

PAJAK REKLAME DAN PENDAPATAN ASLI DAERAH 5 WILAYAH JAKARTA

Annisa Putri Rahmadani, Hurian Kamela

Universitas Terbuka

Jln. Pd. Cabe Raya, Pd. Cabe Udik, Kec. Ciputat, Kota Tangerang Selatan, Banten 15437

E-mail : 044514543@ecampus.ut.ac.id (Koresponding)

Abstract: The purpose of this study is to analyze the effectiveness level and contribution rate of billboard tax revenue in 2023 based on the Jakarta Governor Regulation (Pergub) No. 12 of 2023 regarding the Second Amendment to Governor Regulation No. 27 of 2014 on the Determination of Billboard Rental Value as the Basis for Billboard Tax Assessment. This regulation was issued as a part of the economic recovery efforts post-COVID-19 pandemic and aims to optimize billboard tax revenue. Various incentives offered in this regulation are expected to boost Jakarta's billboard tax revenue. Previously, in 2022, the Jakarta Provincial Government issued Governor Regulation No. 24 of 2022 concerning the First Amendment to Governor Regulation No. 27 of 2014. However, billboard tax revenue in 2022 fell short of the set target. In response, the Jakarta Provincial Government issued Governor Regulation No. 12 of 2023 to enhance the achievement of the billboard tax revenue target. As a result, the effectiveness level of billboard tax revenue this year reached 107.41%, with a contribution rate of 2.26%.

Keywords: *Billboard Tax, Effectiveness, Contribution, Regional Original Revenue, Jakarta*

Indonesia adalah archipelagic state Indonesia adalah archipelagic state dengan kondisi 17.508 pulau serta terbagi dalam 38 provinsi yang tersebar dari Sabang sampai Merauke. Letak geografis Indonesia mengatur pelaksanaan pemerintah negaranya menggunakan sistem Otonomi Daerah. Sistem ini memberikan wewenang dalam pengurusan dan pengaturan secara mandiri untuk kepentingan masyarakat di wilayah tersebut berdasarkan kebutuhan publik sesuai aturan Otonom. Definisi dari Daerah Otonom yaitu daerah berdasarkan batas wilayah tertentu terletak di NKRI. Harapannya untuk meningkatkan pemberdayaan dan hasil guna menyelenggarakan pemerintahan di daerahnya, utamanya yaitu untuk membangun dan memberikan pelayanan kepada masyarakatnya, serta sebagai sarana untuk meningkatkan pembinaan kestabilan politik dan memperkuat kesatuan bangsa.

Dalam membiayai penyelenggaraan daerah otonom, Pemerintah Daerah nantinya akan mendapatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang pengelolaannya diatur oleh masing-masing daerah. Menurut Halim

(2016) dalam J Pratiwi (2022), PAD merupakan pendapatan yang diperoleh di wilayah Daerah Otonom yang berasal dari wilayahnya sendiri yang sistem pemungutannya diatur berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pendapatan Asli Daerah (PAD) berdasarkan hasil pajak daerah dan retribusi daerah. PAD juga berbasis pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan.

Pajak Daerah merupakan mempunyai sifat wajib dibayarkan berdasarkan Undang-Undang, tanpa menerima imbal balik secara langsung dan dimanfaatkan untuk kepentingan negara yang dimanfaatkan sepenuhnya untuk kesejahteraan rakyat. Menurut Undang-Undang Harmonisasi Kebijakan Pusat dan Daerah (UU HKPD), Pajak Daerah ada 2 (dua) yaitu Pajak Provinsi dan Pajak Kota/Kabupaten. Pajak Provinsi terdiri dari 7 (tujuh) jenis dan Pajak Kota/Kabupaten terdiri atas 9 (sembilan) jenis pajak, salah satunya adalah Pajak Reklame.

Reklame atau Media Iklan Luar Ruang yaitu alat, benda, perbuatan, atau media yang corak ragam dan bentuknya didesain dan disesuaikan untuk kebutuhan komersial. Seperti mengenalkan, menyarankan, memasarkan, mengajak, atau memberikan perhatian publik terhadap produk, layanan, entitas yang tampil di depan masyarakat. Jenis reklame yang dianggap sebagai objek pajak dan dikenakan pajak reklame yaitu reklame yang berjenis billboard/papan/videotron/megatron, stiker, kain, selebaran, kendaraan, apung, lingkup udara, film/slide, peragaan.

Provinsi DKI Jakarta yang merupakan salah satu provinsi terpadat di Indonesia dan masih menjadi pusat pemerintahan NKRI, menjadi salah satu pasar yang besar untuk bertumbuhnya iklan melalui reklame ini. Provinsi ini terbagi dalam 5 Kota Administrasi dan Kabupaten Administrasi yaitu Kepulauan Seribu dimana pemerintahannya menjadi satu dengan Jakarta Utara. Sebagai mantan Ibukota Negara, Jakarta tidak hanya menjadi pusat pemerintahan Negara Indonesia tetapi juga menjadi tempat pusat perputaran bisnis. Hal ini membuat Provinsi DKI Jakarta sebagai provinsi dengan jumlah penduduk terbanyak keenam menurut Badan Pusat Statistik pada datanya tahun 2024.

Pemerintah Provinsi DKI Jakarta memfasilitasi dengan banyak memberikan ruang. Pemerintah juga memfasilitasi dengan pemberian tempat yang layak bagi reklame untuk menargetkan warganya sebagai sasaran pasar. Tidak hanya itu, Pemerintah Provinsi DKI Jakarta juga membuat peraturan yang mengatur tentang reklame sebagai fungsi regulasi dan penertiban melalui Peraturan Gubernur Provinsi DKI Jakarta Nomor 27 Tahun 2014 mengenai Pajak Reklame.

Permasalahan muncul ketika wabah pandemi covid yang dimulai sejak akhir tahun 2019 dan terus memperlihatkan peningkatan di berbagai negara lainnya. Kebijakan-kebijakan mulai dicanangkan oleh Pemerintah Indonesia. Salah satu kebijakan yang sangat berdampak pada

perputaran roda ekonomi secara masif dan global yaitu pembatasan terhadap ruang gerak publik. Hal ini terpaksa diberlakukan oleh pemerintah seluruh dunia demi menghambat penyebaran virus tersebut. Organisasi untuk Kerjasama Ekonomi dan Pembangunan Dunia memandang bahwa perlambatan ekonomi ini menjadi yang terparah sejak tahun 2009 (BBC News, 2020). Pertumbuhan ekonomi Indonesia yang melambat juga berdampak pada penerimaan pajak daerah. Penurunan daya beli masyarakat mengakibatkan penurunan penghasilan juga pada para pelaku bisnis. Untuk mengatasi keadaan ini serta sebagai langkah untuk pemulihan ekonomi pasca pandemi covid-19 dan optimalisasi penerimaan pajak reklame di wilayah Jakarta, Pemerintah Jakarta menerbitkan aturan Penetapan NSR sebagai Dasar Pengenaan Pajak Reklame.

Namun, hingga pada akhir tahun 2022, penerimaan pajak reklame masih jauh di bawah target. Oleh karena itu, pada bulan Februari tahun 2023, Pemerintah kembali menerbitkan Pergub Nomor 12 Tahun 2023 mengenai Perubahan Kedua Atas Pergub tentang pemberian insentif Pajak Reklame. Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis tingkat efektivitas penerimaan setelah diterbitkannya Pergub Nomor 12 Tahun 2023 dan kontribusinya terhadap penerimaan pajak reklame hingga akhir 2023.

METODE

Pengumpulan data menggunakan metode wawancara dengan pegawai Badan Pendapatan Daerah Provinsi DKI Jakarta. Penulis juga menerapkan metode dokumentasi data Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. Jenis data yaitu data kualitatif. Data kualitatif dimana penelitian bersifat deskriptif, disajikan data utama, dianalisis, dan kemudian disimpulkan.

Teknik Analisis Data penelitian:

1. Teknik Efektivitas Pajak

Efektivitas menekankan pada hasil atau pencapaian. Berikut cara menghitung efektivitas pajak:

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

Kriteria efektivitas berdasarkan Nurlan (2006) yaitu sebagai berikut:

Persentase	Kriteria
>100%	Sangat Efektif
90-100%	Efektif
80-90%	Cukup Efektif
70-80%	Kurang Efektif
Kurang dari 70%	Tidak Efektif

Tabel 1. Tingkat Mengukur Efektivitas
Sumber: Nurlan (2006:49)

2. Teknik Analisis Kontribusi

Kontribusi sebagai sumbangan atau uang iuran kepada suatu perkumpulan. Kontribusi pajak reklame berarti sejauh mana jumlah penerimaan pajak reklame yang terkumpul dibandingkan dengan jumlah penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

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

Kriteria penilaian kontribusi pajak daerah terhadap PAD, menurut Halim (2004) adalah sebagai berikut:

Persentase	Tanda/Kode
>4%	Sangat Berkontribusi
3-3,9%	Berkontribusi
2-2,9%	Cukup Berkontribusi
1-1,9%	Kurang Berkontribusi
0-0,9%	Tidak Berkontribusi

Tabel 2. Tingkat Mengukur Kontribusi
Sumber: Halim (2006:103)

HASIL

Pada Tahun 2023, Jakarta pusat

memiliki target penerimaan pajak reklame sebesar Rp217.542.000.000,00. Apabila dibagi tiap triwulan, maka target penerimaan pajak reklame di wilayah Jakarta Pusat sebesar Rp54.385.500.000,00.

Realisasi penerimaan pajak reklame pada triwulan I sebesar Rp55.456.049.657,00 sehingga didapat tingkat efektivitas pada triwulan I yaitu sebesar 101,97 % dan masuk kategori sangat efektif. Pada triwulan II, penerimaan pajak reklame menurun cukup signifikan menjadi sebesar Rp51.024.443.165,00. Dengan tingkat efektivitas 93,82%, persentase tersebut masih tergolong efektif. Kemudian pada triwulan III, penerimaan pajak reklame menurun kembali menjadi sebesar Rp50.392.373.225,00 dengan tingkat efektivitas 92,66% yang mana masih tergolong kategori efektif. Pada triwulan IV, penerimaan pajak reklame Kota Jakarta Pusat mengalami peningkatan pesat yaitu sebesar Rp81.033.233.264,00 sehingga tingkat efektivitasnya menjadi 149,00%.

Wilayah Jakarta Barat memiliki target penerimaan pajak reklame sebesar Rp133.493.000.000,00 pada tahun 2023. Apabila dibagi di tiap triwulan, target penerimaan pajak reklame Jakarta Barat sebesar Rp33.373.250.000,00. Jakarta Barat mencatat tingkat efektivitas yang sangat bervariasi. Dimulai pada triwulan I, realisasi penerimaan pajak reklame sebesar Rp53.790.643.891,00 sehingga tingkat efektivitasnya 161,18%. Memasuki triwulan II, penerimaan pajak reklame menurun menjadi sebesar Rp38.812.990.277,00. Walaupun angka penurunan ini cukup signifikan, hasil tersebut masih di atas target penerimaan dengan tingkat efektivitasnya masih sebesar 116,30%. Realisasi penerimaan pajak reklame di wilayah Jakarta Barat pada triwulan III mengalami penurunan yang membuat tingkat efektivitasnya mencapai 70,90%, yaitu di angka Rp23.661.930.150,00. Pada triwulan IV, penerimaan pajak di wilayah Jakarta Barat kembali mencapai target yaitu sebesar Rp35.376.383.538,00 dengan tingkat efektivitas menjadi 106,00%.

Wilayah Jakarta Timur memiliki target penerimaan pajak reklame tahun 2023 sebesar Rp113.859.000.000,00. Jika dibagi tiap triwulan, maka target penerimaan pajak reklame sebesar Rp28.464.750.000,00 di tiap triwulan.

Pada triwulan I, realisasi penerimaan pajak reklame sebesar Rp37.577.139.853,00 dengan tingkat efektivitas sebesar 132,01%. Di triwulan II, realisasi penerimaan pajak reklame menurun menjadi sebesar Rp30.273.093.173,00. Dikarenakan penerimaan tersebut masih diatas target, maka didapat tingkat efektivitas sebesar 106,35%. Penerimaan pajak reklame triwulan III di wilayah Jakarta Timur menurun jauh dibawah target yaitu Rp22.804.967.946,00. Pada triwulan tersebut, tingkat efektivitas sebesar 80,12% dan oleh karena itu masih dianggap kategori cukup efektif. Memasuki triwulan IV, realisasi penerimaan pajak reklame kembali mencapai lebih dari target yaitu sebesar Rp29.217.005.063,00 dengan tingkat efektivitas sebesar 102,64%.

Wilayah Jakarta Utara memiliki target dalam penerimaan pajak reklamenya pada tahun 2023 sebesar Rp113.486.000.000,00. Jika dibagi tiap triwulannya, maka menghasilkan target Rp28.371.500.000,00 per triwulan. Penerimaan pajak reklame pada triwulan I di Jakarta Utara sebesar Rp39.770.854.948,00 dan memperoleh tingkat efektivitas sebesar 140,18%. Memasuki triwulan ke II, penerimaan pajak reklame tidak mencapai target, yaitu sebesar Rp27.641.789.135,00. Dengan tingkat efektivitas 97,43%, maka penerimaan ini masih tergolong kategori efektif. Kemudian pada triwulan III, penerimaan pajak reklame sebesar Rp22.785.596.663,00 dimana angka ini menurun jauh di bawah target. Tingkat efektivitas pada triwulan III didapatkan sebesar 80,31%, namun kategori ini masih tergolong cukup efektif. Di triwulan IV, penerimaan pajak reklame kembali mencapai target yaitu sebesar Rp28.401.411.195,00 sehingga didapat tingkat efektivitas pada triwulan ini menyentuh angka 100,11%.

Target penerimaan pajak reklame di wilayah Jakarta Selatan pada tahun 2023 diharapkan sebesar Rp321.620.000.000,00 yang apabila dibagi tiap triwulan, maka target penerimaan sebesar Rp80.405.000.000,00. Angka ini menjadi target paling tinggi dari semua wilayah DKI Jakarta. Hal ini dikarenakan karena kawasan bisnis dan pusat ekonomi yang ramai dan padat penduduk berada di wilayah Jakarta Selatan. Kawasan tersebut yaitu Sudirman Central Business District (SCBD), Area Mega Kuningan, Area Gatot Subroto, Kemang, dan Senayan.

Pada triwulan I, realisasi penerimaan pajak reklame Jakarta Selatan didapat mencapai Rp111.829.946.226,00. Dari angka ini didapat tingkat efektivitas mencapai 139,08%. Di triwulan II, realisasi penerimaan pajak reklame sebesar Rp77.490.885.127. Tingkat efektivitas pada triwulan ini sebesar 96,38% yang masuk kategori efektif. Pada triwulan III, realisasi penerimaan pajak reklame turun menjadi sebesar Rp73.865.404.003,00. Tingkat efektivitas pada triwulan ini yaitu 91,87% dimana masih masuk kategori efektif. Pada triwulan IV, penerimaan pajak reklame meningkat walaupun masih kurang dari target yaitu sebesar Rp75.489.912.986,00. Dari angka ini didapat tingkat efektivitas sebesar 93,89%.

PEMBAHASAN

Dari hasil di atas, didapatkan target dan realisasi penerimaan pajak reklame tahun 2023 yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. Total Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame

Wilayah	Target Tahun 2023	Realisasi Tahun 2023
Pusat	Rp217.542.000.000,00	Rp237.906.099.311,00
Barat	Rp133.493.000.000,00	Rp151.641.947.857,00
Timur	Rp113.859.000.000,00	Rp119.872.206.036,00
Utara	Rp113.486.000.000,00	Rp118.599.651.941,00
Selatan	Rp321.620.000.000,00	Rp338.676.148.342,00
TOTAL	Rp900.000.000.000,00	Rp966.696.053.486,00

Tabel 3. Total Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame

Sumber: Bapenda DKI Jakarta

Dari tabel tersebut di atas, perhitungan tingkat efektivitas penerimaan

pajak reklame DKI Jakarta pada tahun 2023 yaitu sebagai berikut:

$$\frac{\text{Rp}966.696.053.486,00}{\text{Rp}900.000.000.000,00} \times 100\% = 107,41\%$$

Tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame pada tahun 2023 Provinsi DKI Jakarta mencapai persentase 107,41% sehingga masuk dalam kategori sangat efektif.

Secara lebih rinci, wilayah Jakarta Pusat mencatat efektivitas tertinggi pada triwulan IV yaitu 149% dan mencapai realisasi tahunan sebesar 109,37% dari target penerimaan. Jakarta Timur menunjukkan kinerja yang cukup stabil hingga berhasil mencapai tingkat efektivitas 105,28% dari target tahunan mereka. Wilayah Jakarta Barat dan Jakarta Utara menunjukkan fluktuasi penerimaan dengan efektivitas tahunan masing-masing sebesar 113,61% dan 104,50%. Wilayah Jakarta Selatan yang diketahui memiliki target terbesar, berhasil mencatat efektivitas yang konsisten dengan tingkat efektivitas tahunan sebesar 105,31%, dengan capaian tertinggi pada triwulan I yaitu sebesar 139,08%. Wilayah Jakarta Selatan juga berhasil mencapai realisasi tertinggi sebesar Rp338.676.148.342,00.

Pada tahun 2023, penerimaan Pajak Daerah yang diperoleh DKI Jakarta sebesar Rp43.516.481.672.833,00. (LKPD DKI Jakarta Audited:71). Tingkat kontribusi Pajak Reklame terhadap penerimaan Pajak Daerah yaitu sebagai berikut:

$$\frac{\text{Rp}966.696.053.486,00}{\text{Rp}43.516.481.672.833,00} \times 100\% = 2,26\%$$

Tingkat kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap penerimaan pajak daerah yaitu sebesar 2,26%. Angka tersebut menyatakan bahwa penerimaan pajak reklame cukup mempunyai kontribusi terhadap penerimaan Pajak Daerah Provinsi DKI Jakarta.

Sedangkan kontribusi penerimaan Pajak Daerah itu sendiri terhadap PAD Pemerintah Provinsi DKI Jakarta yaitu sebagai berikut:

$$\frac{\text{Rp}43.516.481.672.833,00}{\text{Rp}76.505.455.312.655,00} \times 100\% = 56,88\%$$

Dari hasil 56,88% di atas, penerimaan Pajak Daerah DKI Jakarta memiliki

kontribusi yang sangat berarti bagi penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Pemerintah Provinsi DKI Jakarta.

SIMPULAN

Berdasarkan data dan hasilnya, kesimpulan bahwa secara keseluruhan, tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame di DKI Jakarta pada tahun 2023 mencapai 107,41%. Hal ini menunjukkan efektivitas yang sangat baik dengan realisasi yang melampaui target pada semua wilayah di DKI Jakarta. Keberhasilan ini menjadi indikator positif dalam pengelolaan pajak reklame.

Penerimaan pajak reklame menyumbangkan kontribusi sebesar 2,26% terhadap penerimaan Pajak Daerah Dki Jakarta. Meskipun angka tersebut kecil, namun memiliki pengaruh cukup signifikan bagi pendapatan pajak secara keseluruhan. Pajak Daerah, termasuk didalamnya pajak reklame, menyumbang kontribusi mencapai 56,88% terhadap total Pendapatan Asli Daerah (PAD) DKI Jakarta. Hal ini menegaskan bahwa Pajak Daerah memiliki peran penting serta sebagai pilar utama bagi PAD DKI Jakarta.

Dari simpulan ini, penulis menyarankan untuk melakukan hal-hal yaitu yang pertama, Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dapat meningkatkan strategi pengawasan, pendataan objek pajak, dan optimalisasi teknologi informasi untuk mendukung sistem perpajakan guna mempertahankan efektivitas penerimaan pajak reklame. Kedua, optimalisasi pengawasan terhadap wajib pajak reklame melalui teknologi informasi seperti sistem pelaporan elektronik dan pengawasan berbasis GIS (Geographic Information System). Selain itu, perlunya meningkatkan edukasi dan transparansi kepada wajib pajak reklame untuk meningkatkan pemahaman dan kepatuhan wajib pajak. Selain itu, pemerintah juga perlu mempertimbangkan tren penerimaan pada periode sebelumnya untuk menyusun rencana target guna menghindari fluktuasi yang signifikan. Terakhir, dengan perkembangan media

digital, pajak reklame berbasis digital (seperti LED billboard) perlu diatur dan dimaksimalkan untuk meningkatkan penerimaan. Dengan langkah-langkah ini, efektivitas penerimaan pajak reklame dapat tetap terjaga, sekaligus meningkatkan kontribusinya terhadap PAD DKI Jakarta secara keseluruhan.

DAFTAR RUJUKAN

- Halim, Abdul. 2004. Manajemen Keuangan Daerah Edisi Revisi. Yogyakarta.
- Nurlan, Darise. 2006. Pengelolaan Keuangan Daerah. Bandung; PT. Indeks IKAPI.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta,cv: Bandung.
- Subagyo, Pangestu, (2003). Statistik Deskriptif. Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta
- Provinsi DKI Jakarta. 2014. Penetapan Nilai Sewa Reklame sebagai Dasar Pengenaan Pajak Reklame.
- Provinsi DKI Jakarta. 2022. Perubahan atas Peraturan Gubernur Nomor 27 Tahun 2014 tentang Penetapan Nilai Sewa Reklame sebagai Dasar Pengenaan Pajak Reklame.
- Provinsi DKI Jakarta. 2023. Perubahan Kedua atas Peraturan Gubernur Nomor 27 Tahun 2014 tentang Penetapan Nilai Sewa Reklame sebagai Dasar Pengenaan Pajak Reklame.
- Provinsi DKI Jakarta. 2024. Laporan Keuangan Pemerintah Daerah Tahun 2023 (Audited).