

**Pajak Reklame: Efektivitas, Laju Pertumbuhan dan Kontribusi Pada Pendapatan Asli Daerah****Zenny Widiyani<sup>1</sup>**[zennywidiyani33@gmail.com](mailto:zennywidiyani33@gmail.com)**Ita Rakhmawati<sup>2</sup>**[itarakhmawati@iainkudus.ac.id](mailto:itarakhmawati@iainkudus.ac.id)**ABSTRACT**

*This study aims to determine the effectiveness, growth rate, and contribution of billboard tax to local revenue in Pati Regency in 2021-2023. Using a descriptive quantitative approach, the object of research is billboard tax in Pati Regency, with the subject of research conducted through the Regional Financial and Asset Management Agency (BPKAD). Secondary data sources came from the BPKAD Revenue Division, and data collection was carried out through observation, interviews, and documentation. The population of this research is billboard tax. Supporting data is obtained from various literatures such as books, journals, and previous research. The analysis technique used includes the calculation of effectiveness, growth rate, and contribution of billboard tax with a special formula, processed to produce clear and objective information. The results showed that the effectiveness of billboard tax was rated "Very Effective" with an average of 119.09%, the growth rate of billboard tax was "Less Successful" with an average of 6.15%, and the contribution of billboard tax was "Very Insufficient" with an average of 0.34%.*

**Keywords:** *effectiveness; growth rate; contribution; billboard tax; local revenue*

**1. PENDAHULUAN**

Perkembangan suatu daerah sangat bergantung pada kesejahteraan masyarakatnya, yang merupakan bagian penting dari manajemen keuangan pemerintah daerah. Pengelolaan keuangan dapat ditingkatkan dengan memperluas sumber pendanaan. Sumber pendanaan ini diharapkan dapat memberikan efek positif pada pelaksanaan otonomi daerah. Pemerintah pusat telah memberikan otonomi kepada pemerintah daerah, yang memungkinkan kabupaten dan kota untuk mengatur urusan lokal mereka sendiri (Fagil, 2023). Langkah ini sangat penting untuk memungkinkan daerah mengidentifikasi sektor-sektor potensial sebagai penggerak utama pembangunan lokal, termasuk melalui peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Otonomi daerah mencakup hak, wewenang dan tanggung jawab pemerintah daerah dalam mengelola urusan pemerintahan untuk kesejahteraan masyarakat, yang diatur dalam kerangka Negara Kesatuan Republik Indonesia sesuai dengan Undang-Undang No 23 Tahun 2014 (Mulatsih et al., 2021). Penerapan Undang-Undang Otonomi Daerah di Indonesia membawa konsekuensi bahwa setiap daerah diharapkan menjadi lebih proaktif dan mandiri. Daerah-daerah ini harus mampu menggali, mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam serta potensi lainnya untuk mendukung kelancaran pembangunan dan pemerintahan. Seiring dengan penerapan otonomi daerah, pemerintah daerah memiliki kebebasan untuk mengambil inisiatif sendiri dalam mengelola serta mengoptimalkan sumber daya daerahnya, sehingga potensi lokal dapat dimanfaatkan secara maksimal (Glassida et al., 2022). Tujuannya adalah agar setiap daerah dapat mengurangi ketergantungan keuangan terhadap pemerintah pusat sekecil mungkin, sehingga mampu membiayai kebutuhan rumah tangganya secara mandiri. Oleh karena itu, setiap daerah dapat berkontribusi secara signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat setempat dan pembangunan nasional secara keseluruhan (Pamungkas & Utami, 2024).

Pada sistem pemerintahan daerah yang menerapkan desentralisasi, otonomi daerah memungkinkan pemerintah daerah memiliki tanggung jawab penuh untuk merencanakan dan mengelola sumber dananya sendiri. Artinya, pemerintah daerah bertanggung jawab untuk merancang sumber dana

yang diperlukan guna mendukung penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan di wilayahnya, tanpa harus sepenuhnya bergantung pada pemerintah pusat. (Nauw & Riharjo, 2021). Pemerintah daerah diharapkan mampu mengoptimalkan potensi wilayahnya sebagai sumber pendapatan. Menurut Peraturan Menteri dalam Negeri No. 13 Tahun 2006, pendapatan daerah terdiri dari pendapatan daerah yang sah, dana perimbangan dan Pendapatan Asli Daerah (PAD) (Permendagri Nomor 13, 2006). Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), sehingga daerah dapat mengurangi ketergantungan pada bantuan keuangan dari pemerintah pusat. Oleh karena itu, daerah dapat membiayai kegiatan pemerintahan secara mandiri dan meningkatkan kualitas layanan publik kepada masyarakat. Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan indikator penting dalam menilai kemampuan dan kemandirian finansial suatu daerah. Sehingga, tingkat kemandirian dan kemampuan finansial daerah dapat diukur dari kontribusi PAD terhadap total penerimaan daerah (Sahrudin, 2020). Pada konteks otonomi daerah, PAD sering dianggap sebagai indikator utama untuk menilai tingkat ketergantungan daerah terhadap pemerintah pusat. Secara esensial, semakin besar kontribusi Pendapatan Asli Daerah (PAD) terhadap Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD), semakin rendah ketergantungan daerah pada bantuan dari pemerintah pusat. Hal ini mencerminkan hasil nyata dari pelaksanaan otonomi daerah yang bertanggung jawab dan sesuai dengan prinsip-prinsip yang berlaku (Pamungkas & Utami, 2024).

Kabupaten Pati adalah salah satu daerah yang menerapkan prinsip otonomi daerah. Sebagai daerah otonom, Kabupaten Pati memiliki kewenangan untuk mengatur, mengelola dan mengurus sendiri urusan pemerintahan serta kepentingan masyarakat setempat. Guna meningkatkan kapabilitas keuangan guna mendukung pembangunan, Pemerintah Daerah Kabupaten Pati berupaya meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), sehingga dapat membiayai operasional pemerintahan dan meningkatkan layanan publik. Pertumbuhan PAD yang berkelanjutan diharapkan dapat meningkatkan kemampuan finansial daerah untuk mengelola anggaran secara mandiri, dengan tujuan akhir mengurangi ketergantungan pada bantuan dan subsidi dari pemerintah pusat. Sumber-sumber PAD di Kabupaten Pati meliputi berbagai jenis, seperti pajak daerah, retribusi daerah, pendapatan dari pengelolaan aset daerah yang dipisahkan, serta pendapatan asli daerah lainnya yang sah (Peraturan Daerah Kab. Pati, 2024). Salah satu instrumen penting dalam meningkatkan PAD adalah pajak reklame, yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (Undang-Undang RI, 2009). Oleh karena itu, penelitian ini akan berorientasi pada pajak reklame tersebut yang merupakan bagian dari pajak daerah. Kabupaten Pati memiliki potensi besar dalam sektor reklame. Guna memanfaatkan potensi ini, pemerintah daerah telah menerapkan kebijakan pemungutan pajak reklame. Kebijakan ini merupakan bagian dari strategi yang lebih luas untuk mengoptimalkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Melalui upaya meningkatkan PAD, Kabupaten Pati berharap dapat mendukung pembangunan daerah, membiayai operasional pemerintahan dan meningkatkan layanan publik secara mandiri, sehingga mengurangi ketergantungan pada bantuan dari pemerintah pusat. Hingga saat ini, jumlah OP (Orang Pribadi) di Kabupaten Pati mencapai 6525. Jumlah ini memainkan peran penting dalam mendukung pengelolaan dan penerimaan pajak daerah, yang berkontribusi pada upaya meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Berikut adalah target dan realisasi Pajak Reklame di Kabupaten Pati tahun 2021-2023 yang diperoleh dari Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (BPKAD) Kabupaten Pati:

**Tabel 1. Target dan Realisasi Pajak Reklame Tahun 2021-2023**

Tahun	Target	Realisasi	Rasio
2021	1.000.000.000	1.258.535.659	125,85%
2022	1.260.000.000	1.456.901.734	115,63%
2023	1.212.000.000	1.403.537.847	115,80%

Sumber: Diolah dari BPKAD Kabupaten Pati, 2024

Berdasarkan laporan realisasi pajak reklame selama tahun 2021-2023, realisasi pajak reklame selalu melebihi target yang ditetapkan. Pada tahun 2021, realisasi penerimaan mencapai 125,85% dari target, sedangkan pada tahun 2022, rasio realisasi turun menjadi 115,63%. Meskipun demikian, pada tahun 2023, rasio realisasi mengalami sedikit kenaikan menjadi 115,80%. Penurunan rasio dari tahun 2021 ke 2022 diikuti oleh pemulihan kecil pada tahun 2023 menunjukkan bahwa meskipun persentase pencapaian target mengalami fluktuasi, pendapatan dari pajak reklame tetap memiliki potensi besar untuk mendukung peningkatan perekonomian daerah. Pajak reklame dikenakan pada penggunaan iklan untuk tujuan komersial. Sistem pemungutan pajak ini menggunakan *Official Assessment* yang ditetapkan oleh otoritas fiskal. Wajib Pajak Daerah (WPD) harus melaporkan detail seperti ukuran objek reklame, jenis media yang digunakan dan informasi lainnya kepada petugas yang akan menentukan jumlah pajak yang harus dibayar (Susanto, 2022).

Permasalahan yang dihadapi dalam pengelolaan pajak reklame di Kabupaten Pati adalah rendahnya kesadaran masyarakat dalam memenuhi kewajiban pajak mereka. Hal ini berdampak negatif pada penerimaan pajak reklame, yang seharusnya menjadi salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD). Selanjutnya, banyak masyarakat yang enggan atau tidak peduli untuk membayar pajak, sehingga mereka hanya akan membayar setelah diperingatkan atau didatangi oleh petugas pajak. Selain itu, masih banyak reklame yang dipasang tanpa izin dari Pemerintah Daerah, sehingga dapat menyebabkan rendahnya penerimaan pajak reklame. Guna mengatasi masalah ini dan meningkatkan PAD di Kabupaten Pati, pemerintah perlu melakukan evaluasi terhadap besaran pajak reklame yang dikenakan. Evaluasi ini dapat mencakup analisis efektivitas sistem pemungutan pajak reklame, laju pertumbuhan pajak tersebut dan seberapa besar kontribusinya terhadap PAD. Melalui evaluasi tersebut, pemerintah dapat menentukan apakah perlu ada perubahan dalam kebijakan pajak reklame untuk meningkatkan kepatuhan masyarakat dan penerimaan pajak. Fenomena ini masih sangat relevan dan penting untuk diteliti lebih lanjut. Penelitian yang mendalam mengenai efektivitas, laju pertumbuhan dan kontribusi pajak reklame terhadap PAD sangat diperlukan, terutama di Kabupaten Pati. Penelitian semacam ini masih jarang dilakukan terutama di Kabupaten Pati, sehingga hasilnya dapat memberikan wawasan baru dan rekomendasi yang berguna bagi pemerintah daerah dalam mengelola pajak reklame secara lebih efektif dan efisien.

Penelitian sebelumnya terkait penelitian ini pernah dilakukan oleh Mulatsih dkk pada tahun 2021 yang berjudul “Analisis Efektivitas, Kontribusi dan Laju Pertumbuhan Pajak Parkir dan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Provinsi DKI Jakarta Tahun 2016-2020”, memperoleh hasil bahwa tingkat efektivitas pajak parkir dan pajak reklame menunjukkan hasil yang umumnya efektif. Namun, kontribusi dari kedua jenis pajak tersebut cenderung rendah secara keseluruhan. Pertumbuhan pajak parkir mengalami variasi yang signifikan, dengan pertumbuhan tertinggi terjadi dari tahun 2017 ke 2018 mencapai 5,76%, sementara yang terendah terjadi dari tahun 2019 ke 2020 dengan penurunan sebesar -36,89%. Di sisi lain, pertumbuhan pajak reklame mencatatkan kenaikan tertinggi dari tahun 2015 ke 2016 sebesar 47,83%, namun mengalami penurunan terbesar dari tahun 2019 ke 2020 sebesar -24,02% (Mulatsih et al., 2021). Penelitian lain yang serupa berasal dari Sheilla Agustin Rahayu pada tahun 2023 yang berjudul “Analisis Laju Pertumbuhan, Efektivitas dan Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame pada

Pendapatan Asli Daerah Kota Surabaya”, memperoleh hasil bahwa pertumbuhan penerimaan pajak reklame di Kota Surabaya dari tahun 2017 hingga 2021 dinilai kurang berhasil karena rata-rata pertumbuhannya kurang dari 30%. Meskipun demikian, efektivitas dalam mengumpulkan pajak reklame selama periode tersebut mencapai rata-rata 97,63%, yang dapat dianggap efektif. Namun, kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Surabaya pada periode yang sama masih rendah, dengan rata-rata presentase sebesar 2,62%. Guna meningkatkan penerimaan pajak, Pemerintah Kota Surabaya telah melakukan upaya seperti penyisiran jalan, pemeriksaan pajak dengan pendataan ulang pada reklame yang sudah ada, serta menegakkan penertiban oleh SATPOL PP (Rahayu,

2023). Kemudian, penelitian terdahulu tentang efektivitas pajak reklame di Kabupaten Pati pernah diteliti oleh Melsa Adelia Cahayani Susanto pada tahun 2022 yang berjudul “Tinjauan Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah di Wilayah Kabupaten Pati”, memperoleh hasil bahwa pada akhir tahun 2021, jumlah wajib pajak Pajak Reklame di BPKAD Kabupaten Pati mencapai 1.943 orang. Meskipun terjadi pandemi pada tahun 2020 yang mengakibatkan penurunan pendapatan pajak daerah, data menunjukkan bahwa kontribusi pajak daerah terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) terus meningkat setiap tahunnya. Pemungutan Pajak Reklame dinilai sangat efektif berdasarkan kriteria kinerja keuangan yang digunakan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti termotivasi untuk melaksanakan penelitian yang berjudul “Pajak Reklame: Efektivitas, Laju Pertumbuhan dan Kontribusinya pada Pendapatan Asli Daerah”. Pembaruan pada penelitian ini terletak pada periode yang diteliti yang merupakan periode terbaru yaitu 2021-2023, berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya, sehingga informasi yang disajikan akan lebih relevan dibandingkan penelitian terdahulu. Pembahasan tentang efektivitas, laju pertumbuhan dan kontribusi pajak reklame di Kabupaten Pati juga masih jarang dilakukan. Sehingga, pembaruan penelitian ini juga terletak pada penambahan topik Laju Pertumbuhan dan Kontribusi, berbeda dengan penelitian sebelumnya terkait pajak reklame di Kabupaten Pati yang hanya membahas mengenai Efektivitas Pajak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas, laju pertumbuhan dan kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Pati selama periode tiga tahun terakhir, yaitu dari tahun 2021 hingga 2023. Hasil yang diharapkan dari penelitian ini yaitu dapat memberikan pandangan komprehensif tentang efektivitas, laju pertumbuhan dan kontribusi pajak reklame di Kabupaten Pati selama periode penelitian serta menyediakan rekomendasi yang dapat dijadikan dasar untuk peningkatan dan pertumbuhan bank di masa depan.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Teori *Stewardship*

Menurut Donaldson & Davis (1991), teori *stewardship* didefinisikan sebagai situasi di mana manajemen organisasi berfokus pada pencapaian tujuan utama yang menguntungkan organisasi secara keseluruhan, bukan tujuan individu. Teori ini menekankan bahwa kinerja organisasi sangat berkaitan dengan kepuasan, dan keberhasilan organisasi sangat dipengaruhi oleh kepuasan pemilik (Mufidah et al., 2024). Pada konteks ini, pemerintah berupaya maksimal dalam operasionalnya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Pemerintah dalam peran dominannya memiliki wewenang untuk mengatur dan mengawasi semua kegiatan di wilayahnya serta memastikan seluruh warga negara memiliki akses ke fasilitas yang disediakan. Teori *stewardship* dapat diterapkan dalam pengelolaan Pajak Reklame oleh pemerintah Kabupaten Pati, Jawa Tengah. Penelitian ini menyoroti hubungan antara pemerintah dan wajib pajak, di mana pemerintah berusaha mempermudah proses pembayaran pajak. Konsep *stewardship* menekankan bahwa pemerintah bertindak sebagai pengelola yang bertanggung jawab terhadap sumber daya publik, termasuk pendapatan pajak, dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Pemerintah Kabupaten Pati menerapkan kebijakan pajak reklame untuk mendanai pembangunan dan pelayanan publik. Kebijakan ini bertujuan mengumpulkan pendapatan dan membangun hubungan baik dengan wajib pajak. Melalui upaya mempermudah pembayaran dan menerapkan aturan yang jelas, pemerintah berharap meningkatkan kepatuhan wajib pajak dan mendorong ekonomi lokal. Dana dari pajak reklame digunakan secara efisien dan transparan sesuai prinsip *stewardship* yang mencerminkan tanggung jawab pemerintah dalam mengelola sumber daya publik demi kesejahteraan masyarakat.

Penelitian yang berjudul "Efektivitas, Laju Pertumbuhan, dan Kontribusi Pemungutan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Pati Tahun 2021-2023" akan mengungkapkan pentingnya pengelolaan pajak reklame dalam konteks pendapatan daerah. Penelitian ini akan

menunjukkan bahwa keberhasilan pemerintah Kabupaten Pati dalam memungut pajak reklame tidak hanya berdampak pada peningkatan pendapatan asli daerah, tetapi juga memperkuat prinsip-prinsip *stewardship* yang berorientasi pada kesejahteraan masyarakat.

## 2.2. Pendapatan Asli Daerah

Menurut Undang-Undang No. 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah pendapatan yang diperoleh oleh suatu daerah melalui berbagai jenis pajak, retribusi, hasil usaha daerah, serta sumber pendapatan lainnya, yang dikumpulkan sesuai dengan Peraturan Daerah (PERDA) dan ketentuan hukum yang berlaku (Undang-Undang RI, 2009). Sistem ini memastikan daerah memiliki dana yang cukup untuk membiayai pelayanan publik dan pembangunan sesuai kebutuhan masyarakat. Semua komponen PAD berperan penting dalam realisasi APBD serta dapat mendukung otonomi daerah dan kesejahteraan masyarakat (Hafandi & Romandhon, 2020). Sumber-sumber Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Pati telah sesuai dengan ketentuan umum yang berlaku, yaitu terdiri atas pajak daerah, retribusi daerah, pendapatan dari pengelolaan aset daerah yang dipisahkan, serta pendapatan asli daerah sah lainnya. Hal ini memastikan bahwa pengelolaan PAD di Kabupaten Pati berjalan sesuai dengan peraturan dan mendukung realisasi APBD secara efektif.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa Pendapatan Asli Daerah (PAD) meliputi pajak daerah, retribusi, hasil usaha daerah dan sumber sah lainnya, yang mendukung pembiayaan pelayanan publik dan pembangunan. Pengelolaan PAD di Kabupaten Pati telah sesuai dengan ketentuan yang berlaku, yang memastikan realisasi Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) efektif serta mendukung otonomi daerah dan kesejahteraan masyarakat.

## 2.3. Pajak Daerah

Menurut Undang-Undang No. 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, pajak daerah adalah kewajiban yang harus dipenuhi oleh individu atau badan hukum, bersifat wajib sesuai ketentuan Undang-Undang, tanpa imbalan langsung dan digunakan untuk kepentingan daerah guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Undang-Undang RI, 2009). Menurut Mailindra, pajak daerah adalah kontribusi wajib yang harus dibayarkan oleh individu atau badan kepada daerah. Pajak ini bersifat memaksa sesuai dengan undang-undang, tanpa imbalan langsung dan digunakan untuk kepentingan daerah demi kemakmuran rakyat (Mailindra, 2022). Pemerintah daerah di Indonesia terbagi menjadi dua tingkatan yakni provinsi dan kabupaten/kota. Kedua tingkatan ini memiliki kewenangan dalam menjalankan otonomi daerah, sehingga terdapat dua jenis pajak daerah yaitu pajak provinsi dan pajak kabupaten/kota. Salah satu karakteristik pajak daerah adalah bahwa pengenaannya didasarkan pada Peraturan Daerah (PERDA) dan peraturan perundang-undangan yang berlaku, sehingga bersifat wajib dan memaksa bagi subjek pajak (Anggara et al., 2024). Peraturan daerah yang mengatur tentang pajak daerah di Kabupaten Pati adalah Peraturan Daerah Kabupaten Pati Nomor 5 Tahun 2019 Tentang Perubahan atas Peraturan Daerah Kabupaten Pati Nomor 3 Tahun 2011 Tentang Pajak Daerah. Selanjutnya, pajak daerah juga diatur dalam peraturan daerah terbaru Kabupaten Pati, yaitu Peraturan Daerah Kabupaten Pati Nomor 1 Tahun 2024 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.

Pajak daerah terbagi menjadi beberapa jenis, yaitu: (Peraturan Daerah Kab. Pati, 2024)

1. PBB-P2;
2. BPHTB;
3. PBJT atas:
  - a. Makanan dan/atau Minuman;
  - b. Tenaga Listrik;
  - c. Jasa Perhotelan;
  - d. Jasa Parkir; dan Jasa Kesenian dan Hiburan;
4. Pajak Reklame;
5. PAT;

6. Pajak MBLB;
7. Pajak Sarang Burung Walet;
8. Opsen PKB; dan
9. Opsen BBNKB.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pajak daerah adalah kewajiban yang harus dipenuhi oleh individu atau badan hukum sesuai dengan Undang-Undang No. 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Pajak daerah merupakan kontribusi yang harus dibayarkan tanpa imbalan langsung, dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di tingkat daerah. Pemerintah daerah di Indonesia yang terdiri atas provinsi dan kabupaten/kota, memiliki wewenang otonomi untuk mengelola pajak daerah, yang diatur dalam Peraturan Daerah (PERDA) dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

## 2.4. Pajak Reklame

Menurut Undang-undang No. 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame yang merupakan 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 (Undang-Undang RI, 2009). Objek pajak reklame adalah semua penyelenggaraan reklame dengan tarif 25%. Objek yang dimaksud terdiri atas reklame papan/ *billboard*/ *videotron*/ *megatron*, reklame kain, reklame melekat/stiker, reklame selebaran, reklame berjalan termasuk pada kendaraan, reklame udara, reklame apung, reklame *film/slide* dan reklame peragaan. Sedangkan, yang dikecualikan dari objek pajak reklame adalah: (Peraturan Daerah Kab. Pati, 2024)

1. Penyelenggaraan Reklame melalui internet, televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan, dan sejenisnya;
2. Label/merek produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan, yang berfungsi untuk membedakan dari produk sejenis lainnya;
3. Nama nama pengenal profesi yang dipasang melekat pada Bangunan dan/atau di dalam area tempat usaha atau profesi yang jenis, ukuran, bentuk, dan bahan Reklamennya diatur dalam Peraturan Bupati dengan berpedoman pada ketentuan yang mengatur tentang nama pengenal profesi tersebut;
4. Reklame yang diselenggarakan oleh Pemerintah Pusat atau Pemerintah Daerah; dan
5. Reklame yang diselenggarakan dalam rangka kegiatan politik, sosial, dan keagamaan yang tidak disertai dengan iklan komersial.

Berikut adalah tarif pemungutan pajak reklame di wilayah Kabupaten Pati:

**Tabel 2. Tarif Pajak Reklame Kabupaten Pati**

No.	Jenis Reklame	Kawasan I	Kawasan II	Lokasi Larangan
		1 Bulan (Rp)	1 Bulan (Rp)	1 Bulan (Rp)
1.	Papan	3.000 / M <sup>2</sup>	3.000 / M <sup>2</sup>	3.000 / M <sup>2</sup>
2.	<i>Billboard</i> / <i>Megatron</i>	5.000 / M <sup>2</sup> / Muka	5.000 / M <sup>2</sup> / Muka	5.000 / M <sup>2</sup> / Muka
3.	Kain/ Spanduk/ Umbul-Umbul	15.000 / M <sup>2</sup>	15.000 / M <sup>2</sup>	15.000 / M <sup>2</sup>
4.	Layar	2.000 / M <sup>2</sup>	2.000 / M <sup>2</sup>	2.000 / M <sup>2</sup>
5.	Selebaran	150 / Lbr	150 / Lbr	150 / Lbr
6.	Melekat			
	a. Kertas/ Plastik	600 / Lbr	600 / Lbr	600 / Lbr
	b. Seng/ Logam	1.200 / Lbr	1.200 / Lbr	1.200 / Lbr
7.	Berjalan			
	a. Mobil	20.000 / Unit	20.000 / Unit	20.000 / Unit
	b. Kendaraan Bermotor	10.000 / Unit	10.000 / Unit	10.000 / Unit
8.	Suara	30.000 / Hari	30.000 / Hari	30.000 / Hari
9.	Udara	250.000 / Unit	250.000 / Unit	250.000 / Unit

10. Peragaan	25.000 / Unit	25.000 / Unit	25.000 / Unit
11. Videotron	100.000 / M <sup>2</sup>	100.000 / M <sup>2</sup>	100.000 / M <sup>2</sup>
12. Running Text	50.000 / M <sup>2</sup> / Muka	50.000 / M <sup>2</sup> / Muka	50.000 / M <sup>2</sup> / Muka

Sumber: BPKAD Kabupaten Pati, 2024

Wajib pajak yang terlambat atau tidak membayar pajak setelah jatuh tempo akan dikenakan sanksi administratif berupa bunga atau denda sebesar 2% per bulan. Sementara itu, wajib pajak yang lalai tidak menyampaikan SPTPD, mengisi dengan tidak benar atau tidak lengkap, atau melampirkan keterangan yang tidak benar sehingga merugikan keuangan daerah, dapat dikenakan pidana kurungan maksimal 1 tahun atau denda paling banyak 2 kali jumlah pajak terutang yang tidak atau kurang bayar.

### 2.5. Efektivitas

Efektivitas mengukur seberapa baik hasil yang dicapai sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Pada konteks pajak, efektivitas mengacu pada alat untuk menilai total penerimaan pajak yang dicapai dibandingkan dengan target yang ditetapkan. Pemerintah daerah dianggap berhasil dalam pemungutan pajak jika efektivitasnya memenuhi standar yang telah ditentukan (Apriliani, 2022). Efektivitas diukur berdasarkan sejauh mana proses kegiatan mencapai tujuan akhir kebijakan. Semakin besar output yang dihasilkan dalam mencapai tujuan dan sasaran yang ditetapkan, semakin efektif unit organisasi tersebut. Pada konteks pemungutan pajak, efektivitas mengukur seberapa besar penerimaan yang tercapai dibandingkan dengan potensi maksimal yang dapat dicapai dalam periode tertentu (Yuniati & Yuliandi, 2021). Berdasarkan kedua pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa tingkat efektivitas suatu organisasi atau pemerintahan daerah dalam pemungutan pajak tercermin dari seberapa baik mereka memanfaatkan sumber daya dan melaksanakan kebijakan untuk mencapai atau bahkan melampaui target yang ditetapkan. Rumus yang digunakan untuk menghitung nilai efektivitas pajak yaitu:

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

**Tabel 3. Kriteria Nilai Efektivitas Pajak**

Kriteria	Presentase
>100%	Sangat Efektif
90% - 100%	Efektif
80% - 90%	Cukup Efektif
60% - 80%	Kurang Efektif
< 60%	Tidak Efektif

Sumber: (Kepmendagri No. 690.900.327, 2006)

### 2.6. Laju Pertumbuhan

Laju pertumbuhan ekonomi mengacu pada peningkatan output per kapita dalam jangka panjang. Pada konteks pajak daerah, ini berarti peningkatan penerimaan pajak secara berkelanjutan. Hal ini mencerminkan kemampuan daerah untuk mempertahankan dan meningkatkan keberhasilan mereka dari satu periode ke periode berikutnya (Herjanti & Teg, 2013). Melalui pemahaman pertumbuhan setiap komponen sumber pendapatan dan pengeluaran, informasi ini dapat digunakan untuk mengevaluasi area yang memerlukan perhatian. Hal ini sangat relevan untuk pajak reklame, di mana pemahaman tentang pertumbuhan tersebut dapat membantu menilai peluang dan potensi peningkatan penerimaan dari sumber pajak tersebut (Mulatsih et al., 2021). Berdasarkan kedua pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa tingkat efektivitas suatu organisasi atau pemerintahan daerah dalam pemungutan pajak tercermin dari seberapa baik mereka memanfaatkan sumber daya dan melaksanakan kebijakan untuk mencapai atau bahkan melampaui target yang ditetapkan. Rumus yang digunakan untuk menghitung nilai nilai laju pertumbuhan pajak yaitu:

$$\Delta X = \frac{X_t - X(t-1)}{X(t-1)} \times 100\%$$

Keterangan:

$\Delta X$  : Rasio pertumbuhan realisasi penerimaan atau pengeluaran rutin

$X_t$  : Jumlah penerimaan atau pengeluaran rutin

$X(t-1)$  : Jumlah penerimaan atau pengeluaran rutin tahun sebelumnya

**Tabel 4. Kriteria Nilai Laju Pertumbuhan Pajak**

Kriteria	Presentase
85% - 100%	Sangat Berhasil
70% - 85%	Berhasil
55% - 70%	Cukup Berhasil
30% - 55%	Kurang Berhasil
< 30%	Tidak Berhasil

Sumber: (Kepmendagri No. 690.900.327, 2006)

## 2.7. Kontribusi

Kontribusi berasal dari bahasa Inggris "*contribute*" dan "*contribution*", yang berarti partisipasi, keterlibatan, atau sumbangan. Pada konteks ini, kontribusi dapat berupa materi atau tindakan. Pajak adalah bentuk kontribusi finansial yang wajib diberikan kepada negara. Pajak memungkinkan individu atau entitas untuk berpartisipasi dalam pembiayaan layanan dan infrastruktur publik, seperti pendidikan, kesehatan dan keamanan. Melalui pembayaran pajak, seseorang memberikan kontribusi materi yang mendukung kelangsungan fungsi pemerintahan dan pelayanan masyarakat (Fitriano & Ferina, 2021). Kontribusi mengacu pada partisipasi atau keikutsertaan seseorang dalam mendukung orang lain, baik melalui tindakan langsung maupun sumbangan tidak langsung (Permatasari & Wicaksono, 2022).

Berdasarkan kedua pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kontribusi mengacu pada partisipasi atau sumbangan, baik dalam bentuk materi maupun tindakan. Pada konteks pajak reklame, kontribusi ini merujuk pada kewajiban finansial yang harus dibayarkan oleh individu atau entitas kepada negara. Pajak reklame adalah jenis pajak yang dikenakan pada reklame atau iklan dan hasilnya digunakan untuk membiayai layanan publik serta infrastruktur seperti pendidikan, kesehatan dan keamanan. Melalui pembayaran pajak reklame, individu atau entitas memberikan kontribusi materiil yang mendukung berbagai fungsi pemerintahan dan pelayanan masyarakat, mencerminkan partisipasi mereka dalam pembiayaan kebutuhan umum dan pembangunan kota. Rumus yang digunakan untuk menghitung nilai efektivitas pajak yaitu:

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

**Tabel 5. Kriteria Nilai Kontribusi Pajak**

Kriteria	Presentase
0,00 - 10%	Sangat Kurang
10,10% - 20%	Kurang
20,10% - 30%	Sedang
30,10% - 40%	Cukup Baik
40,10% - 50%	Baik
> 50%	Sangat Baik

Sumber: (Kepmendagri No. 690.900.327, 2006)

**2.8. Kerangka Berfikir**



**Gambar 1. Kerangka Berfikir**

**3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis deskriptif. Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah efektivitas, laju pertumbuhan dan kontribusi pajak reklame Kabupaten Pati pada tahun 2021-2023, sedangkan subjek penelitian dilakukan di Kabupaten Pati melalui Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (BPKAD). Sumber data yang digunakan yaitu sekunder, bersumber dari Bidang Pendapatan BPKAD Kabupaten Pati, sedangkan prosedur pengumpulan data yang digunakan yaitu melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini yaitu pajak reklame. Data pendukung untuk penelitian ini diperoleh dengan mengkaji berbagai literatur seperti buku, jurnal, dokumen-dokumen serta penelitian-penelitian terdahulu yang serupa. Teknik analisis data yang digunakan yaitu dengan melakukan perhitungan efektivitas, laju pertumbuhan dan kontribusi pajak reklame menggunakan rumus khusus, kemudian dianalisis guna menyajikan hasil yang jelas dan objektif terkait dengan masalah yang diteliti.

**4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Sebagai salah satu sumber pendapatan utama, pajak reklame memainkan peran penting dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Pati. Analisis mendalam diperlukan untuk memahami efektivitas, laju pertumbuhan dan kontribusi pajak reklame dalam meningkatkan PAD serta mengevaluasi laju pertumbuhan yang dihasilkannya. Pembahasan ini akan mencakup berbagai aspek terkait pajak reklame, termasuk efektivitas, laju pertumbuhan dan kontribusinya terhadap PAD Kabupaten Pati. Melalui analisis ini, diharapkan dapat terungkap seberapa signifikan peran pajak reklame dalam struktur pendapatan daerah serta tantangan yang dihadapi dalam pengelolaannya. Berikut adalah hasil dan pembahasan terkait efektivitas, laju pertumbuhan dan kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Pati tahun 2021-2023:

**4.1. Efektivitas Pajak Reklame di Kabupaten Pati**

Analisis efektivitas pajak reklame adalah proses yang menggambarkan sejauh mana kemampuan dalam merealisasikan pajak reklame yang telah direncanakan jika dibandingkan dengan target yang telah ditetapkan (Yuniati & Yuliandi, 2021). Analisis ini terkait dengan target yang menjadi acuan dalam pemungutan pajak, di mana target tersebut berhubungan dengan tujuan yang ingin dicapai. Melalui pemahaman tujuan tersebut, penentuan target menjadi lebih mudah, sehingga pada akhirnya akan mempengaruhi pencapaian realisasi yang mendekati perkiraan target. Analisis efektivitas pajak reklame di Kabupaten Pati dapat dilakukan dengan menggunakan rumus efektivitas, yaitu dengan membandingkan realisasi penerimaan pajak reklame terhadap anggaran penerimaan yang telah ditetapkan. Hasil perhitungan yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan informasi yang dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 6. Efektifitas Pajak Reklame**

Tahun	Pajak Reklame		Efektivitas	Kriteria
	Target Penerimaan	Realisasi Penerimaan		
2021	1.000.000.000	1.258.535.659	125,85%	Sangat Efektif
2022	1.260.000.000	1.456.901.734	115,63%	Sangat Efektif
2023	1.212.000.000	1.403.537.847	115,80%	Sangat Efektif
<b>Rata-Rata</b>			<b>119,09%</b>	<b>Sangat Efektif</b>

*Sumber: Diolah dari BPKAD Kabupaten Pati, 2024*

Berdasarkan data yang tertera pada tabel, terlihat bahwa efektivitas penerimaan pajak reklame di Kabupaten Pati dari tahun 2021 hingga 2023 menunjukkan pola pertumbuhan yang fluktuatif. Pada tahun 2021, penerimaan pajak reklame mencapai 125,85% dari target, sehingga menunjukkan pencapaian yang melebihi target. Hal ini berarti bahwa pemerintah daerah berhasil melampaui target yang ditetapkan, berkat kebijakan yang efektif, pengelolaan yang baik, tingkat kepatuhan wajib pajak yang tinggi dan tingkat pemasangan reklame yang meningkat. Namun, pada tahun 2022 penerimaan pajak reklame menurun menjadi 115,63% dari pada tahun 2021, meskipun masih di atas target. Penurunan ini disebabkan oleh berbagai faktor seperti, penurunan kepatuhan wajib pajak, terjadi tantangan dalam pengelolaan dan pengawasan serta penurunan potensi pajak reklame yang disebabkan oleh berkurangnya pemasangan reklame insidental atau jenis reklame yang dipasang hanya pada kesempatan atau waktu tertentu saja, tidak secara tetap atau rutin. Contoh reklame insidental yaitu baliho, spanduk, umbul-umbul, poster, stiker, balon udara dan selebaran. Pada tahun 2023, penerimaan pajak reklame sedikit meningkat menjadi 115,80%, sehingga menunjukkan perbaikan dibandingkan tahun 2022. Hal ini dapat disebabkan oleh meningkatnya kesadaran wajib pajak dan banyaknya jumlah reklame yang dipasang.

Meskipun terjadi penurunan di tahun 2022 dan peningkatan yang tidak signifikan di tahun 2023, rata-rata kinerja penerimaan pajak reklame Kabupaten Pati dalam tiga tahun terakhir tetap dikategorikan "Sangat Efektif" dengan angka rata-rata 119,09%. Hal ini menunjukkan bahwa pemerintah daerah memiliki kemampuan yang sangat baik dalam mengelola pajak daerah dan mengoptimalkan potensi pendapatan dari sektor pajak. Tingkat efektivitas pajak reklame sangat terkait dengan jumlah penerimaan dan mencerminkan seberapa baik pemerintah daerah mencapai target yang ditetapkan. Jika realisasi melebihi atau sesuai dengan target, maka pajak dianggap efektif. Sebaliknya, jika realisasi jauh di bawah target, pajak tersebut dianggap tidak efektif. Guna mencapai efektivitas yang lebih optimal, pemerintah daerah perlu melakukan evaluasi menyeluruh dan perbaikan terhadap prosedur pemungutan pajak. Evaluasi ini harus mencakup peninjauan sistem administrasi dari perencanaan hingga pelaksanaan dan pengawasan, dengan tujuan untuk memaksimalkan potensi penerimaan pajak dan memastikan kestabilan pencapaiannya. Selain itu, kebijakan dan pengelolaan pajak reklame yang baik sangat mempengaruhi efektivitas pajak. Kebijakan yang efektif dan pengelolaan yang efisien dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak serta penerimaan pajak. Oleh karena itu, pemerintah daerah harus meningkatkan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak melalui program sosialisasi dan pelayanan yang memudahkan mereka dalam memenuhi kewajiban pajak. Pengawasan yang ketat dan penegakan hukum yang tegas terhadap pelanggaran pajak juga merupakan faktor kunci. Pengawasan yang efektif memastikan proses pemungutan pajak dilakukan dengan transparan, sementara penegakan hukum memberikan efek jera bagi wajib pajak, mendorong mereka untuk patuh jika ada konsekuensi yang jelas. Secara keseluruhan, tingkat efektivitas pajak reklame mencerminkan sejauh mana pemerintah daerah dapat mencapai target penerimaan, dan menunjukkan kualitas pengelolaan serta penerapan kebijakan pajak. Melalui langkah menggabungkan evaluasi prosedur, peningkatan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak, serta pengawasan dan penegakan hukum yang tegas, pemerintah daerah dapat meningkatkan

efektivitas pajak reklame dan mencapai target penerimaan yang lebih tinggi di masa mendatang.

Penelitian ini sejalan dengan teori *stewardship* yang menjelaskan bahwa pengelolaan yang baik dan komitmen terhadap kepentingan publik dapat meningkatkan efektivitas suatu organisasi, termasuk dalam konteks pengelolaan pajak. Dalam hal ini, pemerintah daerah Kabupaten Pati menunjukkan tanggung jawab yang tinggi dalam mencapai target penerimaan pajak reklame, melalui peningkatan kebijakan, pengelolaan yang efisien, serta program sosialisasi untuk meningkatkan kesadaran wajib pajak. Upaya pengawasan yang ketat dan penegakan hukum yang tegas terhadap pelanggaran pajak mencerminkan komitmen pengelola untuk menciptakan sistem yang transparan dan adil. Dengan demikian, efektivitas pajak reklame yang tercermin dalam pencapaian target menunjukkan bahwa pemerintah daerah berfungsi sebagai *steward* yang baik, mengelola sumber daya secara efisien dan bertanggung jawab demi kepentingan masyarakat.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Melsa Adelia Cahayani Susanto (2022), yang menunjukkan bahwa efektivitas pemungutan pajak reklame di Kabupaten Pati sangat baik, dengan pencapaian penerimaan yang melebihi target yang ditetapkan setiap tahun (Susanto, 2022). Penelitian tersebut mencatat bahwa jumlah wajib pajak meningkat meskipun menghadapi tantangan akibat pandemi, yang mengindikasikan pengelolaan yang efektif dan tingkat kepatuhan yang tinggi dari wajib pajak. Hasil ini menunjukkan bahwa pemerintah daerah memiliki kemampuan yang baik dalam mengelola pajak reklame dan mengoptimalkan pendapatan daerah. Oleh karena itu, efektivitas pajak reklame di Kabupaten Pati menunjukkan tren yang positif dan memberikan dasar yang kuat untuk peningkatan kontribusi pajak di masa mendatang.

#### 4.2. Laju Pertumbuhan Pajak Reklame di Kabupaten Pati

Laju pertumbuhan pajak reklame menunjukkan sejauh mana pemerintah daerah berhasil mempertahankan atau meningkatkan hasil pengumpulan Pajak Reklame dan Pendapatan Asli Daerah (PAD) (Ainiyah et al., 2023). Indikator ini mengukur kemajuan pemerintah daerah dalam menjaga atau memperbaiki kinerja dari satu periode ke periode berikutnya. Sebagai indikator, pertumbuhan pajak reklame digunakan untuk menilai kemajuan dan peningkatan penerimaan pajak reklame serta kontribusinya terhadap PAD Kabupaten Pati selama periode 2021 hingga 2023. Guna menghitung laju pertumbuhan, digunakan rumus khusus yaitu dengan membandingkan realisasi penerimaan tahun saat ini dikurangi realisasi tahun sebelumnya terhadap realisasi tahun sebelumnya. Data realisasi pajak reklame pada tahun 2020 juga disajikan untuk menghitung laju pertumbuhan tahun 2021, mengingat cakupan penelitian mencakup periode dari tahun 2021 hingga 2023. Hasil perhitungan yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan informasi yang dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 7. Laju Pertumbuhan Pajak Reklame**

Tahun	Pajak Reklame		Laju Pertumbuhan	Kriteria
	Realisasi	Realisasi Tahun Sebelumnya		
2021	1.258.535.659	1.183.419.983	6,35%	Tidak Berhasil
2022	1.456.901.734	1.258.535.659	15,76%	Tidak Berhasil
2023	1.403.537.847	1.456.901.734	-3,66%	Tidak Berhasil
<b>Rata-Rata</b>			<b>6,15%</b>	<b>Tidak Berhasil</b>

*Sumber: Diolah dari BPKAD Kabupaten Pati, 2024*

Berdasarkan data yang tercantum dalam tabel, laju pertumbuhan pajak reklame di Kabupaten Pati antara tahun 2021 hingga 2023 menunjukkan pola pertumbuhan yang fluktuatif. Pada tahun 2022, terjadi kenaikan signifikan dengan angka penerimaan sebesar 15,76%, dibandingkan dengan tahun 2021 yang hanya mencapai 6,35%, dan tahun 2023 yang mengalami penurunan drastis hingga -3,66%. Kenaikan pada tahun 2022 disebabkan oleh perbaikan dalam kebijakan pengumpulan pajak atau penegakan hukum yang lebih efektif, serta peningkatan aktivitas periklanan atau ekspansi bisnis yang mengakibatkan jumlah reklame yang lebih banyak dan pendapatan pajak yang lebih tinggi. Kampanye edukasi tentang

kewajiban pajak yang berhasil juga berkontribusi pada peningkatan tersebut.

Pada sisi lain, penurunan pada tahun 2023 dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti pergeseran tren industri periklanan dari reklame konvensional ke reklame digital, yang mungkin belum sepenuhnya terakomodasi oleh kebijakan pajak yang ada. Penurunan aktivitas ekonomi atau kesulitan finansial pelaku usaha juga dapat berdampak pada pendapatan pajak yang lebih rendah. Selain itu, ketidakefektifan dalam penegakan pajak atau kurangnya pembaruan dalam strategi pemungutan pajak turut berperan dalam penurunan tersebut. Pada tahun 2023 merupakan tahun politik, yang menyebabkan penurunan penerimaan pajak reklame. Hal ini disebabkan oleh banyaknya *billboard* yang dipasang untuk kampanye calon legislatif sehingga tidak dikenakan pajak. Akibat meningkatnya jumlah reklame politik yang tidak terdaftar dalam kewajiban pajak, penerimaan dari pajak reklame mengalami penurunan signifikan. Situasi ini mengakibatkan berkurangnya total pendapatan pajak reklame yang diperoleh pemerintah daerah, karena *billboard* politik sering kali dibiarkan tanpa pengenaan pajak sesuai ketentuan yang ada.

Secara keseluruhan, laju pertumbuhan pajak reklame di Kabupaten Pati selama periode 2021-2023 berada dalam kriteria "Tidak Berhasil" dengan angka rata-rata 6,15%. Guna meningkatkan kinerja pajak reklame, pemerintah daerah perlu melakukan evaluasi menyeluruh terhadap kebijakan dan prosedur pengumpulan pajak. Penyesuaian kebijakan pajak perlu dilakukan agar tetap relevan dengan perkembangan industri dan pergeseran tren, seperti peralihan ke reklame digital. Pemantauan tren ekonomi dan industri periklanan juga sangat penting untuk memastikan strategi pajak tetap efektif. Selain itu, kampanye edukasi mengenai kewajiban pajak serta penegakan pajak yang lebih baik dengan memanfaatkan teknologi perlu ditingkatkan. Jika terjadi pergeseran ke reklame digital, regulasi dan dukungan teknis harus disesuaikan. Analisis mendalam terhadap data penerimaan pajak akan membantu mengidentifikasi pola dan faktor penyebab fluktuasi, sehingga strategi yang lebih efektif dapat diterapkan untuk meningkatkan hasil di masa depan.

Penelitian ini sejalan dengan teori *stewardship* yang menjelaskan bahwa pemimpin dan pengelola publik bertanggung jawab untuk menjaga dan meningkatkan sumber daya demi kepentingan masyarakat. Laju pertumbuhan pajak reklame di Kabupaten Pati mencerminkan kinerja pemerintah dalam mengumpulkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan menunjukkan bagaimana upaya pemerintah dalam melakukan edukasi serta penegakan hukum dapat meningkatkan penerimaan pajak. Penurunan penerimaan menunjukkan perlunya respons yang lebih proaktif terhadap perubahan tren, seperti peralihan ke reklame digital. Dengan menerapkan prinsip *stewardship*, pemerintah daerah perlu terus melakukan evaluasi kebijakan dan penyesuaian agar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat, sehingga pengelolaan pajak reklame dapat memberikan kontribusi positif terhadap PAD dan kesejahteraan masyarakat.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sheilla Agustin Rahayu (2023) yang menunjukkan bahwa laju pertumbuhan pajak reklame di Kabupaten Pati tidak berhasil, dengan fluktuasi dan ketidakstabilan dalam penerimaan (Rahayu, 2023). Penelitian tersebut mengidentifikasi faktor-faktor seperti kurangnya penyesuaian kebijakan terhadap perubahan tren industri periklanan dan ketidakefektifan penegakan hukum sebagai penyebab utama kinerja yang kurang memuaskan. Selain itu, ketidakmampuan pemerintah daerah untuk mengakomodasi pergeseran dari reklame konvensional ke digital menjadi tantangan penting yang perlu diatasi. Oleh karena itu, evaluasi mendalam dan penyesuaian strategi pengumpulan pajak sangat diperlukan agar dapat meningkatkan efektivitas dan mendukung pertumbuhan Pendapatan Asli Daerah (PAD) secara berkelanjutan.

#### **4.3. Kontribusi Pajak Reklame terhadap PAD di Kabupaten Pati**

Analisis kontribusi pajak bertujuan untuk mengukur seberapa besar sumbangan yang diberikan oleh penerimaan pajak daerah dan retribusi daerah terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) (Brahmana & Situmorang, 2021). Kontribusi pajak reklame di Kabupaten Pati dapat dihitung dengan

membandingkan realisasi penerimaan pajak reklame dengan realisasi penerimaan PAD pada periode yang sama. Hasil perhitungan yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan informasi yang dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 8. Kontribusi Pajak Reklame**

<b>Realisasi Penerimaan</b>				
<b>Tahun</b>	<b>Pajak Reklame</b>	<b>Pendapatan Asli Daerah</b>	<b>Kontribusi</b>	<b>Kriteria</b>
2021	1.258.535.659	388.644.537.358	0,32%	Sangat Kurang
2022	1.456.901.734	388.754.867.176	0,37%	Sangat Kurang
2023	1.403.537.847	441.002.574.891	0,32%	Sangat Kurang
<b>Rata-Rata</b>			<b>0,34%</b>	<b>Sangat Kurang</b>

*Sumber: Diolah dari BPKAD Kabupaten Pati, 2024*

Berdasarkan data yang tertera pada tersebut, kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Pati antara tahun 2021 hingga 2023 menunjukkan pola pertumbuhan yang fluktuatif. Pada tahun 2022, kontribusi pajak reklame meningkat sedikit menjadi 0,37% dari PAD, dibandingkan dengan 0,32% pada tahun 2021 dan kembali menurun menjadi 0,32% pada tahun 2023. Meskipun terjadi sedikit kenaikan pada tahun 2022, kontribusi pajak reklame pada tahun 2023 mengalami penurunan yang hampir setara dengan angka tahun 2021, sehingga menunjukkan bahwa meskipun ada perubahan dalam jumlah realisasi pajak reklame dan total PAD, kontribusi relatif tetap rendah dan tidak stabil. Kenaikan kontribusi pada tahun 2022 disebabkan oleh perbaikan dalam administrasi dan pengumpulan pajak, peningkatan jumlah reklame yang terdaftar atau penyesuaian kebijakan pajak. Namun, penurunan pada tahun 2023 dapat diatribusikan kepada pergeseran dari reklame konvensional ke reklame digital yang belum sepenuhnya diakomodasi dalam kebijakan pajak, penurunan aktivitas ekonomi, serta adanya billboard politik yang tidak dikenakan pajak selama tahun politik.

Faktor lain yang berkontribusi terhadap rendahnya kontribusi pajak reklame di Kabupaten Pati adalah tarif pajak yang cenderung lebih rendah dibandingkan dengan kabupaten lain. Tarif pajak yang rendah mengakibatkan kontribusi pajak reklame terhadap PAD menjadi sedikit, meskipun jumlah reklame yang dipasang mungkin sama atau bahkan meningkat. Guna meningkatkan kontribusi pajak reklame, pemerintah Kabupaten Pati perlu mengevaluasi tarif pajak dan menyesuaikannya dengan kebijakan yang lebih efektif serta meningkatkan strategi pengumpulan dan pemantauan pajak. Kampanye edukasi kepada pengiklan dan pemilik reklame tentang pentingnya kewajiban pajak juga perlu diperkuat. Melalui pendekatan yang berbasis data dan penyesuaian kebijakan yang tepat, diharapkan kontribusi pajak reklame dapat diperbaiki dan stabil di masa depan.

Penelitian ini sejalan dengan teori *stewardship* yang menjelaskan bahwa pemerintah daerah memiliki tanggung jawab untuk mengelola sumber daya publik secara efisien dan transparan, termasuk dalam hal pajak reklame. Rendahnya kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Pati mencerminkan perlunya perbaikan dalam pengelolaan dan kebijakan pajak. Teori ini menekankan pentingnya partisipasi masyarakat dan keterlibatan pemangku kepentingan, sehingga edukasi kepada pengiklan dan pemilik reklame menjadi kunci untuk meningkatkan kesadaran akan kewajiban pajak. Selain itu, pemerintah perlu responsif terhadap perubahan, seperti pergeseran dari reklame konvensional ke digital, dan melakukan evaluasi terhadap tarif pajak yang ada. Dengan pendekatan yang lebih strategis dan berkelanjutan, diharapkan kontribusi pajak reklame dapat meningkat dan memberikan manfaat lebih besar bagi masyarakat.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mulatsih dkk (2021), yang menunjukkan bahwa kontribusi pajak reklame di DKI Jakarta juga tergolong rendah meskipun dianggap efektif dalam pengumpulan (Mulatsih et al., 2021). Penelitian tersebut menekankan bahwa pengelolaan yang baik dan

kebijakan yang jelas diperlukan untuk meningkatkan kontribusi pajak. Di Kabupaten Pati, kontribusi pajak reklame antara tahun 2021 hingga 2023 menunjukkan pola fluktuatif yang mencerminkan tantangan serupa. Meskipun ada sedikit kenaikan pada tahun 2022, kontribusi tetap rendah dan tidak stabil, disebabkan oleh faktor seperti tarif pajak yang lebih rendah dan pergeseran ke reklame digital yang belum sepenuhnya diakomodasi. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya evaluasi dan penyesuaian kebijakan pajak serta peningkatan sosialisasi kepada pemilik reklame agar dapat meningkatkan kontribusi pajak reklame secara berkelanjutan.

## 5. PENUTUP

### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan mengenai pengelolaan keuangan daerah, khususnya melalui pajak reklame di Kabupaten Pati, dapat disimpulkan bahwa pajak reklame memainkan peran penting dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas pajak reklame di Kabupaten Pati dari tahun 2021 hingga 2023 umumnya dikategorikan "Sangat Efektif" dengan angka rata-rata 119,09%, meskipun terdapat fluktuasi dalam pencapaian target. Pada tahun 2021, penerimaan pajak reklame melebihi target dengan realisasi sebesar 125,85%, yang menurun menjadi 115,63% pada tahun 2022 dan sedikit meningkat menjadi 115,80% pada tahun 2023. Kinerja ini mencerminkan kemampuan pemerintah daerah dalam mengelola dan memaksimalkan potensi pajak reklame, meskipun tantangan seperti penurunan kepatuhan wajib pajak dan pemasangan reklame insidental mempengaruhi hasil. Guna meningkatkan efektivitas, pemerintah daerah perlu melakukan evaluasi menyeluruh terhadap sistem pemungutan pajak, memperbaiki prosedur administrasi dan meningkatkan kepatuhan melalui sosialisasi serta pengawasan ketat.

Laju pertumbuhan pajak reklame menunjukkan pola fluktuatif dengan kenaikan signifikan pada tahun 2022 sebesar 15,76% dibandingkan dengan tahun 2021 sebesar 6,35%. Selanjutnya, mengalami penurunan drastis pada tahun 2023 sebesar -3,66%. Kenaikan pada tahun 2022 disebabkan oleh perbaikan kebijakan dan peningkatan aktivitas periklanan, sementara penurunan pada tahun 2023 dipengaruhi oleh pergeseran ke reklame digital dan adanya *billboard* politik yang tidak dikenakan pajak. Secara keseluruhan, laju pertumbuhan pajak reklame selama periode 2021-2023 berada dalam kriteria "Tidak Berhasil" dengan angka rata-rata 6,15%. Pemerintah daerah disarankan untuk menyesuaikan kebijakan pajak dengan perkembangan industri dan tren periklanan, serta meningkatkan pemantauan dan strategi pengumpulan pajak untuk memperbaiki kinerja di masa depan.

Kontribusi pajak reklame terhadap PAD di Kabupaten Pati menunjukkan pola yang tidak stabil, dengan kontribusi relatif rendah yang hanya mencapai 0,32% pada tahun 2021 dan 2023, meskipun ada peningkatan sedikit pada tahun 2022 sebesar 0,37%. Penurunan kontribusi pada tahun 2023 disebabkan oleh pergeseran dari reklame konvensional ke reklame digital dan adanya *billboard* politik yang tidak dikenakan pajak. Faktor lain yang mempengaruhi rendahnya kontribusi adalah tarif pajak yang relatif rendah dibandingkan daerah lain. Secara keseluruhan, kontribusi pajak reklame selama periode 2021-2023 berada dalam kriteria "Sangat Kurang" dengan angka rata-rata 0,34%. Guna meningkatkan kontribusi pajak reklame, pemerintah daerah perlu mengevaluasi tarif pajak, meningkatkan strategi pengumpulan dan memperkuat kampanye edukasi kepada pengiklan. Melalui pendekatan berbasis data dan penyesuaian kebijakan yang tepat, diharapkan kontribusi pajak reklame dapat ditingkatkan dan memberikan kontribusi yang lebih signifikan terhadap PAD di masa depan.

### 5.2. Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, penelitian hanya memfokuskan pada pajak reklame dan tidak mempertimbangkan pendapatan dari sumber lain yang mungkin juga penting untuk Pendapatan Asli Daerah (PAD). Ini berarti hasil penelitian mungkin tidak mencakup peran dari jenis pendapatan lainnya. Kedua, penelitian ini hanya dilakukan di Kabupaten Pati,

sehingga hasilnya mungkin tidak berlaku untuk daerah lain yang memiliki kondisi berbeda. Perbedaan geografis, demografis dan ekonomi antara daerah bisa mempengaruhi hasil penelitian ini. Ketiga, ada faktor-faktor luar yang mempengaruhi pajak reklame, seperti perubahan kebijakan, kondisi ekonomi, atau situasi sosial di Kabupaten Pati, yang tidak sepenuhnya dibahas dalam penelitian ini. Faktor-faktor ini bisa berdampak pada pajak reklame dan seharusnya diperhatikan dalam penelitian selanjutnya.

### 5.3. Saran

Bagi penelitian selanjutnya, disarankan agar peneliti memperluas cakupan variabel dengan memasukkan jenis pajak lain selain pajak reklame, seperti pajak hiburan, pajak hotel, pajak penerangan jalan dan lain-lain untuk memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh tentang Pendapatan Asli Daerah. Penelitian di berbagai daerah dengan kondisi yang berbeda juga akan memberikan hasil yang lebih kompleks. Selain itu, penting untuk mempertimbangkan faktor eksternal, seperti perubahan kebijakan dan kondisi ekonomi, yang dapat mempengaruhi pajak reklame dan perlu diperhitungkan dalam analisis. Pemerintah Kabupaten Pati disarankan untuk secara teratur mengevaluasi dan meningkatkan

Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang berasal dari pajak daerah, karena pajak daerah memiliki kontribusi yang besar terhadap PAD. Penting bagi pemerintah daerah untuk mengoptimalkan pendapatan dari pajak reklame sebagai salah satu komponen pajak daerah. Selain itu, pemerintah perlu aktif dalam memberikan sosialisasi dan edukasi kepada wajib pajak mengenai pentingnya pembayaran pajak untuk pembangunan daerah, agar kesadaran dan kepatuhan masyarakat meningkat. Penegakan sanksi yang tegas juga penting untuk mendorong kepatuhan pembayaran pajak dan meningkatkan kontribusi pajak daerah, khususnya pajak reklame terhadap PAD.

Selanjutnya, pembaca diharapkan dapat memahami pentingnya pajak reklame untuk Pendapatan Asli Daerah dan meningkatkan kesadaran serta kepatuhan. Pembaca disarankan untuk mengikuti perkembangan kebijakan pajak reklame dan memanfaatkan data yang ada untuk keputusan yang lebih baik terkait periklanan dan pajak.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ainiyah, G. Z., Yubiharto, Kartika Dewi Permatasari, & Puspita, F. A. (2023). Analisis Efektivitas, Kontribusi Penerimaan, Laju Pertumbuhan Pajak Hotel dan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Banjarnegara. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 16(2), 471–481. <https://doi.org/10.56521/manajemen-dirgantara.v16i02.1024>
- Anggara, E. P. S., Ansori, F., Hutomo, E. I. T., & Nugraini, R. P. (2024). Optimalisasi Penerimaan Pajak Daerah Melalui Pendekatan Partisipatif : Studi Korelasi Antara Ketaatan Fiskal. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Mandiri (JPMM)*, 2(2), 108–121.
- Apriliani, S. A. (2022). Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame dan Pajak Restoran Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Bandung pada Saat Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(3), 793–802. <https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v2i3.3694>
- Brahmana, S. B., & Situmorang, A. L. (2021). Analisis Efektivitas dan Kontribusi Pajak Daerah dan Retribusi Daerah terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Karo Tahun 2015-2020. *Jurnal Ilmiah Core IT*, 9(5), 16–30.
- Fagil, L. O. R. (2023). *Tinjauan Asas Otonomi Terhadap Sentralisasi Penerbitan Izin Usaha Pertambangan Melalui UU No. 3 Tahun 2020 tentang Pertambangan Mineral dan Batubara*. IAIN Kendari.
- Fitriano, Y., & Ferina, Z. I. (2021). Analisis Efektifitas dan Kontribusi Pajak Hotel dan Pajak Restoran terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Bengkulu. *Jurnal Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 69–80. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v9i1.1212>
- Glassida, A., Sihombing, A. Y., & Silvia, P. (2022). Perkembangan Otonomi Daerah dan Problematika

- Penerapannya. *Bullet: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 1(3), 441–451. <https://journal.mediapublikasi.id/index.php/bullet/article/view/2249%0Ahttps://journal.mediapublikasi.id/index.php/bullet/article/download/2249/998>
- Hafandi, Y., & Romandhon, R. (2020). Pengaruh Pajak Daerah, Hasil Pengelolaan Kekayaan Daerah yang Dipisahkan, Retribusi Daerah dan Lain - Lain Pendapatan Daerah yang Sah Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Wonosobo. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 3(2), 182–191. <https://doi.org/10.32500/jematech.v3i2.1337>
- Herjanti, S., & Teg, I. W. T. (2013). Analisis Efektivitas dan Laju Pertumbuhan Pajak Daerah serta Kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Bogor Periode 2013-2017. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 8(1), 37–48.
- Kepmendagri No. 690.900.327. (2006). *Kepmendagri No.690.900.327, 1996 tentang Pedoman Penilaian Kinerja Keuangan*.
- Mailindra, W. (2022). Pengaruh Penerimaan Pajak Daerah dan Retribusi Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah Provinsi Jambi. *Bertuah : Journal of Shariah and Islamic Economics*, 3(1), 1–10.
- Mufidah, I. F., Hasanah, A., & Pramitasari, D. A. (2024). Optimalisasi Efektivitas, Kontribusi dan Laju Pertumbuhan Penerimaan Pajak PBB-P2 di Kabupaten Batang. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(5), 1173–1186.
- Mulatsih, Kusumawardhani, A., & Utomo, R. B. (2021). Analisis Efektivitas, Kontribusi dan Laju Pertumbuhan Pajak Parkir dan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Provinsi DKI Jakarta Tahun 2016-2020. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 3148–3165. <http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/1875>
- Nauw, E. T., & Riharjo, I. B. (2021). Pengaruh Pendapatan Asli Daerah Dana Perimbangan dan Belanja Modal terhadap Kinerja Keuangan Pemerintah Daerah. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(6), 1–17.
- Pamungkas, B. D., & Utami, S. J. (2024). Analisis Efektivitas dan Kontribusi Pajak Daerah dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Ekononi Dan Bisnis*, 12(1), 118–129.
- Peraturan Daerah Kab. Pati. (2024). *Peraturan Daerah Kabupaten Pati Nomor 1 Tahun 2024 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*.
- Permatasari, A., & Wicaksono, G. (2022). Efektivitas dan Kontribusi Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Ponorogo. *Jurnal Revenue : Jurnal Akuntansi*, 2(2), 341–348.
- Permendagri Nomor 13. (2006). *Peraturan Menteri Dalam Negeri (Permendagri) Nomor 13 Tahun 2006 tentang Pedoman Pengelolaan Keuangan Daerah*.
- Rahayu, S. A. (2023). Analisis Laju Pertumbuhan, Efektivitas dan Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame pada Pendapatan Asli Daerah Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 12(5), 2–18.
- Sahrudin. (2020). Kontribusi Pendapatan Asli Daerah (PAD) terhadap Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) dalam Rangka Mengukur Tingkat Kemandirian Daerah di Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Pendidikan IPS*, 10(2), 150–156. <https://doi.org/10.37630/jpi.v10i2.404>
- Susanto, M. A. C. (2022). *Tinjauan Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah di Wilayah Kabupaten Pati*. Politeknik Keuangan Negara STAN.
- Undang-Undang RI. (2009). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*.
- Yuniati, E., & Yuliandi, Y. (2021). Analisis Efektivitas dan Kontribusi Pajak Reklame dan Pajak Restoran terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(1), 79–92. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v9i1.484>