

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Obyek Penelitian

4.1.1. Gambaran Umum Pajak Reklame Kota Semarang

Pajak reklame adalah salah satu sumber penerimaan daerah yang dikelola oleh Dinas Pendapatan Daerah (Dispenda) Kota Semarang. Pemerintah daerah mempunyai kewenangan untuk menetapkan besaran tarif pajak reklame sesuai potensi di daerahnya. Semarang mempunyai tingkat aktivitas pemasangan reklame yang cukup tinggi, baik oleh perusahaan besar maupun usaha kecil menengah. Reklame yang dikenakan pajak di Kota Semarang meliputi reklame box, reklame papan megatron, spanduk dan media promosi lainnya. Kota Semarang memiliki perkembangan kota yang pesat, yang diiringi dengan meningkatnya kebutuhan akan media informasi melalui reklame. Oleh karena itu pengelolaan pajak tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan pendapatan daerah, juga menjaga kedisiplinan dan mengurangi akibat negatif dari pemasangan reklame ilegal.

Pajak reklame menjadi penyumbang PAD Kota Semarang. Kebijakan dan tarif pajak reklame di Semarang mengalami beberapa perubahan yang bertujuan untuk mengoptimalkan penerimaan pendapatan pajak, akan tetapi memerlukan pengelolaan yang baik agar tidak hanya memberikan keuntungan finansial tetapi juga menjaga dan estetika kota. Pengawasan yang ketat, pemahaman yang baik tentang peraturan, serta penegakan hukum yang tegas sangat diperlukan untuk mengoptimalkan potensi pajak reklame di Semarang.

Penelitian ini mengevaluasi tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame serta kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Semarang selama periode 2018-2023.

4.1.2 Dasar Hukum Pajak Reklame

Beberapa dasar hukum yang mengatur pajak reklame di Kota Semarang mengacu pada peraturan perundangan-undangan antara lain sebagai berikut;

1. Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 10 Tahun 2023 menetapkan aturan terkait tarif pajak reklame, kategori reklame yang dikenakan pajak, serta prosedur administrasi yang wajib dipatuhi oleh wajib pajak.

(Pemerintah Kota Semarang <https://bapenda.semarangkota.go.id>)

2. Peraturan Walikota Semarang Nomor 47 Tahun 2024. Mengatur prosedur reklame, nilai sewa serta pengawasan oleh pemerintah Kota Semarang (<https://jdih.semarangkota.go.id>)
3. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 mengatur tentang pendapatan daerah termasuk didalamnya pajak daerah Kota Semarang. (<https://djpb.kemenkeu.go.id>)

Beberapa faktor yang memengaruhi penerimaan pajak reklame meliputi jumlah penduduk, jumlah wisatawan, jumlah industri, serta Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), sehingga dalam pengelolaan pajak reklame juga menghadapi berbagai tantangan antara lain;

- a. Banyaknya reklame ilegal.

Semakin banyaknya reklame ilegal akan merusak estetika kota dan mengurangi potensi Pendapatan Asli Daerah, karena banyak reklame yang dipasang

tanpa izin atau tidak membayar pajak. Pemerintah daerah perlu menegaskan pentingnya penertiban reklame yang melanggar aturan demi menjaga keindahan tata kota

b. Kepatuhan wajib pajak.

Pemilik reklame kurang memahami kewajiban wajib pajak yang harus dibayar, atau sengaja menghindar tidak membayar.

c. Ketidaksesuaian dengan estetika kota

Pemasangan reklame harus memperhatikan beberapa hal, yaitu tidak mengganggu estetika kota, tidak mengganggu ketertiban dan keamanan Serta sesuai dengan peraturan hukum yang berlaku. Dalam penertiban pemasangan reklame, Satpol PP akan mengamankan reklame yang melanggar aturan dan diberikan teguran

4.1.3 Data Target dan Realisasi Pajak Reklame Kota Semarang Periode 2019-2023

Berikut adalah data mengenai target dan realisasi penerimaan pajak reklame di Kota Semarang periode 2018-2023

Tabel 4.1

Data Target dan Realisasi Pajak Reklame Kota Semarang periode 2018-2022

Periode	Target	Realisasi
2018	35.000.000.000	24.897.941.656
2019	40.000.000.000	29.747.065.270
2020	21.754.600.000	23.845.918.640
2021	44.000.000.000	26.346.969.620
2022	35.700.000.000	34.909.394.464

Sumber: Pemerintah Kota Semarang <https://bapenda.semarangkota.go.id>

Berdasarkan tabel di atas, penerimaan pajak reklame di Kota Semarang menunjukkan variasi setiap tahunnya. Pada tahun 2020, penerimaan pajak reklame berhasil melampaui target yang telah ditetapkan, tetapi tahun 2021 penerimaan pajak reklame jauh dibawah standar target yang ditetapkan. Hal ini kemungkinan disebabkan dampak pandemi COVID-19 yang mempengaruhi kegiatan promosi dan pemasangan reklame.

4.2 Analisis Data

4.2.1 Analisis Efektivitas Pajak Reklame

Tingkat efektivitas pajak reklame dinilai dengan membandingkan jumlah penerimaan pajak reklame yang terealisasi dengan target yang telah ditentukan..

Hasil analisis tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame Kota Semarang periode 2018-2022 adalah sebagai berikut;

1. Berdasarkan jumlah target penerimaan pajak reklame yang telah ditetapkan sebesar Rp.35.000.000.000 dan realisasi pajak reklame sebesar Rp.24.897.491.656 tahun 2018 maka efektivitas pajak reklame adalah sebagai berikut :

$$\frac{24.897.491.656}{35.000.000.000} \times 100\%$$

$$= 71,1\%$$

Tingkat efektivitas sebesar 71,1% menunjukkan penerimaan pajak reklame kurang efektif karena belum mencapai target.

2. Berdasarkan target penerimaan pajak reklame sebesar Rp.40.000.000.000 dan realisasi penerimaan pajak reklame sebesar Rp.29.747.065.270 tahun 2019 maka efektivitas pajak reklame adalah sebagai berikut;

$$\frac{29.747.065.270}{40.000.000.000} \times 100\%$$

$$= 74,4\%$$

Tingkat efektivitas sebesar 74.4% menunjukkan penerimaan pajak reklame kurang efektif karena belum mencapai target

3. Berdasarkan target penerimaan pajak reklame sebesar Rp.21.754.600.000 dan realisasi penerimaan pajak reklame sebesar Rp. 23.845.918.640 tahun 2020, efektivitas pajak reklame adalah sebagai berikut;

$$\frac{23.845.918.640}{21.754.600.000} \times 100\%$$

$$= 109.6\%$$

Tingkat efektivitas sebesar 109.6% menunjukkan bahwa kontribusi pajak reklame sangat efektif karena melampaui target

4. Berdasarkan target penerimaan pajak reklame sebesar Rp.44.000.000.000 dan realisasi penerimaan pajak reklame sebesar Rp.26.346.969.620 tahun 2021, maka efektivitas pajak reklame adalah sebagai berikut;

$$\frac{26.346.969.620}{44.000.000.000} \times 100\%$$

$$= 59.9\%$$

Tingkat efektivitas sebesar 59,9% menunjukkan bahwa kontribusi pajak reklame tidak efektif karena jauh dibawah target

5. Berdasarkan target penerimaan pajak reklame tahun 2022 sebesar Rp.35.700.000.000 dan realisasi penerimaan pajak reklame sebesar Rp.34.900.394.464 maka efektivitas pajak reklame adalah sebagai berikut;

$$\frac{34.900.394.464}{35.700.000.000} \times 100\%$$

$$= 97.8\%$$

Tingkat efektivitas sebesar 97.8% menunjukkan penerimaan pajak efektif karena mendekati target

Berdasarkan analisis data diatas, tingkat efektivitas pajak reklame menunjukkan pencapaian yang fluktuatif. Efektivitas tertinggi tahun 2020 tercatat sebesar 109%, menunjukkan bahwa realisasi pajak melampaui target. Sebaliknya tahun 2021, tingkat efektivitas hanya mencapai 59.9% dan merupakan titik terendah selama periode penelitian. Faktor yang mempengaruhi penurunan efektivitas pada tahun 2021 kemungkinan dampak pandemi COVID-19 yang mempengaruhi aktivitas ekonomi dalam kegiatan promosi dan pemasangan reklame.

4.2.2 Analisis Kontribusi Pajak Reklame terhadap PAD

Kontribusi pajak reklame diukur dengan membandingkan realisasi penerimaan pajak reklame dengan realisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD). Berikut adalah data pendapatan pajak reklame dan Realisasi PAD kota Semarang tahun 2018-2022

Tabel 4.2

Data Penerimaan Pajak Reklame dan Realisasi PAD Kota Semarang Tahun 2018-2022

Periode	Penerimaan Pajak Reklame	Realisasi PAD
2018	24.897.941.656	1.844.254.223.315
2019	29.747.065.270	2.066.323.770.309
2020	23.845.918.640	2.025.641.644.429
2021	26.346.969.620	2.457.338.588.232
2022	34.909.344.464	2.545.973.380.350

Sumber: Pemerintah Kota Semarang <https://bapenda.semarangkota.go.id>

Hasil analisis kontribusi terhadap pajak reklame terhadap PAD kota Semarang periode 2019-2023 adalah :

1. Berdasarkan realisasi pajak reklame tahun 2018 sebesar Rp. 24.897.941 656 dan realisasi PAD sebesar Rp.1.844.254.223.815 maka kontribusi pajak reklame adalah sebagai berikut;

$$\frac{24.897.941.656}{1.844.254.223.815} \times 100\%$$

$$= 1.35\%$$

Kontribusi pajak reklame sebesar 1,35% terhadap total PAD menunjukkan bahwa kontribusi pajak reklame sangat kurang

2. Berdasarkan hasil realisasi pajak reklame periode tahun 2019, sebesar Rp.24.747.065.270 dan realisasi PAD sebesar Rp.2.066.323.770.309 maka kontribusi pajak reklame sebagai berikut;

$$\frac{24.747.065.270}{2.066.323.770.309} \times 100\%$$

$$= 1.43\%$$

Kontribusi sebesar 1,43% menunjukkan bahwa kontribusi pajak reklame terhadap total PAD sangat kurang.

3. Berdasarkan realisasi pajak reklame tahun sebesar Rp.23.845.918.640 dan realisasi PAD sebesar Rp.2.025.641.644.429 tahun 2020 maka kontribusi pajak reklame sebagai berikut;

$$\frac{23.845.918.640}{2.025.641.644.429} \times 100\%$$

$$= 1.18\%$$

Kontribusi sebesar 1.18% menunjukkan bahwa kontribusi pajak reklame terhadap total PAD sangat kurang.

4. Berdasarkan realisasi pajak reklame sebesar Rp.26.346.969.620 dan realisasi PAD sebesar Rp.2.457.336.588.232 tahun 2021 kontribusi pajak reklame adalah sebagai berikut;

$$\frac{26.346.969.620}{2.456.336.558.232} \times 100\%$$

$$= 1.07\%$$

Kontribusi sebesar 1.07% menunjukkan bahwa kontribusi pajak reklame terhadap total PAD sangat kurang.

5. Berdasarkan realisasi pajak reklame sebesar Rp.34.909.394.464 dan realisasi PAD sebesar Rp.2.545.973.380.350 2022 maka kontribusi pajak reklame adalah sebagai berikut:

$$\frac{34.909.394.464}{2.545.973.380.350} \times 100\%$$

$$= 1,37\%$$

Kontribusi sebesar 1,37% menunjukkan bahwa kontribusi pajak reklame terhadap total PAD sangat kurang

Berdasarkan analisis data tersebut diatas, Kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) tergolong rendah. Dalam periode 2018-2022, rata-rata kontribusi pajak reklame terhadap total PAD hanya mencapai 1,28%. Rendahnya kontribusi ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti tingkat kepatuhan wajib pajak, efektivitas dalam pengelolaan pajak, serta potensi pemasangan reklame di wilayah tersebut dapat disebabkan oleh keterbatasan ruang reklame, pengelolaan pajak yang

kurang optimal maupun persaingan dengan media digital yang lebih dominan memasang reklame.

4.3. Pengujian Hipotesis

Hipotesis penelitian ini berupa hipotesis deskriptif, metode analisis penelian menggunakan rasio efektivitas dan rasio kontribusi .Berdasarkan analisis efektivitas dan analisis kontribusi berikut adalah tabel tingkat efektivitas dan tingkat kontribusinya terhadap PAD:

Tabel 4.3

**Tingkat Efektivitas dan Tingkat Kontribusi Pajak Reklame Terhadap PAD
Kota Semarang Tahun 2018-2022**

Tahun	Target	Realisasi	Total PAD	Efektifitas	Kontribusi
2018	35.000.000.000	24.897.941.656	1.844.254.223.315	71.10%	1.35%
2019	40.000.000.000	29.747.065.270	2.066.323.770.309	74.40%	1.43%
2020	21.754.600.000	23.845.918.640	2.025.641.644.429	109.60%	1.18%
2021	44.000.000.000	26.346.969.620	2.457.388.588.232	97.80%	1.37%
2022	35.700.000.000	34.909.394.464	2.545.973.380.350	97.80%	1.37%

Berdasar tabel tersebut diatas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut;

1. Tingkat efektivitas tahunan pajak reklame rata-rata sebesar 82.56%
2. Tingkat kontribusi tahunan pajak Reklame terhadap PAD rata-rata sebesar 1.28%.

4.3.1. Efektivitas Pajak Reklame Terhadap PAD Kota Semarang .

Efektivitas pajak reklame di Kota Semarang cukup efektif karena presentasi yang dihasilkan berada di median 82.56%. Tingkat efektivitas pada tahun 2020 mencapai 109.6% dan berhasil melampaui target, sedangkan titik terendah tahun 2021 dikisaran 59.9%.. Hasil

analisis efektivitas dapat disimpulkan bahwa penerimaan pajak reklame di kota Semarang cukup efektif. Penurunan efektivitas Pada tahun 2021 mencerminkan masih berdampaknya pandemi COVID-19 terhadap aktivitas ekonomi dan promosi, sehingga mengurangi jumlah pemasangan reklame. Hal ini menunjukkan bahwa penerimaan pajak reklame dapat dioptimalkan dan dipromosikan baik dari sisi pengawasan, tarif maupun penegakan aturan terhadap reklame ilegal. Efektivitas penerimaan pajak reklame dipengaruhi beberapa faktor antara lain;

1. Kepatuhan Wajib Pajak

Tingkat kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame mempengaruhi penerimaan pajak. Kepatuhan yang tinggi akan meningkatkan potensi penerimaan, sedangkan ketidakpatuhan menimbulkan resiko kurang optimalnya penerimaan.

2. Kualitas Sistem Pemungutan Pemungutan pajak reklame yang

efektif memerlukan sistem transparan, akuntabel dan mudah diakses oleh wajib pajak. Digitalisasi dan dimodifikasi proses pembayaran pajak dapat meningkatkan efektivitas.

3. Kebijakan Pemerintah Daerah.

Kebijakan yang mendukung penerimaan pajak seperti penyesuaian tarif atau pengawasan yang ketat dapat meningkatkan efektivitas penerimaan pajak reklame.

4.3.2 Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Kontribusi pajak Reklame di Kota Semarang tergolong belum berkontribusi secara signifikan terhadap PAD, karena presentase yang dihasilkan di median 1.28%.

Hasil analisis menunjukkan bahwa pajak reklame merupakan salah satu sumber pendapatan yang turut menyumbang terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD). Namun, penerimaan dari sektor ini masih belum memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan daerah. Rendahnya pendapatan pajak reklame karena sektor ini belum

dimanfaatkan secara maksimal. Dengan meningkatnya digitalisasi reklame, pemerintah daerah perlu mengevaluasi potensi penerimaan pajak dari media nonkonvensional atau memperluas basis objek pajak reklame, mengingat bahwa Kota Semarang memiliki aktivitas promosi dan reklame yang cukup tinggi.

Berikut adalah upaya yang dapat dilakukan meningkatkan kontribusi pajak reklame;

1. Peningkatan Tarif Pajak Reklame .

Melakukan evaluasi tarif pajak sesuai potensi pemasangan reklame di Kota Semarang.

2. Pengawasan Lebih Ketat

Mengawas memastikan bahwa seluruh reklame yang dipasang terdaftar dan dikenakan pajak yang sesuai.

3. Digitalisasi Sistem Pelaporan dan Pembayaran.

Mempermudah proses pembayaran pajak dengan menempatkan teknologi sehingga wajib pajak dapat melakukan pembayaran lebih cepat dan efisien.

4.3.3 Temuan dan Implikasi

Penelitian ini menunjukkan bahwa pemungutan pajak reklame dikota Semarang cukup efektif, tetapi kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) masih rendah.

Berikut ini temuan penting hasil penelitian adalah;

1. Efektivitas yang Fluktuatif

Efektivitas penerimaan pajak reklame bervariasi setiap tahunnya. Dan tergolong cukup efektif, hal ini dipengaruhi kondisi ekonomi dan kebijakan pemerintah.

2. Kontribusi Pajak Reklame Rendah

Dengan rata-rata kontribusi sekitar 1,28%, pajak reklame masih tergolong sebagai sumber pendapatan yang kecil bagi Pendapatan Asli Daerah (PAD), sehingga belum dapat menjadi sektor utama dalam penerimaan daerah. Implikasi dari temuan ini menekankan pentingnya upaya lebih intensif dalam mengoptimalkan penerimaan pajak reklame agar kontribusinya terhadap PAD dapat meningkat.

Beberapa upaya untuk meningkatkan efektivitas dan kontribusi pajak reklame dapat dilakukan dengan;

- a. Mengoptimalkan pengawasan dan pengendalian terhadap reklame tidak membayar pajak.
- b. Meningkatkan sosialisasi tentang pentingnya pajak reklame dalam mendukung pembangunan daerah.
- c. Mengembangkan kebijakan untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak serta mempermudah proses pembayaran pajak.