nilai strategis adalah bahwa jenis reklame, tarif reklame dan kawasan pajak reklame sendiri diatur dalam Peraturan Daerah Kabupaten Cianjur Nomor 11 Tahun 1998.

Kontribusi adalah uang iuran kepada perkumpulan dan sebagainya (Suharso dan Ana Retnoningsih, 2015: 264). Dalam Bahasa Inggris yaitu contribution yang artinya adalah menerima atau mengumpulkan sumbangan (John dan Hassan, 2007: 144). Kontribusi dapat berupa materi atau suatu tindakan. Dalam ekonomi kontribusi merupakan segala sesuatu yang diberikan untuk pihak lain dalam rangka tujuan bersama

Tabel 1.
Target dan Realisasi Pajak Reklame Kabupaten Cianjur Tahun 2020-2022

Tahun	Target	Realisasi
2020	4.482.333.800	3.659.742.963
2021	4.661.300.000	4.700.540.880
2022	5.356.750.000	6.008.950.417
Total	14.500.383.800	14.369.234.260

Berdasarkan penerimaan masing-masing target dan realisasi Pajak reklame di Kabupaten Cianjur dari tahun 2020 sampai dengan tahun 2022 diketahui bahwa target lebih besar dari realisasi, pada tahun 2020 targetnya sebesar 4,482,333,800,00, sedangkan realisasinya hanya sebesar 3.659.742.963,00 dan pada tahun 2022 targetnya adalah sebesar

5.356.750.000,00 dan realisasinya hanya sebesar 6.008.950.417,00 ini menunjukkan bahwa realisasi belum mencapai target. Sedangkan pada tahun 2021 terjadi peningkatan antara target dan realisasi, dimana targetnya adalah sebesar 4.661.300.000,00 dan realisasinya sebesar 4.700.540.880,00. Hal tersebut terjadi disebabkan karena tidak menetapnya pendapatan pajak reklame yang ada di Kabupaten Cianjur sehingga membuat realisasi tidak mencapai target.

Tabel 2.

Anggaran dan Realisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Cianjur
2020-2022

Tahun	Anggaran (Rp)	Realisasi (Rp)
2020	600.569.212.397	576.995.439.253
2021	738.222.744.767	792.907.706.917
2022	1.059.443.482.736	635.133.816.539

Pendapatan asli daerah Kabupaten Cianjur juga senantiasa mengalami perubahan, hal ini dapat dilihat pada tahun 2020 realisasinya mengalami penurunan sebesar 51.563.322.610,15 kemudian pada tahun 2021 realisasi pendapatan asli daerah mengalami peningkatan sebesar 215.912.267.663,34 dan pada tahun 2022 pendapatan asli daerah realisasinya mengalami penurunan sebesar 157.773.890.378

174

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, untuk mengetahui besarnya kontribusi pajak reklame dalam meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD) di Kabupaten Cianjur dapat dihitung dengan membagi jumlah pajak reklame dengan jumlah PAD kemudian dikalikan dengan seratus persen. Nugroho Budiyuwono, (dalam Helvianti 2009).

Tabel 3.Hasil perhitungan kontribusi Pajak Reklame

Tahun	Realisasi Pajak Reklame	Total PAD	Kontribusi
2020	3.659.742.963	576.995.439.253	0,63%
2021	4.700.540.880	792.907.706.917	0,59%
2022	6.008.950.417	635.133.816.539	0,94%
Rata-rata			0,72%

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus kontribusi menunjukkan bahwa persentase kontribusi pajak reklame setiap tahunnya berfluktuasi atau tidak tetap. Pada tahun 2020 kontribusi yang dihasilkan sebesar 0,63%. Tahun 2021 kontribusinya sebesar 0,59%, tahun 2022 kontribusinya sebesar 0,94%. Dari hasil kontribusi pajak reklame diketahui Rata-rata kontribusi yang dihasilkan dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) yakni sebesar 0,72%. Persentase kontribusi yang paling tinggi ada pada tahun 2022 sebesar 0,94% dan yang paling rendah tahun 2021 sebesar 0,59%.

Adapun faktor yang menyebabkan kurangnya kontribusi yang diberikan pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah Kabupaten Cianjur adalah dikarenakan masih kurangnya kesadaran wajib pajak untuk membayar pajak reklame dengan inisiatif sendiri dan tepat waktu serta tidak menetapnya pendapatan pajak reklame yang ada di Kabupaten Cianjur sehingga membuat realisasi tidak mencapai target. Sedangkan faktor pendukungnya adalah telah tersedianya sistem komputerisasi perhitungan dan penetapan pajak reklame serta telah tersedianya data wajib pajak sehingga memudahkan petugas dalam proses pemungutan pajak reklame tersebut.

Kebijakan yang dilakukan oleh Badan Pendapatan Kabupaten Cianjur terkait pemungutan pajak reklame adalah dengan terus menerus melakukan sosialisasi secara langsung maupun melalui surat Bupati terkait Peraturan Daerah tentang pajak reklame, juga secara online yaitu membuat konten terkait pajak reklame yang disebarluaskan melalui sosial media, melakukan pemutakhiran data base wajib pajak dan melakukan himbauan kepada wajib pajak untuk melakukan proses perizinan pemasangan reklame.

D. KESIMPULAN

Kontribusi pajak reklame pada Badan Pendapatan Kabupaten Cianjur tahun anggaran 2020-2022 terus mengalami perubahan. Pada tahun 2020 pajak reklame memberikan kontribusi terhadap PAD adalah sebesar 0,63%. Tahun 2021 kontribusinya sebesar 0,59%, tahun 2022 kontribusinya sebesar 0,94%. Kontribusi pajak reklame di Kabupaten Cianjur selama tahun 2020-2022 yang

selalu mengalami perubahan ini tidak terlepas dari peranan masyarakat umum dan wajib pajak penyelenggara reklame yang menyadari arti pentingnya membayar pajak untuk pembangunan daerahnya.

Faktor yang dapat menghambat dalam terealisasinya penerimaan pajak reklame di Kabupaten Cianjur yaitu masih kurangnya kesadaran wajib pajak untuk membayar pajak reklame dengan inisiatif sendiri dan tepat waktu dan tidak menetapkan pendapatan pajak reklame yang ada di Kabupaten Cianjur sehingga membuat realisasi tidak mencapai target. Faktor yang dapat mendukung dalam terealisasinya penerimaan pajak reklame yaitu: telah tersedianya sistem komputerisasi perhitungan dan penetapan pajak reklame serta telah tersedianya data wajib pajak sehingga tentu saja hal ini memudahkan Badan Pendapatan Kabupaten Cianjur dalam pemungutan pajak reklame.

Kebijakan yang dilakukan oleh Badan Pendapatan dalam upaya peningkatan pajak reklame Kabupaten Cianjur adalah dengan terus menerus melakukan sosialisasi secara langsung maupun melalui surat Bupati terkait Peraturan Daerah tentang pajak reklame, juga secara online yaitu membuat konten terkait pajak reklame yang disebarluaskan melalui sosial media, melakukan pemutakhiran data base wajib pajak dan melakukan himbauan kepada wajib pajak untuk melakukan proses perizinan pemasangan reklame.

REFERENSI

- Anggoro, Damas Dwi. 2017. *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. UB Press: Malang, hlm. 18.
- Darise, Nurlan. 2008. *Akuntansi Keuangan Daerah (Akuntansi Sektor Publik)*. Jakarta: Indeks, hlm. 135.
- Hanif. 2007. *Teori dan Praktek Pemerintahan dan Otonomi Daerah*. Jakarta: Pres Jakarta dan Restu Agung, hlm. 182.
- John, M. Echols dan Hassan, Shadili. 2007. *Kamus Inggris Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia, hlm. 144.
- Mardiasmo. 2011. *Perpajakan indonesia*. Yogyakarta: Andi, hlm. 12.
- Nurcholis, Rahman, Herlina. 2005. *Paduan Brevet Pajak*. Jakarta: Gramedia, hlm. 38.
- Resmi, Siti. 2019. *Perpajakan Teori dan Kasus (Edisi ke 11 Buku 1)*. Jakarta: Salemba Empat, hlm. 1.
- Siahaan, Marihot P. 2016. *Pajak Daerah & Retribusi Daerah*. Edisi Revisi. Jakarta: Rajawali Pers, hlm. 7, 381.
- Sugiyono. 2011. *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, hlm. 336.

- Suharso dan Retnoningsh. 2015. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Semarang: Widya Karya, hlm. 264.
- Undang-Undang;
- Pemerintah Kabupaten Cianjur. 2011. Peraturan Daerah No. 2 Tahun 2011 tentang Pajak Daerah. Pemerintah Daerah. Kabupaten Cianjur
- Pemerintah Kabupaten Cianjur. 2013. Peraturan Daerah No. 8 Tahun 2013 tentang Investasi di Kabupaten Cianjur. Pemerintah Daerah. Kabupaten Cianjur
- Republik Indonesia. 2004. Undang-Undang No. 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintahan Pusat dan Pemerintahan Daerah. Sekretariat Negara. Jakarta
- Republik Indonesia. 2007. Undang-Undang Republik Indonesia No. 28 Tahun 2007 tentang Perubahan Ketiga atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan. Sekretariat Negara. Jakarta
- Republik Indonesia. (2009). Undang-Undang RI Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Sekretariat Negara. Jakarta
- Republik Indonesia. 2014. Undang-Undang Republik Indonesia No. 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah. Sekretariat Negara. Jakarta