

Efektivitas Kontribusi Pajak Reklame dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Palembang

Amrul Mukminin, Alamsyah, Mega Nugraha

^{1,2,3} Universitas Tamansiswa Palembang

Email: amrul988@gmail.com, alamsyah@unitaspalembang.ac.id, geganugraha@gmail.com

Abstract. Amrul Mukminin. *This study aims to analyze the Effectiveness of the Advertising Tax Contribution in Increasing Local Revenue in Palembang City. This research uses qualitative methods with data observation techniques, interviews and documentation. The results showed that the advertisement tax management was an effort to increase PAD in Palembang City, to someone who was trying to be managed properly. However, there are indeed several problems where the supervision and participation of the community with illegal billboards is still happening and the implementation of regional regulations is not running properly, therefore the PAD from the advertisement tax has not been maximized. The supporting factor in this research is the availability of Palembang mayor regulation number 18 of 2011 concerning requirements, and fixed procedures for collecting advertisement tax and then Palembang City Regional Regulation Number 8 of 2004 concerning Development and Retribution for Advertising. In addition, to support the vision, mission and strategic plans of the Tax Management Agency. Two things support the effectiveness of the advertisement tax contribution. Internal and external factors inhibiting factors. Obstacles in internal factors, for example, the application of sanctions for billboards arrears who have just appeared without the knowledge of the officers, and the lack of socialization from the Regional Tax Management Agency so that the public does not know about the existence of regional regulations regarding advertisement tax. Whereas in external factors, for example, the community's low awareness of paying taxes or they tend to avoid and are dishonest in the report on the results of the installation of billboards and taxpayers who live outside the city of Palembang.*

Keywords: Effectiveness, Advertising Tax Management, Locally-generated revenue

Abstrak. Amrul Mukminin. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Efektivitas Kontribusi Pajak Iklan dalam Meningkatkan Pendapatan Daerah di Kota Palembang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik observasi data, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan pajak iklan merupakan upaya untuk meningkatkan PAD di Kota Palembang, kepada seseorang yang sedang berusaha untuk dikelola dengan baik. Namun, memang ada beberapa permasalahan dimana pengawasan dan partisipasi masyarakat dengan baliho ilegal masih terjadi dan penerapan peraturan daerah tidak berjalan dengan baik, sehingga PAD dari pajak iklan belum maksimal. Faktor pendukung dalam penelitian ini adalah tersedianya Peraturan Wali Kota Palembang Nomor 18 Tahun 2011 tentang persyaratan, dan tata cara tetap pemungutan pajak iklan dan kemudian Peraturan Daerah Kota Palembang Nomor 8 Tahun 2004 tentang Pengembangan dan Retribusi Periklanan. Selain itu, untuk mendukung visi, misi dan rencana strategis Badan Pengelola Pajak. Dua hal yang mendukung efektivitas kontribusi pajak iklan. Faktor penghambat faktor internal dan eksternal. Kendala faktor internal, misalnya penerapan sanksi atas tunggakan balihoan yang baru saja muncul tanpa sepengetahuan petugas, dan minimnya sosialisasi dari Badan Pengelola Pajak Daerah sehingga masyarakat tidak mengetahui adanya peraturan daerah mengenai pajak iklan. Sedangkan pada faktor eksternal, misalnya, rendahnya kesadaran masyarakat untuk membayar pajak atau cenderung menghindari dan tidak jujur dalam laporan hasil pemasangan baliho dan wajib pajak yang berdomisili di luar kota Palembang.

Kata Kunci: Efektivitas, Pengelolaan Pajak Iklan, Pendapatan Asli Daerah

1. PENDAHULUAN

Otonomi daerah menuntut kesiapan setiap daerah dalam beberapa aspek penting untuk memastikan pelaksanaan yang efektif dan efisien. Salah satu faktor utama yang harus dipersiapkan adalah sumber daya manusia yang berkualitas, yang akan mendukung keberhasilan pengelolaan dan pelaksanaan kebijakan daerah. Selain itu, keberadaan sumber daya keuangan yang memadai sangat krusial karena aspek keuangan menjadi salah satu pilar utama dalam

penyelenggaraan otonomi daerah. Pemerintah daerah harus dapat mengelola dan memanfaatkan sumber daya keuangan secara optimal untuk memenuhi kebutuhan operasional dan program-program yang direncanakan.

Dalam konteks ini, pemerintah daerah perlu aktif dalam mengidentifikasi dan memanfaatkan potensi pembiayaan yang ada melalui dua pendekatan utama: intensifikasi dan perluasan. Intensifikasi mengacu pada pemanfaatan sumber pendapatan daerah yang sudah ada secara lebih efisien dan efektif, sedangkan perluasan target pendapatan daerah mencakup upaya untuk meningkatkan jumlah pendapatan melalui pengembangan sumber-sumber pendapatan baru atau peningkatan dari sumber yang sudah ada. Kedua strategi ini penting untuk memastikan bahwa pemerintah daerah memiliki keuangan yang cukup untuk mendukung berbagai kegiatan dan program yang diimplementasikan, serta untuk memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat.

Sesuai dengan kebutuhan dan harapan yang berkembang di setiap daerah, pengelolaan keuangan daerah diwujudkan melalui Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD). APBD merupakan instrumen vital yang mencerminkan bagaimana pemerintah daerah merencanakan dan mengalokasikan sumber daya untuk pembangunan dan pelayanan kepada masyarakat. Keberhasilan dalam pembangunan daerah yang mandiri dan berkelanjutan sangat bergantung pada kemampuan dan kreativitas pemerintah daerah dalam memanfaatkan potensi lokal, termasuk sumber daya alam yang ada.

Penting bagi pemerintah daerah untuk tidak hanya fokus pada perbaikan aspek-aspek yang sudah ada, tetapi juga pada pengembangan profesionalitas kinerja kelembagaan. Ini mencakup upaya untuk meningkatkan kemampuan aparatur daerah dalam mengelola dan memanfaatkan sumber daya secara efektif. Dengan meningkatkan profesionalitas dan kreativitas, pemerintah daerah dapat mengoptimalkan penerimaan fiskal daerah serta memastikan bahwa anggaran yang tersedia digunakan secara efisien untuk mendukung berbagai program pembangunan. Dengan demikian, pemerintah daerah dapat menciptakan dampak yang positif bagi kesejahteraan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi lokal.

Menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Daerah, pembiayaan daerah mencakup beberapa komponen utama, yaitu Pendapatan Asli Daerah (PAD), Dana Perimbangan, Pinjaman Daerah, dan Pendapatan Asli Daerah lainnya.

Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan sumber pendapatan utama yang berasal dari daerah itu sendiri. PAD mencakup semua penerimaan yang dihasilkan oleh daerah tanpa bergantung pada bantuan atau transfer dari pemerintah pusat. Ini mencakup berbagai jenis

pendapatan, seperti pajak daerah, retribusi, dan hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan. Untuk mendukung penyelenggaraan pemerintahan dan kegiatan pembangunan, PAD perlu terus ditingkatkan secara berkelanjutan.

Peningkatan PAD penting untuk mengurangi ketergantungan daerah pada transfer dana dari pemerintah pusat dan untuk memastikan bahwa daerah memiliki kapasitas finansial yang cukup untuk melaksanakan tugas-tugasnya dengan efektif. Dengan peningkatan PAD, daerah dapat lebih mandiri dalam pengelolaan keuangan, serta lebih mampu mendanai proyek-proyek pembangunan dan memberikan layanan yang berkualitas kepada masyarakat.

Sebagai bagian integral dari Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI), Palembang merupakan daerah otonom dengan kewenangan untuk mengelola urusan pemerintahan secara mandiri, sesuai dengan desentralisasi yang diterapkan oleh pemerintah pusat. Sebagai salah satu kota terbesar dan paling dinamis di Indonesia, Palembang terus mengalami pertumbuhan dan perkembangan pesat. Dalam konteks ini, Pemerintah Kota Palembang berkomitmen untuk secara terus-menerus meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada masyarakat. Upaya ini mencakup berbagai aspek, mulai dari peningkatan infrastruktur dan fasilitas publik hingga penyempurnaan sistem administrasi dan pelayanan kepada warga. Dengan fokus pada efisiensi dan efektivitas dalam pengelolaan keuangan dan sumber daya, Pemerintah Kota Palembang berusaha untuk memastikan bahwa semua kebutuhan dan harapan masyarakat dapat terpenuhi dengan baik, serta mendukung pembangunan kota yang berkelanjutan.

Peningkatan kesejahteraan masyarakat, khususnya warga Palembang, menjadi fokus utama dari berbagai rencana pembangunan yang telah diterima baik, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Semua inisiatif pembangunan ini diterapkan dengan terminologi yang tepat dan dirancang untuk mencapai hasil yang optimal. Untuk mewujudkan rencana-rencana tersebut secara efektif, pengelolaan dana yang memadai menjadi kunci utama. Oleh karena itu, salah satu strategi penting adalah mengoptimalkan pendapatan daerah. Pengelolaan pendapatan daerah yang efisien tidak hanya mendukung keberlangsungan proyek-proyek pembangunan, tetapi juga memastikan bahwa kebutuhan masyarakat dapat terpenuhi dengan baik. Dengan memaksimalkan potensi sumber pendapatan daerah, Pemerintah Kota Palembang dapat memperoleh dana tambahan yang diperlukan untuk mendukung berbagai program dan inisiatif yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Untuk mengoptimalkan pendapatan daerah, Pemerintah Daerah Kota Palembang menerapkan berbagai jenis pajak daerah yang dirancang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia. Penerapan pajak daerah ini merupakan bagian dari upaya untuk meningkatkan pendapatan yang digunakan untuk membiayai berbagai program dan

pembangunan di kota tersebut. DPRD, sebagai lembaga legislatif daerah yang memiliki peran strategis, turut berkontribusi dalam proses ini. Sebagai mitra pemerintah daerah, DPRD terlibat aktif dalam penetapan target untuk setiap komponen penerimaan pajak dan retribusi daerah di awal setiap tahun anggaran. Kerjasama ini memastikan bahwa target yang ditetapkan realistis dan dapat dicapai, sekaligus mematuhi peraturan yang berlaku. Dengan demikian, upaya pengoptimalan pendapatan daerah dapat dilaksanakan secara efektif dan berkelanjutan, mendukung pelaksanaan program-program pembangunan yang bermanfaat bagi masyarakat Kota Palembang.

Dalam menentukan target penerimaan pajak daerah, pemerintah kota Palembang secara cermat mempertimbangkan berbagai aspek yang mempengaruhi penerimaan keuangan daerah. Aspek-aspek penting tersebut meliputi situasi dan kondisi perekonomian serta suasana politik daerah, yang dapat berdampak signifikan pada kemampuan daerah dalam mencapai target penerimaan pajak.

Pemerintah Kota Palembang mengumpulkan pendapatan dari berbagai jenis pajak, yang mencakup pajak bumi dan bangunan, pajak hiburan, pajak parkir, pajak bea hak atas tanah dan bangunan, pajak air bawah tanah dan air permukaan, pajak reklame, pajak restoran, pajak penerangan jalan, dan jenis pajak lainnya. Setiap jenis pajak ini memiliki karakteristik dan potensi penerimaan yang berbeda, sehingga strategi penetapan target harus memperhitungkan faktor-faktor ekonomi dan politik yang relevan untuk memaksimalkan efektivitas pemungutan pajak dan memastikan stabilitas keuangan daerah.

Dari berbagai jenis pajak daerah yang dipungut oleh pemerintah Kota Palembang, pajak reklame adalah salah satu yang memiliki prospek positif untuk dikembangkan dan berpotensi signifikan dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Kota Palembang, dengan pertumbuhan dan perkembangan ekonomi yang relatif cepat, menunjukkan tren yang menguntungkan dalam sektor ini.

Perkembangan ekonomi di Palembang dapat dilihat dari pesatnya pertumbuhan berbagai sektor, khususnya industri dan perdagangan. Hal ini tercermin dalam semakin maraknya pusat-pusat perbelanjaan yang dibangun di kota ini, yang menunjukkan meningkatnya aktivitas ekonomi dan kebutuhan akan reklame. Peningkatan jumlah dan skala pusat perbelanjaan ini menciptakan peluang baru untuk pemungutan pajak reklame, yang dapat dimanfaatkan secara optimal untuk mendorong PAD kota. Dengan demikian, pajak reklame tidak hanya berfungsi sebagai sumber pendapatan daerah, tetapi juga sebagai indikator positif dari dinamika ekonomi yang berkembang di Palembang.

Melihat perkembangan ekonomi yang pesat di Kota Palembang, potensi penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari sektor pajak reklame menunjukkan peluang yang cukup besar. Dengan meningkatnya aktivitas ekonomi, baik dari perusahaan maupun individu, penggunaan media reklame untuk mempromosikan berbagai kegiatan usaha dan produk semakin meluas. Ini tercermin dari banyaknya reklame yang terpampang di berbagai sudut kota, baik di pusat kota maupun di pinggiran kota.

Peningkatan jumlah reklame ini mengindikasikan bahwa semakin banyak bisnis yang memanfaatkan media ini sebagai sarana promosi. Oleh karena itu, pajak reklame memiliki potensi besar untuk berkontribusi pada peningkatan PAD. Pemerintah Kota Palembang dapat memanfaatkan tren ini dengan mengelola dan memungut pajak reklame secara efektif, memastikan bahwa pendapatan dari sektor ini optimal dan berkontribusi pada pembangunan daerah yang lebih luas.

Tabel 1. Realisasi Penerimaan Dan Target Penerimaan Pajak Reklame di Kota Palembang
Tahun 2015-2017

No	Tahun	Realisasi penerimaan	Target penerimaan	Persentase
1	2015	15.318.876.909.00	14.890.000.000	102,88%
2	2016	16.567.211.469.38	15.604.719.571	106,17%
3	2017	18.113.700.816.80	17.605.000.000	102,89%

Sumber: www.djpk.go.id.

Tabel di atas dapat dilihat bahwa Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Kota Palembang dari tahun 2015 sampai 2017 terus mengalami peningkatan, pajak reklame cenderung mengalami kenaikan signifikan dari target dan jumlah penerimaannya yang ditetapkan dari tahun 2015 tersebut harus berbanding lurus dengan peningkatan pendapatan asli daerah. Adanya peningkatan pajak reklame disuatu daerah semestinya berjalan seiring dengan tingkat pendapatan asli daerah

Masalah umum yang dihadapi pada sektor pajak reklame ini adalah kurangnya kesadaran dan peran serta masyarakat dalam meningkatkan pajak reklame ini, disebabkan kurangnya sosialisasi pemerintah daerah kepada masyarakat tentang pajak reklame, selain itu juga kurangnya pengawasan dari aparat pemerintah kota dalam rangka pengelolaannya. Salah satu contohnya adalah adanya reklame yang tanpa ijin pemasangan dari pemerintah kota ataupun reklame yang perijinannya sudah mati, selain itu juga banyaknya reklame politik reklame yang ilegal dan tidak tertata dengan rapi sehingga dapat merusak pemandangan kota, serta banyak lagi hal-hal negatif lainnya yang dapat mengurangi penerimaan pajak reklame. Disisi lain, kontribusi pajak reklame terus diharapkan akan semakin meningkat dari tahun

ketahun untuk menambah penerimaan PAD agar tujuan otonomi daerah untuk menciptakan kemandirian daerah di sektor keuangan akan dapat terwujud.

Maka, berdasarkan data dan penjelasan di atas penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Efektivitas Kontribusi Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Palembang”

2. LANDASAN TEORI

Efektivitas

Teori adalah kerangka berpikir yang terdiri dari serangkaian asumsi, konsep, konstruksi, definisi, dan proposisi yang secara sistematis menjelaskan fenomena sosial dengan merumuskan hubungan antara konsep-konsep tersebut (Singarimbun, 1989:37). Teori berfungsi sebagai dasar atau landasan berpikir dalam memahami dan memecahkan masalah dengan memberikan pedoman teoritis yang memandu peneliti dalam mengkaji suatu permasalahan dari sudut tertentu (Nawami, 1993:40). Oleh karena itu, penting untuk menyusun kerangka teori yang memuat pokok-pokok pikiran yang menggambarkan perspektif atau sudut pandang penulis terhadap masalah yang dibahas. Kerangka teori ini tidak hanya memberikan struktur yang jelas dalam penelitian tetapi juga memastikan bahwa analisis dan interpretasi data dilakukan dengan konsistensi dan kedalaman yang sesuai dengan panduan teoritis yang telah ditetapkan.

Pengertian Efektifitas

Efektivitas, berdasarkan pengertian yang telah dijelaskan, merujuk pada seberapa baik tujuan atau sasaran yang telah ditetapkan dapat tercapai sesuai dengan rencana yang telah disusun sebelumnya. Dalam hal ini, indikator efektivitas mengukur kesesuaian antara target yang direncanakan dengan hasil yang tercapai. Pengertian ini sejalan dengan penjelasan Susanto (2005:156), yang mendefinisikan efektivitas sebagai "daya pesan untuk mempengaruhi atau tingkat kemampuan pesan-pesan untuk mempengaruhi." Dengan demikian, efektivitas tidak hanya mencakup pencapaian hasil yang diinginkan tetapi juga kemampuan suatu pesan atau tindakan untuk mempengaruhi hasil yang diinginkan. Dalam konteks ini, efektivitas dapat diartikan sebagai pengukuran sejauh mana tujuan yang direncanakan dapat diwujudkan secara matang dan berhasil.

Faktor Yang Mempengaruhi Efektifitas

Steers (1985 : 209) mengidentifikasi ada empat rangkaian variabel yang berhubungan dengan efektifitas, yaitu :

1. Ciri Organisasi

Struktur dan teknologi organisasi memainkan peran penting dalam mempengaruhi efektivitas suatu organisasi dengan cara-cara yang berbeda. Struktur organisasi, misalnya, dapat mempengaruhi efektivitas melalui beberapa aspek utama. Meningkatnya spesialisasi fungsi dalam organisasi sering kali berujung pada peningkatan produktivitas dan efisiensi. Hal ini karena spesialisasi memungkinkan karyawan untuk fokus pada tugas-tugas tertentu yang mereka kuasai, sehingga meningkatkan keahlian dan output mereka. Selain itu, ukuran organisasi juga dapat mempengaruhi efektivitas; organisasi yang lebih besar mungkin memerlukan struktur yang lebih formal dan terorganisir dengan baik untuk mengelola kompleksitas yang lebih tinggi.

Sentralisasi pengambilan keputusan, di mana keputusan utama dibuat oleh tingkat manajerial yang lebih tinggi, juga dapat mempengaruhi efektivitas. Dalam beberapa kasus, sentralisasi dapat meningkatkan konsistensi dan kontrol, tetapi di sisi lain, dapat memperlambat respons terhadap perubahan di lapangan jika pengambilan keputusan tidak terdistribusi secara merata.

Formalisasi, atau penerapan aturan dan prosedur yang ketat, juga berdampak pada efektivitas. Formalisasi dapat membantu dalam menciptakan standar dan konsistensi, namun jika terlalu kaku, dapat menghambat fleksibilitas dan inovasi.

Teknologi, di sisi lain, mempengaruhi efektivitas dengan cara yang lebih langsung dan tidak langsung. Teknologi yang canggih dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi dengan menyediakan alat dan sistem yang mempermudah proses kerja, komunikasi, dan manajemen informasi. Walaupun dampaknya mungkin tidak selalu langsung terlihat, teknologi dapat mempercepat proses, mengurangi kesalahan, dan mendukung inovasi. Dalam jangka panjang, penggunaan teknologi yang tepat dapat berkontribusi pada peningkatan efektivitas secara keseluruhan dengan memperbaiki cara kerja dan mempermudah pencapaian tujuan organisasi.

2. Ciri Lingkungan

Keberhasilan hubungan antara organisasi dan lingkungan eksternalnya sangat dipengaruhi oleh tiga variabel kunci: tingkat keterdugaan keadaan lingkungan, ketepatan persepsi atas keadaan lingkungan, dan tingkat rasionalitas organisasi.

1. **Tingkat Keterdugaan Keadaan Lingkungan.** Variabel ini mencerminkan sejauh mana organisasi dapat mengantisipasi atau meramalkan kondisi dan perubahan yang akan terjadi di lingkungan eksternal. Keterdugaan yang tinggi memungkinkan organisasi untuk mempersiapkan strategi dan tindakan yang lebih baik sebelum perubahan tersebut terjadi. Sebaliknya, keterdugaan yang rendah dapat menyebabkan organisasi menjadi reaktif daripada proaktif, yang mungkin mengakibatkan ketidaksiapan menghadapi perubahan.
2. **Ketepatan Persepsi atas Keadaan Lingkungan.** Faktor ini berkaitan dengan kemampuan organisasi untuk mengidentifikasi dan memahami kondisi serta tren yang ada di lingkungan eksternal secara akurat. Persepsi yang tepat memungkinkan organisasi untuk menilai dengan benar apa yang terjadi dan bagaimana perubahan tersebut dapat mempengaruhi operasional serta strategi mereka. Persepsi yang salah atau tidak akurat dapat mengarah pada keputusan yang tidak efektif dan strategi yang tidak relevan.
3. **Tingkat Rasionalitas Organisasi.** Rasionalitas di sini mengacu pada sejauh mana organisasi menggunakan pendekatan logis dan terencana dalam merespons perubahan lingkungan. Organisasi yang rasional akan menganalisis data dan informasi secara menyeluruh, mempertimbangkan berbagai opsi, dan membuat keputusan berdasarkan analisis yang matang. Tingkat rasionalitas yang rendah, di sisi lain, dapat mengakibatkan keputusan yang impulsif atau berbasis intuisi yang tidak selalu tepat.

Ketiga variabel ini saling berkaitan dan mempengaruhi ketepatan tanggapan organisasi terhadap perubahan lingkungan. Organisasi yang dapat meramalkan perubahan lingkungan dengan baik, memiliki persepsi yang akurat, dan menggunakan pendekatan rasional dalam pengambilan keputusan akan memiliki peluang lebih besar untuk berhasil beradaptasi dan mempertahankan keunggulan kompetitif mereka. Sebaliknya, ketidakmampuan dalam satu atau lebih dari variabel ini dapat menghambat kemampuan organisasi untuk beradaptasi secara efektif, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi kinerja dan keberhasilannya.

3. Ciri Pekerja

Pada kenyataannya, para anggota organisasi mungkin merupakan faktor pengaruh yang paling penting atas efektifitas karena perilaku merekalah yang dalam jangka panjang akan memperlancar atau merintangi tercapainya tujuan organisasi.

4. Kebijakan dan Praktek Manajemen

Terdapat beberapa mekanisme khusus untuk meningkatkan efektifitas organisasi yaitu meliputi penetapan tujuan strategi, pencarian dan pemanfaatan sumber-daya secara efisien,

menciptakan lingkungan prestasi, proses komunikasi, kepemimpinan dan pengambilan keputusan, dan adaptasi dan inovasi organisasi.

Pengertian Reklame

Reklame, menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia, adalah pemberitahuan kepada umum mengenai barang dagangan dengan menggunakan pujian, gambar, atau metode lainnya untuk meningkatkan daya tarik dan penjualan barang tersebut. Pengertian ini menunjukkan bahwa reklame berfungsi sebagai alat promosi yang dirancang untuk menarik perhatian masyarakat terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

Sementara itu, menurut Peraturan Daerah Nomor 04 Tahun 2012 tentang Tata Cara Perizinan Reklame, reklame didefinisikan dengan lebih rinci. Dalam peraturan tersebut, reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang digunakan untuk tujuan komersial dengan bentuk dan corak yang beragam. Tujuan utama dari reklame, menurut definisi ini, adalah untuk memperkenalkan, menganjurkan, atau memuji suatu barang, jasa, atau individu. Reklame juga dirancang untuk menarik perhatian umum kepada barang, jasa, atau orang yang dipromosikan, dan dapat dilihat, dibaca, dan/atau didengar dari berbagai tempat oleh masyarakat.

Definisi dalam Peraturan Daerah ini menekankan beberapa aspek penting:

1. Tujuan Komersial: Reklame ditujukan untuk tujuan komersial, yang berarti penggunaannya adalah untuk mendukung kepentingan bisnis atau usaha dalam mempromosikan produk atau jasa mereka.
2. Bentuk dan Corak: Reklame dapat muncul dalam berbagai bentuk dan corak, termasuk tulisan, gambar, dan media lainnya. Ini memberikan fleksibilitas dalam cara penyampaian pesan kepada publik.
3. Visibilitas: Reklame harus ditempatkan atau dirancang sedemikian rupa sehingga dapat dilihat, dibaca, atau didengar oleh umum dari lokasi yang berbeda. Hal ini memastikan bahwa pesan reklame dapat menjangkau audiens yang lebih luas.
4. Pengecualian Pemerintah: Peraturan ini juga menyebutkan bahwa reklame yang dilakukan oleh pemerintah tidak termasuk dalam definisi ini, menandakan bahwa reklame pemerintah mungkin tunduk pada peraturan atau kebijakan yang berbeda.

Secara keseluruhan, reklame berfungsi sebagai alat penting dalam strategi pemasaran untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan kesadaran tentang barang dan jasa. Dengan peraturan yang ada, reklame harus mematuhi pedoman tertentu agar sesuai dengan norma dan hukum yang berlaku di daerah tersebut.

Penyelenggaraan reklame melibatkan individu atau badan yang mengelola usaha atau perusahaan periklanan, baik untuk kepentingan pribadi maupun atas nama pihak lain. Proses ini mencakup berbagai kegiatan promosi yang dilakukan dengan menggunakan media reklame yang bervariasi, seperti billboard, poster, spanduk, dan bentuk lainnya. Tujuan dari penyelenggaraan reklame adalah untuk mempromosikan barang, jasa, atau informasi tertentu kepada publik dengan cara yang menyeluruh dan efektif.

Dalam konteks penyelenggaraan reklame, penting untuk memperhatikan beberapa aspek:

1. **Penyelenggara:** Penyelenggaraan reklame dapat dilakukan oleh individu, perusahaan periklanan, atau badan usaha lainnya. Mereka bertanggung jawab untuk merancang, memasang, dan mengelola reklame baik atas nama mereka sendiri atau atas nama klien. Misalnya, partai politik yang melaksanakan kampanye serentak menggunakan berbagai media reklame untuk mempromosikan agenda politik mereka merupakan contoh penyelenggaraan reklame dengan tujuan yang luas dan menyeluruh.
2. **Estetika Kota:** Pemasangan reklame harus memperhatikan aspek estetika kota. Ini berarti bahwa reklame harus disesuaikan dengan karakter dan tata ruang kota untuk menjaga keserasian visual. Bentuk, ukuran, jenis, dan cara pemasangan reklame harus sesuai dengan lingkungan sekitarnya. Misalnya, reklame di kawasan bersejarah mungkin memerlukan desain yang lebih konservatif dibandingkan dengan reklame di area bisnis modern.
3. **Tempat Pemasangan:** Lokasi tempat pemasangan reklame juga penting untuk dipertimbangkan. Reklame harus dipasang di tempat yang strategis dan sesuai dengan regulasi setempat. Lokasi tersebut harus memastikan bahwa reklame dapat dilihat oleh target audiens tanpa mengganggu keselamatan lalu lintas atau estetika lingkungan.
4. **Izin Reklame:** Untuk melaksanakan pemasangan reklame, izin dari pemerintah daerah diperlukan. Izin ini adalah persetujuan resmi yang dikeluarkan oleh pemerintah setempat yang memungkinkan individu atau perusahaan untuk menempatkan reklame di area yang ditentukan. Proses perizinan ini memastikan bahwa pemasangan reklame mematuhi peraturan dan standar yang berlaku serta tidak menimbulkan masalah bagi masyarakat atau lingkungan.

Secara keseluruhan, penyelenggaraan reklame melibatkan perencanaan dan pelaksanaan yang cermat untuk memastikan efektivitas promosi sambil mempertahankan estetika dan keteraturan kota. Izin reklame yang dikeluarkan oleh pemerintah daerah adalah bagian penting dari proses ini, memastikan bahwa semua reklame memenuhi standar dan regulasi yang berlaku.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian kualitatif adalah pendekatan penelitian yang digunakan untuk memahami dan menggambarkan fenomena sosial atau kondisi objek yang bersifat alamiah secara mendalam dan mendetail. Berikut adalah uraian dan penjabaran tentang metode ini berdasarkan beberapa definisi dan konsep yang telah dikemukakan:

1. **Definisi Umum:** Menurut Moleong (2009: 6), metode penelitian kualitatif didefinisikan sebagai metode yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan teknik statistik atau kuantifikasi lainnya. Ini berarti bahwa penelitian kualitatif tidak bergantung pada angka-angka atau data numerik untuk analisis, tetapi lebih fokus pada data non-numerik seperti teks, wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang fenomena yang diteliti.
2. **Karakteristik Penelitian Kualitatif:** Afifudin dan Saebani (2009: 57) menjelaskan bahwa metode penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti kondisi objek yang bersifat alamiah, yang berbeda dari pendekatan eksperimen yang seringkali bersifat terkontrol dan dimanipulasi. Dalam penelitian kualitatif:
 - a. **Peneliti sebagai Instrumen Kunci:** Peneliti memegang peranan penting dalam pengumpulan data, berfungsi sebagai instrumen utama dalam memahami dan menginterpretasikan fenomena. Peneliti berinteraksi langsung dengan objek penelitian dan memiliki peran aktif dalam proses pengumpulan informasi.
 - b. **Teknik Pengumpulan Data secara Triangulasi:** Teknik ini melibatkan penggunaan berbagai metode pengumpulan data (seperti wawancara, observasi, dan analisis dokumen) untuk memperoleh pandangan yang lebih komprehensif dan mengurangi bias. Dengan cara ini, peneliti dapat memverifikasi dan memperkaya data yang diperoleh dari berbagai sumber.
 - c. **Analisis Data Induktif:** Dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan secara induktif, yaitu dengan menarik kesimpulan dan pola dari data yang terkumpul tanpa mengandalkan teori yang sudah ada sebelumnya. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menemukan tema dan makna baru yang mungkin tidak terlihat sebelumnya.
 - d. **Penekanan pada Makna daripada Generasi:** Hasil dari penelitian kualitatif lebih fokus pada pemahaman makna dan konteks di balik fenomena yang diteliti daripada generalisasi statistik. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan mendalam mengenai bagaimana individu atau kelompok memaknai dan mengalami realitas mereka.

Metode penelitian kualitatif sangat berguna dalam situasi di mana peneliti ingin memahami dinamika sosial, budaya, atau psikologis secara lebih mendalam, dan ketika data numerik tidak dapat sepenuhnya menggambarkan kompleksitas suatu fenomena. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat mengeksplorasi aspek-aspek yang lebih subtil dan nuansa yang mungkin terlewatkan dalam penelitian kuantitatif.

Dalam penelitian kualitatif bertolak dari data, memanfaatkan teori yang ada sebagai bahan penjas dan berakhir dengan suatu teori. Penelitian kualitatif dilakukan pada data dalam kelompok relatif kecil yang diwawancarai secara mendalam. Peneliti merasa metode penelitian kualitatif sangat cocok digunakan dalam melakukan penelitian tentang Efektivitas Kontribusi Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Palembang

Wawancara

Menurut Hadari Nawawi (1991:111) wawancara diartikan sebagai usaha mengumpulkan data dan informasi dengan mengajukan sejumlah pertanyaan lisan, untuk dijawab secara lisan pula. Teknik ini dilakukan dengan cara tanya jawab secara langsung dengan informan berdasarkan panduan wawancara yang sudah disiapkan.

Dokumentasi

Prosedur ini merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan cara atau berdasarkan catatan-catatan yang terdokumentasi (otentik), berupa data statistik, kumpulan peraturan dan perundang-undangan, kepustakaan, gambar, selebaran atau brosur yang terdapat atau dijumpai di lokasi penelitian yang berkaitan serta mendukung pelaksanaan penelitian.

Informan

Untuk memperoleh data guna kepentingan penelitian serta adanya hasil yang representatif, maka diperlukan informan yang memahami dan mempunyai kaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Adapun informan yang dimaksud adalah:

1. Kepala Bidang Pajak Daerah
2. Kasubbid Pajak Hotel, reklame, dan air bawa tanah
3. Pegawai Badan Pengelolaan Pajak Daerah 3 orang

4. HASIL PENELITIAN

Efektivitas Kontribusi Pajak Reklame Dalam Peningkatan PAD

Mengukur efektivitas organisasi merupakan tugas yang kompleks karena efektivitas dapat dilihat dari berbagai sudut pandang dan dapat bervariasi tergantung pada perspektif individu atau kelompok yang menilai. Berikut adalah beberapa aspek penting dalam mengukur efektivitas organisasi:

1. **Perspektif Produktivitas:** Dari sudut pandang manajer produksi, efektivitas organisasi seringkali diukur berdasarkan kualitas dan kuantitas (output) barang dan jasa yang dihasilkan. Dalam hal ini, efektivitas dikaitkan dengan seberapa baik organisasi dapat memenuhi standar kualitas sambil memproduksi output dalam jumlah yang diharapkan. Manajer produksi akan melihat apakah barang atau jasa yang dihasilkan sesuai dengan spesifikasi yang ditetapkan dan seberapa efisien proses produksi berlangsung.
2. **Perbandingan Rencana dan Hasil:** Tingkat efektivitas juga dapat diukur dengan membandingkan antara rencana yang telah ditentukan dengan hasil nyata yang dicapai. Jika rencana yang telah dibuat dapat diwujudkan dengan hasil yang sesuai atau melebihi target yang ditetapkan, maka organisasi dianggap efektif. Sebaliknya, jika hasil yang dicapai tidak sesuai dengan rencana atau tidak memenuhi sasaran yang telah ditetapkan, maka efektivitas organisasi dapat dianggap rendah.
3. **Evaluasi Tujuan dan Sasaran:** Jika usaha atau tindakan yang dilakukan oleh organisasi tidak menghasilkan hasil yang diinginkan atau tidak mencapai tujuan yang telah ditetapkan, maka hal tersebut dikatakan tidak efektif. Evaluasi efektivitas mencakup penilaian terhadap seberapa baik suatu organisasi dapat mencapai sasaran dan tujuan yang telah diatur sebelumnya. Jika hasil akhir tidak memenuhi harapan atau jika ada penyimpangan signifikan dari rencana awal, maka efektivitas organisasi perlu ditinjau ulang.

Secara keseluruhan, mengukur efektivitas organisasi memerlukan pendekatan yang komprehensif dan beragam, karena efektivitas tidak hanya dapat diukur dari satu dimensi saja, tetapi harus mempertimbangkan berbagai faktor yang mempengaruhi kinerja organisasi secara keseluruhan. Penilaian efektivitas harus mempertimbangkan berbagai sudut pandang dan metodologi untuk memberikan gambaran yang akurat tentang seberapa baik organisasi mencapai tujuan dan memenuhi harapan stakeholder-nya.

Pengamatan sementara penulis menunjukkan bahwa penurunan kontribusi pajak terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Palembang disebabkan oleh beberapa indikator utama. Berikut adalah uraian tentang indikator-indikator tersebut:

1. Lemahnya Sistem Hukum: Kelemahan dalam sistem hukum yang mengatur pajak daerah dapat menghambat penerimaan pajak. Jika peraturan hukum terkait pajak tidak jelas atau tidak ditegakkan secara konsisten, akan sulit bagi pemerintah daerah untuk mengumpulkan pajak dengan efektif. Ketidakpastian hukum atau pelaksanaan hukum yang tidak konsisten dapat menyebabkan rendahnya tingkat kepatuhan wajib pajak dan meningkatkan potensi kehilangan pendapatan.

2. **Administrasi Pendapatan Daerah yang Lemah:** Administrasi pendapatan daerah yang tidak efektif dapat menyebabkan masalah dalam pengumpulan pajak dan pengelolaan PAD. Sistem administrasi yang tidak memadai dapat meliputi proses pencatatan, pelaporan, dan pengelolaan data pajak yang kurang terstruktur, yang berakibat pada inefisiensi dan kesalahan dalam penagihan pajak serta pengelolaan pendapatan.
3. **Kelemahan Aparatur dalam Mengelola PAD:** Kinerja aparatur pemerintah daerah dalam mengelola PAD berperan penting dalam efektivitas pengumpulan pajak. Kelemahan dalam hal ini bisa berupa kurangnya keterampilan dan pengetahuan aparatur dalam administrasi pajak, serta kurangnya motivasi atau komitmen untuk mengoptimalkan pengumpulan pajak. Hal ini dapat mengakibatkan pengelolaan PAD yang tidak optimal dan penurunan kontribusi pajak.
4. **Kurangnya Optimalisasi Pelaksanaan Kebijakan dan Aturan:** Kebijakan dan aturan yang diatur dalam peraturan daerah (Perda) dan peraturan wali kota (Perwako) harus diterapkan dengan efektif untuk meningkatkan kontribusi pajak. Kurangnya penerapan kebijakan dan aturan tersebut atau implementasi yang tidak konsisten dapat mengakibatkan ketidakmampuan untuk memaksimalkan potensi pendapatan dari pajak.
5. **Kurangnya Dukungan dari Masyarakat:** Dukungan masyarakat sangat penting dalam pelaksanaan kebijakan pajak. Kurangnya pemahaman atau partisipasi dari masyarakat dalam kewajiban perpajakan dapat menghambat upaya pengumpulan pajak dan menurunkan kontribusi pajak terhadap PAD. Kesadaran dan keterlibatan masyarakat dalam membayar pajak dan memahami manfaat pajak untuk pembangunan daerah harus ditingkatkan.
6. **Kejelasan Tujuan:** Untuk mengatasi penurunan kontribusi pajak terhadap PAD, penting untuk mengidentifikasi tujuan yang jelas dan strategis dalam perencanaan dan pelaksanaan kebijakan pajak. Tujuan ini harus mencakup perbaikan sistem hukum, penguatan administrasi pendapatan daerah, peningkatan kompetensi aparatur, optimalisasi pelaksanaan kebijakan dan aturan, serta peningkatan dukungan masyarakat. Kejelasan tujuan ini akan membantu dalam merumuskan langkah-langkah strategis dan tindakan konkret untuk memperbaiki masalah yang ada dan meningkatkan kontribusi pajak terhadap PAD di Kota Palembang

Tujuan pemungutan pajak reklame melampaui sekadar membantu promosi dan pemasaran. Ada beberapa aspek penting yang menjadi fokus utama, yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Menambah Pendapatan Asli Daerah (PAD): Salah satu tujuan utama dari pemungutan pajak reklame adalah untuk meningkatkan PAD. Pajak reklame adalah salah satu sumber pendapatan yang dapat diandalkan oleh pemerintah daerah untuk mendanai berbagai kegiatan dan program pembangunan. Dengan memungut pajak dari reklame, pemerintah daerah dapat memperoleh dana tambahan yang sangat diperlukan untuk melaksanakan berbagai kebijakan dan proyek yang bermanfaat bagi masyarakat.
2. Meningkatkan Kualitas Promosi dan Iklan: Pajak reklame juga berfungsi untuk mengatur dan meningkatkan kualitas promosi dan iklan di wilayah tersebut. Dengan adanya regulasi yang mengatur pajak reklame, pemerintah daerah dapat memastikan bahwa reklame yang dipasang memenuhi standar tertentu dari segi estetika dan kepatuhan terhadap peraturan. Hal ini tidak hanya meningkatkan efektivitas promosi tetapi juga menjaga keindahan dan ketertiban kota.
3. Memperkenalkan dan Mempromosikan Barang, Jasa, dan Individu: Reklame bertujuan untuk memperkenalkan, menganjurkan, dan mempromosikan barang, jasa, dan individu kepada publik. Melalui berbagai bentuk reklame, seperti papan iklan, spanduk, dan poster, pengusaha dan organisasi dapat menarik perhatian umum terhadap produk atau layanan mereka. Reklame yang efektif dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang berbagai penawaran yang tersedia dan mendorong mereka untuk melakukan transaksi atau berpartisipasi dalam kegiatan tertentu.
4. Meningkatkan Kesadaran dan Daya Tarik Publik: Reklame yang dirancang dengan baik dan diletakkan di tempat strategis dapat menarik perhatian dan mempengaruhi persepsi masyarakat. Selain memperkenalkan barang dan jasa, reklame yang efektif juga dapat meningkatkan daya tarik kota dan menciptakan suasana yang dinamis. Hal ini berkontribusi pada citra positif kota di mata pengunjung dan penduduk, yang pada gilirannya dapat mendukung perkembangan ekonomi lokal.

Dari hasil penelitian dapat ditarik pemahaman bahwa pada prinsipnya yang terpenting daripada strategi untuk peningkatan PAD melalui pajak reklame yaitu bagaimana membuat pihak perusahaan atau lainnya untuk menggunakan jasa iklan melalui pajak reklame. Dan tentu hal ini perlu ada sosialisasi dan tawaran lebih lanjut.

Perumusan kebijakan yang tepat

Perumusan kebijakan yang mantap merupakan aspek kunci dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan serta dalam pelaksanaan strategi yang telah direncanakan. Berikut adalah uraian dan penjabaran terkait perumusan kebijakan dalam konteks pajak reklame di Kota Palembang:

1. Keterhubungan Kebijakan dengan Tujuan dan Strategi

Perumusan kebijakan harus dapat menjembatani tujuan yang hendak dicapai dengan usaha pelaksanaan kegiatan operasional. Artinya, kebijakan yang ditetapkan harus mampu mengarahkan dan memfasilitasi pelaksanaan strategi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kebijakan ini harus mengatur dengan jelas apa yang perlu dilakukan, bagaimana caranya, serta siapa yang bertanggung jawab untuk melaksanakannya.

2. Kebijakan Pajak Reklame di Kota Palembang

a. Peraturan Walikota Palembang Nomor 18 Tahun 2011

Peraturan ini mengatur tentang persyaratan, mekanisme, dan prosedur tetap dalam pemungutan pajak reklame. Kebijakan ini bertujuan untuk:

- 1) **Menetapkan Standar Prosedur:** Menyediakan pedoman yang jelas mengenai bagaimana pajak reklame harus dipungut, termasuk persyaratan teknis, administratif, dan mekanisme pelaksanaan.
- 2) **Meningkatkan Kepatuhan:** Menjamin bahwa semua pihak yang terlibat dalam pemasangan reklame mengikuti aturan yang telah ditetapkan, sehingga proses pemungutan pajak menjadi lebih efisien dan transparan.
- 3) **Mempermudah Pelaksanaan:** Menyederhanakan prosedur pemungutan pajak untuk mempermudah implementasi dan pengawasan oleh aparat pemerintah.

b. Peraturan Daerah Kota Palembang Nomor 8 Tahun 2004

Peraturan ini berfokus pada pembinaan dan retribusi penyelenggaraan reklame, dengan tujuan untuk:

- 1) **Mengatur Retribusi:** Menetapkan tarif dan ketentuan mengenai retribusi yang harus dibayar oleh pemilik reklame. Ini membantu dalam memastikan bahwa pajak reklame dapat berkontribusi secara signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD).
- 2) **Pembinaan:** Mengatur mekanisme pembinaan terhadap penyelenggaraan reklame, termasuk pengawasan dan penilaian terhadap kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku.

3. Penilaian Kebijakan

Menurut penilaian yang ada, kebijakan yang telah ditetapkan oleh Pemerintah Kota Palembang, termasuk peraturan daerah dan peraturan walikota, sudah cukup baik. Kebijakan tersebut mencakup:

- a. **Jumlah Pungutan:** Aturan yang jelas tentang jumlah pajak yang harus dibayar.
- b. **Petugas Pungutan:** Pengaturan mengenai siapa yang bertanggung jawab dalam pemungutan pajak, memastikan ada kejelasan dalam peran dan tanggung jawab.

4. Fungsi dan Manfaat Kebijakan

Kebijakan, dalam bentuk peraturan daerah (perda) dan peraturan walikota (perwako), berfungsi sebagai pedoman dan aturan main dalam pemungutan pajak reklame. Dengan adanya kebijakan yang baik, diharapkan:

- a. **Proses Pemungutan Pajak Lebih Efektif:** Dengan pedoman yang jelas, proses pemungutan pajak reklame menjadi lebih terstruktur dan efisien.
- b. **Peningkatan PAD:** Kebijakan yang baik diharapkan dapat meningkatkan pendapatan asli daerah dari sektor pajak reklame, yang pada gilirannya mendukung pembangunan dan pelayanan publik di Kota Palembang.
- c. **Kepatuhan yang Lebih Baik:** Dengan adanya aturan yang jelas dan terperinci, diharapkan tingkat kepatuhan dari pihak-pihak yang terlibat dalam pemasangan reklame akan meningkat.

Perumusan kebijakan yang mantap, termasuk peraturan daerah dan peraturan walikota tentang pajak reklame, merupakan komponen krusial dalam mencapai tujuan peningkatan PAD dan pengelolaan reklame yang efektif. Dengan kebijakan yang telah ada, Pemerintah Kota Palembang diharapkan dapat meningkatkan efektivitas pemungutan pajak reklame, memperbaiki kepatuhan, dan mengoptimalkan pendapatan daerah. Kebijakan ini juga bertujuan untuk menciptakan sistem yang transparan, adil, dan efisien dalam pengelolaan reklame di kota tersebut.

Perencanaan Matang

Sebagaimana di uraikan sebelumnya bahwa ada beberapa indikator yang menyebabkan Penurunan kontribusi Pajak reklame terhadap PAD diantaranya, masih lemahnya sistem hukum, administrasi pendapatan daerah, dan kelemahan aparatur dalam mengelola PAD, yaitu kurangnya sosialisasi pemerintah daerah kepada masyarakat tentang pajak reklame contoh pemasangan pajak reklame tidak beraturan dan semerautan, kurangnya pengawasan dari aparatur pemerintah kota dalam rangka pengelolaannya, contohnya adanya pemasangan reklame tanpa izin dan banyaknya reklame politik, reklame yang illegal dan tidak tertata dengan rapi sehingga dapat merusak pemandangan kota. Untuk mengatasi masalah tersebut selain daripada kebijakan yang tepat juga harus ada perencanaan yang matang.

Dari hasil penelitian menegaskan bahwa persoalan pajak reklame ini berhubungan dengan banyak pihak terkait dan ada aturan-aturan yang mesti di ikuti, tujuannya jelas agar hasil dari pajak reklame ini bisa maksimal dan berkontribusi langsung ke PAD Kota Palembang.

Penyusunan Program Yang Tepat

Penyusunan program yang tepat suatu rencana yang baik masih perlu dijabarkan dalam program-program pelaksanaan yang tepat sebab apabila tidak, para pelaksana akan kurang memiliki pedoman bertindak dan bekerja. Persoalan Pedonan tentu Badan Pengelola Pajak sudah ada Pedoman tersendiri. Pedoman dalam hal ini bisa dikatakan sebagai SOP pelayanan.

Tersedianya Sarana Dan Prasarana

Pelaksanaan yang efektif dan efisien, bagaimanapun baiknya suatu program apabila tidak dilaksanakan secara efektif dan efisien maka organisasi tersebut tidak akan mencapai sasarannya, karena dengan pelaksanaan organisasi semakin didekat kanpada tujuannya. Penyusunan program yang di lakukan Badan Pengelola Pajak diantaranya membuat sebuah aturan dalam pemungutan pajak yang lebih bisa mempermudah bagi pihak-pihak yang mau menggunakan iklan reklame, kemudian dalam proses pemungutan juga harus ada inovasi atau alat yang mempermudah pemungutan pajak, seperti pajak hotel yang sudah menggunakan E-Tax. Namun untuk reklame sendiri belum ada alat tersebut.

Dari data dan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa adanya alat atau aplikasi E-Tax bisa melakukan pekerjaan yang lebih efektif dan efisien, bukan hanya persoalan pada pengawasan saja, akan tetapi lebih mempermudah pekerjaan yang lebih efektif. Namun itu untuk pajak hotel dan restoran sedangkan reklame belum ada, amak kedepannya tentu harus ada semacam inovasi yang sama untuk mempermudah pemungutan pajak.

Sistem Pengawasan dan Pengendalian

Adanya perda yang baru dimana apabila ada reklame yang tidak berizin dan ketahuan siapa orangnya maka wajib orang tersebut membayar pajak meskipun tidak memiliki izin dan dihitung berdasarkan tayangnya reklame. Bisa dicermati bahwa tidak tercapainya target yang ditetapkan dari pajak reklame karena adanya wajib pajak yang tidak patuh untuk membayar pajaknya. Dengan segala bentuk cara yang sedang ataupun telah dilakukanya BPPD Kota Palembang, diharapkan untuk periode selanjutnya penerimaan pajak reklame dapat tercapai bahkan atau melebihi target penerimaan pajak reklamenya. Maka dari itupun harus adanya kerja sama antara masyarakat dan petugas yaitu bagi masyarakat dengan cara melakukan pembayaran pajak sesuai dengan waktu yang tertera, memasang reklame dengan izin pendirian yang sudah disepakati, sehingga petugas pun akan mudah sekali dalam proses olah data penerimaan pajak reklamenya karena masyarakatnya yang taat dan patuh terhadap aturan yang ada.

Faktor Pendukung

Tersedianya peraturan walikota Palembang nomor 18 tahun 2011 tentang persyaratan, mekanisme dan prosedur tetap pemungutan pajak reklame kemudian Peraturan Daerah Kota Palembang Nomor 8 Tahun 2004 Tentang Pembinaan Dan Retribusi Penyelenggaraan Reklame. Visi dan misi beserta strategi Kebijakan Disependa di atas akan sangat mendukung upaya peningkatan kontribusi pajak reklame terhadap PAD Kota Palembang. Dari hasil penelitian adapat ditarik sebuah pemahaman bahwa sektor reklame di Kota Palembang bisa meningkatkan pendapatannya dan bisa memberikan kontribusi yang maksimal ke PAD, jika dalam pelaksanaan setiap kebijakan yang sudah ditentukan bisa dilaksanakan dengan baik.

Faktor Penghambat

Dalam melaksanakan pemungutan pajak reklame Badan Pengelolaan Pajak Daerah Kota Palembang juga mengalami hambatan dalam proses pemungutannya. Adapun hambatan – hambatan ini dipengaruhi oleh paktor internal dan eksternal. Hambatan dalam faktor internal misalnya, kurangnya penerapan sanksi bagi penunggak- penunggak reklame yang baru tampil tanpa pengetahuan petugas, dan kurangnya sosialisasi dari Badan Pengelolaan Pajak Daerah sehingga masyarakat banyak yang kurang tahu tentang adanya peraturan daerah tentang pajak reklame. Sedangkan dalam faktor eksternal misalnya, rendahnya kesadaran masyarakat untuk membayar pajak atau mereka cenderung untuk menghindar dan berbuat tidak jujur dalam melaporkan hasil pemasangan reklame serta wajib pajak berdomisili di luar wilayah kota Palembang. Dari hambatan diatas harus dicari jalan keluarnya dengan upaya – upaya yang dilakukan Badan Pengelolaan Pajak Daerah agar pemungutan dan pelaksanaan pajak dapat berjalan dengan baik. Dengan demikian pajak reklame diharapkan mampu memaksimalkan potensinya untuk meningkatkan kemandirian serta meningkatkan daerah dalam pembiayaan keuangan daerah yang mampu mendorong pemerintah daerah untuk meningkatkan pembangunan perekonomian yang dapat mensukseskan kemajuan daerah dan mengokohkan pondasi pembangunan nasional.

5. KESIMPULAN

Efektivitas Pajak Reklame di Kota Palembang

Keseluruhan hasil penelitian pengelolaan pajak reklame sebagai upaya peningkatan PAD yang ada di Kota Palembang, pada dasarnya sudah berusaha di kelola dengan baik. Akan tetapi memang ada beberapa masalah dimana kurangnya pengawasan dan peran serta masyarakat disertai dengan reklame-reklame ilegal yang masih banyak terjadi serta tidak berjalannya implementasi perda dengan baik, maka dari itu PAD dari pajak reklame belum maksimal.

Faktor Pendukung Dan Penghambat

Faktor pendukung dalam penelitian ini yaitu tersedianya peraturan walikota Palembang nomor 18 tahun 2011 tentang persyaratan, mekanisme dan prosedur tetap pemungutan pajak reklame kemudian Peraturan Daerah Kota Palembang Nomor 8 Tahun 2004 Tentang Pembinaan Dan Retribusi Penyelenggaraan Reklame. Selain itu juga di dukung oleh visi, misi dan rencana strategis Badan Pengelola Pajak, Visi:Terwujudnya Pengelolaan Pendapatan Daerah yang Profesional untuk Mendukung Pelaksanaan Pembangunan Daerah yang Mandiri dan Sejahtera. Dua hal itulah yang mendukung keefektivan kontribusi pajak reklame. Faktor penghambat dipengaruhi faktor internal dan eksternal. Hambatan dalam faktor internal misalnya, kurangnya penerapan sanksi bagi penunggak- penunggak reklame yang baru tampil tanpa pengetahuan petugas, dan kurangnya sosialisasi dari Badan Pengelolaan Pajak Daerah sehingga masyarakat banyak yang kurang tahu tentang adanya peraturan daerah tentang pajak reklame. Sedangkan dalam faktor eksternal misalnya, rendahnya kesadaran masyarakat untuk membayar pajak atau mereka cenderung untuk menghindar dan berbuat tidak jujur dalam melaporkan hasil pemasangan reklame serta wajib pajak berdomisili di luar wilayah kota Palembang

DAFTAR PUSTAKA

- Afifuddin, B., & Saebani, B. A. (2009). *Metodologi penelitian kualitatif*. Pustaka Setia.
- Bambang, H. (2005). *Strategi manajemen*. Bayumedia Publishing.
- Basrowi, & Suwandi. (2008). *Memahami penelitian kualitatif*. Rineka Cipta.
- Diana, A. (2009). *Pepajakan Indonesia: Konsep, aplikasi, dan penuntun praktis*. Andi Offset.
- Djajadiningrat. (2011). *Perpajakan Indonesia*. Salemba Empat.
- Feldman, R. D. (2008). *Human development (Psikologi perkembangan)*. Kencana.
- Hamel, G., & Prahalad, C. K. (2006). *Kompetisi masa depan*. Bina Rupa Aksara.
- Ilyas, W. B. (2008). *Hukum pajak* (Edisi 4). Salemba Empat.
- Mardiasmo, & Soemitro, R. (2009). *Perpajakan* (Edisi revisi). Andi.
- Moleong, L. J. (2009). *Metode penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Nawawi, H. (2005). *Manajemen sumber daya manusia untuk bisnis yang kompetitif* (Cetakan ke-4). Gadjah Mada University Press.
- Pemerintah Kota Palembang. (2010). *Perda Kota Palembang No. 11 Tahun 2010 tentang Pajak*.

- Pemerintah Kota Palembang. (2011). *Perwako No. 37 Tahun 2011 tentang Pajak Hotel*.
- Rangkuti, F. (2006). *Teknik mengukur dan strategi meningkatkan kepuasan pelanggan*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Resmi, S. (2009). *Perpajakan: Teori dan kasus*. Salemba Empat.
- Robinson, R. (2013). *Manajemen strategis: Formulasi, implementasi, dan pengendalian*. Salemba Empat.
- Rosdiana, H. (2005). *Perpajakan: Teori dan aplikasi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Siagian, S. (2011). *Manajemen strategik* (Cetakan ke-7). PT Bumi Aksara.
- Siahaan, M. P. (2005). *Pajak daerah dan retribusi daerah*. PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian bisnis (Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.