

## **TINJAUAN TENTANG KONTRIBUSI PAJAK REKLAME DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD) KOTA SAMARINDA**

**Andri Fathian Noor<sup>1</sup>**

### ***Abstrak***

*Dalam membiayai pembangunan tersebut salah satu upaya Pemerintah daerah kota Samarinda melalui Dinas Pendapatan Daerah melakukan usaha-usaha peningkatan pajak reklame secara optimal untuk mengisi kas daerah yang membiayai pembangunan. Pajak reklame sebagai salah satu sumber pendapatan asli daerah mempunyai potensi baik, yang dapat dilihat dari daftar penerimaan pajak reklame yang dari tahun ke tahun mengalami kenaikan maupun penurunan. Hal ini menunjukkan kontribusi pajak reklame dalam meningkatkan pendapatan asli daerah memberikan kontribusi yang positif dalam pembiayaan penyelenggaraan pemerintah.*

*Adapun faktor penghambat dalam proses pencapaian pajak reklame salah satunya adalah minimnya sarana dan prasarana maupun petugas lapangan. Sedangkan faktor pendukungnya adalah letak kota Samarinda yang sangat strategis sebagai sarana bisnis dan usaha sehingga pengguna jasa reklame semakin bertambah. Selain itu adapun salah satu upaya yang dilakukan Dispenda dalam meningkatkan pendapatan pajak reklame adalah membentuk tim khusus monitoring dan pengawasan reklame, hal ini dilakukan agar pemasukan dari sektor pajak reklame dapat terkontrol dan telaksana dengan baik.*

***Kata kunci: Kontribusi, Pajak Reklame, Pendapatan Asli Daerah (PAD)***

### **Pendahuluan**

Pada era otonomi daerah, pembangunan adalah suatu proses kegiatan yang dilakukan dalam rangka pengembangan atau mengadakan perubahan-perubahan ke arah keadaan yang lebih baik. Pembangunan yang ingin dicapai kota Samarinda adalah mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur yang merata baik materiil maupun spiritual berdasarkan Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945. Pembangunan yang menitik beratkan pada bidang ekonomi menuntut pemerintah agar mempersiapkan dana dalam jumlah yang besar. Besarnya pengeluaran dalam pembangunan bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu pembangunan adalah kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat. Maka untuk itu perlu memperhatikan masalah pembiayaan pembangunan. Pembangunan dapat berhasil apabila ada sumber dana yang mendukung. Salah satu sumber pembiayaan yang

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program S1 Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: myprince.andri@live.com

mendukung adalah sumber pembiayaan yang dikenal dengan istilah PAD (Pendapatan Asli Daerah).

Pentingnya PAD dalam menunjang pendapatan yang digunakan untuk membiayai berbagai kegiatan Pemerintah Kota Samarinda sangat disadari oleh pemerintah kota. PAD adalah penerimaan yang diperoleh daerah dari sumber-sumber dalam wilayahnya yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku. Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 pasal 157 tentang pemerintah daerah, menyebutkan sumber-sumber pendapatan asli daerah adalah meliputi: (1) Hasil pajak daerah, (2) Hasil retribusi daerah, (3) Hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan dan (4) Lain-lain PAD yang sah.

Tabel  
Penerimaan Pendapatan Asli Daerah Kota Per Jenis Pendapatan Kota Samarinda Tahun 2007-2010

Jenis Pendapatan	2007 (Rp)	2008 (Rp)	2009 (Rp)	2010 (Rp)
Pajak Daerah	35.314.595.749,00	43.254.460.056,97	49.307.075.049,39	59.092.826.184,73
Retribusi Daerah	26.049.511.689,15	35.608.983.973,26	44.316.466.397,83	50.704.187.234,19
Pengelolaan Kekayaan Daerah yang dipisahkan	3.753.502.921,33	3.557.247.187,32	9.363.235.104,04	6.389.977.003,30
Lain – lain Pendapatan yang Sah	42.067.459.636,84	25.469.326.643,59	13.184.846.889,50	10.688.110.313,44
Jumlah PAD	107.185.069.996,3	108.290.017.861,14	116.171.623.440,76	126.875.101.313,44

Sumber: Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda tahun 2012

Dengan melihat tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa pajak daerah menduduki urutan pertama tiap tahunnya kecuali pada tahun 2007 pajak daerah menduduki urutan kedua. Upaya peningkatan pendapatan asli daerah dapat dilakukan dengan cara meningkatkan terhadap sumber daya yang sudah ada, salah satunya adalah pajak daerah. Peranan pajak sangatlah penting bagi penerimaan kas negara oleh karena itu pemerintah terus berusaha meningkatkan dan menggali setiap potensi yang ada. Oleh karena itu sumbangan pajak daerah sangat berperan terhadap pendapatan asli daerah yang salah satu jenis pajak daerah tersebut adalah pajak reklame. Berikut adalah data target dan realisasi pajak reklame dari tahun 2007 sampai dengan tahun 2010.

Tabel  
Target dan Realisasi Pajak Reklame pada Tahun 2007-2010

Tahun Anggaran	Target	Realisasi	Persentase (%)
2007	3.000.000.000,00	2.958.393.061,00	98,61
2008	3.550.000.000,00	3.304.729.501,00	93,09
2009	3.550.000.000,00	3.318.797.677,00	93,49
2010	3.650.000.000,00	3.175.539.559,00	87,00

Sumber: Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda tahun 2012

Data pada tabel menunjukkan bahwa di kota Samarinda, rata-rata rasio penerimaan pajak reklame pada tahun 2007, 2008, dan 2009 mengalami peningkatan tetapi pada tahun 2010 cenderung menurun. Sebagaimana telah diketahui pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame yaitu benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau yang dapat dilihat, dibaca dan/atau didengar dari suatu tempat umum, kecuali yang dilakukan oleh pemerintah.

Hal-hal mengenai pajak reklame di kota Samarinda telah diatur dalam peraturan daerah kota Samarinda nomor 7 tahun 2006 tentang pajak reklame. Artikel ini akan melihat tinjauan tentang kontribusi pajak reklame dalam meningkatkan pendapatan asli daerah kota Samarinda, selain juga faktor pendukung dan penghambat dalam peningkatan pajak reklame di Kota Samarinda.

## Kerangka Dasar Teori

### Pendapatan Asli Daerah

Menurut Darise (2007:12) menyatakan bahwa Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan suatu pendapatan yang menunjukkan kemampuan suatu daerah dalam menghimpun sumber-sumber dana untuk membiayai pengeluaran rutin. Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 pasal 157 tentang Pemerintah daerah, menyebutkan sumber-sumber Pendapatan Asli Daerah adalah meliputi:

- a. Hasil Pajak Daerah
- b. Hasil Retribusi Daerah
- c. Hasil Pengelolaan Kekayaan daerah yang dipisahkan
- d. Lain-lain PAD yang sah

### Pajak Daerah

Menurut Undang- Undang No. 28 Tahun 2009 tentang pajak daerah dan retribusi daerah, yang dimaksud dengan pajak daerah yang selanjutnya disebut pajak, adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan Daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Pajak daerah ini terdiri atas:

- a. Pajak Daerah tingkat I (Propinsi)
- b. Pajak Daerah tingkat II (Kabupaten/Kota)

Pajak daerah merupakan pajak yang dikelola oleh pemerintah daerah, baik provinsi maupun kabupaten/kota yang berguna untuk menunjang penerimaan pendapatan asli daerah dan hasil penerimaan tersebut masuk dalam APBD. Salah satu pajak daerah yang akan dibahas lebih lanjut adalah pajak reklame.

### **Pajak Reklame**

Pajak reklame dipungut berdasarkan Peraturan Daerah Kota Samarinda Nomor 7 Tahun 2006, dengan persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kota Samarinda Tentang Pajak Reklame dalam wilayah Kota Samarinda. Menurut Peraturan Daerah Kota Samarinda Nomor 7 Tahun 2006 Pasal 1 ayat (11) Pajak Reklame adalah pungutan daerah atas penyelenggaraan reklame. Kemudian pada ayat (12) Reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, digunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan, dan memujikan suatu barang, jasa, atau orang, ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa, atau orang, yang ditempatkan atau yang dapat dilihat, dibaca, dan atau didengar dari suatu tempat atau umum, kecuali yang dilakukan oleh pemerintah.

Menurut Peraturan Daerah Kota Samarinda Nomor 7 Tahun 2006 Pasal 1 ayat (13) Penyelenggara reklame adalah perorangan atau badan hukum yang menyelenggarakan reklame baik untuk dan atas namanya sendiri atau untuk atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya. Panggung/Lokasi reklame adalah suatu sarana atau tempat pemasangan reklame yang ditetapkan untuk satu atau beberapa buah reklame. Surat Permohonan Penyelenggaraan Reklame yang selanjutnya disingkat SPPR adalah surat yang digunakan oleh wajib pajak untuk mengajukan permohonan penyelenggaraan reklame dan mendaftarkan identitas pemilik data reklame sebagai dasar perhitungan pajak yang terhutang.

Menurut Peraturan Daerah Kota Samarinda Nomor 7 Tahun 2006 Pasal 4, Subjek Pajak adalah orang pribadi atau usaha badan hukum yang menyelenggarakan atau memasang reklame. Wajib Pajak adalah orang pribadi atau usaha badan hukum yang menyelenggarakan reklame.

Menurut Peraturan Daerah Kota Samarinda Nomor 7 Tahun 2006 Pasal 5, Dasar pengenaan pajak reklame adalah nilai sewa reklame (NSR), yaitu nilai yang ditetapkan sebagai dasar perhitungan penetapan besarnya pajak reklame. NSR diperhitungkan dengan memperhatikan penempatan, jenis, jangka waktu penyelenggaraan, dan ukuran media reklame. NSR dihitung berdasarkan:

- a. Besarnya biaya pemasangan reklame.
- b. Besarnya biaya pemeliharaan reklame.
- c. Lama pemasangan reklame.
- d. Nilai strategis lokasi.
- e. Jenis reklame.

### **Jenis – jenis Reklame**

Menurut Peraturan Daerah Kota Samarinda Nomor 7 Tahun 2006 Pasal 2, Objek Pajak adalah penyelenggaraan reklame yang meliputi:

- a. Reklame papan/billboard
- b. Reklame megatron/videotron/Large Electronic Display (LED)
- c. Reklame kain
- d. Reklame melekat (sticker)
- e. Reklame selebaran
- f. Reklame berjalan
- g. Reklame udara
- h. Reklame suara
- i. Reklame film atau slide
- j. Reklame peragaan

Menurut Peraturan Daerah Kota Samarinda Nomor 7 Tahun 2006 Pasal 3 dikecualikan dari objek pajak adalah :

- a. Penyelenggaraan reklame oleh Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah.
- b. Penyelenggaraan reklame melalui Televisi, Radio, Warta Harian.
- c. Penyelenggaraan reklame lainnya yang ditetapkan oleh Kepala Daerah.
- d. Nama pengenal usaha atau propesi yang dipasang melekat pada bangunan tempat usaha atau propesi diselenggarakan.

### **Metode Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, dimana penelitian ini bertujuan untuk membuat deskriptif, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta, keadaan, variable dan sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki ketika penelitian berlangsung dan menyajikannya apa adanya. Peneliti akan melakukan pengambilan data dari informan, melalui *Teknik Purposive Sampling*, yaitu menentukan informan dengan melakukan pertimbangan tertentu yang dapat memberikan data secara maksimal.

Teknik ini digunakan didasarkan atas pertimbangan-pertimbangan bahwa informan yang ditetapkan memiliki kompetensi, pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang penulis ajukan berkaitan dengan fokus dari penelitian ini. Dalam penelitian ini yang menjadi *key* adalah kepala dinas Pendapatan Daerah kota Samarinda, sedangkan *informan* adalah staf dinas Pendapatan Daerah kota Samarinda dan masyarakat penyelenggara reklame.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah penelitian kepustakaan (*Library Research*), penulis menggunakan perpustakaan sebagai tempat untuk memperoleh teori-teori dasar dan konsep-konsep dari beberapa literatur yang ada dan penelitian lapangan (*Field Work Research*), dalam penelitian lapangan ini penulis menggunakan cara-cara sebagai berikut:

- a. Observasi

- b. Wawancara
- c. Penelitian dokumentasi

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis data Model Interaktif yang dikembangkan oleh Milles dan Huberman (2007: 15-21). Adapun penjelasan dari gambar analisis data Model Interaktif diatas yang dikembangkan oleh Milles dan Huberman, adalah sebagai berikut :

- a. Pengumpulan data
- b. Reduksi data atau Penyederhanaan data
- c. Penyajian data
- d. Penarikan kesimpulan

### Hasil Penelitian dan Pembahasan

Meninjau mengenai pajak reklame dimana pajak ini merupakan salah satu sumber penerimaan daerah yang cukup berperan bagi pelaksanaan pembangunan yaitu sebagai salah satu pengamalan pancasila yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat. Dibentuknya pajak reklame ini adalah untuk memanfaatkan dan menggali sumber-sumber pendapatan asli daerah, dalam rangka membiayai pelaksanaan kegiatan pemerintahan dalam bentuk pembangunan daerah dan retribusi daerah, khususnya di kota Samarinda guna mewujudkan pelaksanaan otonomi daerah yang nyata, dinamis dan bertanggung jawab. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan berikut ini adalah proses dan prosedur perijinan pajak reklame di kota Samarinda. Proses dan prosedur perijinan pajak reklame berikut ini terbagi dua yaitu pemasangan reklame yang menggunakan konstruksi bangunan panggung reklame dan tidak menggunakan konstruksi bangunan panggung reklame.

Berdasarkan peninjauan yang penulis lakukan untuk mengetahui bagaimana kontribusi pajak reklame dalam meningkatkan pendapatan asli daerah kota Samarinda dapat dilihat melalui penerimaan pajak reklame dan pendapatan asli daerah. Seperti terlihat pada tabel berikut ini.

Tabel  
Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Kota Samarinda  
Tahun Anggaran 2007-2010

Tahun Anggaran	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	Persentase (%)
2007	3.000.000.000,00	2.958.393.061,00	98,61
2008	3.550.000.000,00	3.304.729.501,00	93,09
2009	3.550.000.000,00	3.318.797.677,00	93,49
2010	3.650.000.000,00	3.175.539.559,00	87,00

Sumber : Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda (Tahun 2012)

Dari tabel dapat diketahui bahwa penerimaan pajak reklame dari tahun anggaran 2007 sampai dengan 2009 terus mengalami kenaikan yang berbeda-beda pada tahun 2010 mengalami penurunan. Kenaikan penerimaan pajak reklame terbesar terjadi pada tahun 2009 yang mengalami kenaikan sebesar Rp

3.318.797.677,00 dengan persentase sebesar 93.49%. Namun penerimaan yang mengalami peningkatan ini tidak sebanding dengan target yang ingin dicapai di setiap tahunnya dalam kurun waktu 2007-2010.

Berdasarkan hasil wawancara, Danny menyebutkan bahwa tidak tercapainya target penerimaan pajak reklame disebabkan minimnya pengelolaan reklame serta adanya dugaan kesengajaan pelanggaran atas peraturan daerah tentang reklame, dimana nilai kontrak yang tidak diketahui oleh pemkot karena tidak dilaporkannya. Hal ini sesuai dengan penilaian yang dilakukan oleh Devis, dkk (1989), bahwa sebagian pemerintah daerah tingkat II (sekarang Kabupaten/Kota) menarik pajak atas benda papan reklame di daerah.

Dalam hal ini diketahui adalah pendapatan asli daerah kota Samarinda. Untuk lebih jelas mengenai perkembangan Pendapatan Asli Daerah kota Samarinda dari tahun anggaran 2007 sampai dengan 2010 maka peneliti menyajikan dalam tabel sebagai berikut.

Tabel  
Perkembangan Pendapatan Asli Daerah Kota Samarinda dari Tahun Anggaran 2007-2010

Tahun Anggaran	Pendapatan Asli Daerah (PAD)
2007	107.185.069.996,32
2008	108.290.017.861,14
2009	116.171.623.440,76
2010	126.875.101.313,44

Sumber : Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda (Tahun 2012)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa perkembangan realisasi pendapatan asli daerah kota Samarinda mengalami peningkatan yang sangat baik. Perkembangan realisasi penerimaan pendapatan asli daerah kota Samarinda pada tahun 2007 sampai dengan tahun 2010 mengalami peningkatan yang sangat signifikan dari Rp. 107.185.069.996,32 sampai dengan Rp. 126.875.101.313,44.

Berdasarkan dari data yang diperoleh mengenai penerimaan pajak reklame pada tahun anggaran 2007 sampai dengan 2010 dan pendapatan asli daerah kota Samarinda pada tahun anggaran 2007 sampai dengan 2010, maka kita dapat mengetahui besarnya kontribusi yang dihasilkan dari pajak reklame dalam meningkatkan pendapatan asli daerah kota Samarinda, seperti terlihat pada tabel dibawah ini.

Tabel  
Kontribusi Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Samarinda tahun 2007-2010

Tahun	Pajak Reklame (Rp)	PAD (Rp)	Persentase (%)
2007	2.958.393.061,00	107.185.069.996,32	2,76
2008	3.304.729.501,00	108.290.017.861,14	3,05

## Kontribusi Pajak Reklame dalam Meningkatkan PAD Samarinda (Andri F.Noor)

2009	3.318.797.677,00	116.171.623.440,76	2,86
2010	3.175.539.559,00	126.875.101.313,44	2,50

Sumber : Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda (Tahun 2012)

Dapat dilihat pada data tabel diatas dapat dilihat pajak reklame pada tahun 2007 memberikan kontribusi sebesar 2,76% pada pendapatan asli daerah kota Samarinda. Ditahun 2008, persentase kontribusi pajak reklame mengalami peningkatan yaitu sebesar 3,05% pada pencapaian pendapatan asli daerah kota Samarinda sebesar Rp. 108.290.017.861,14. Sedangkan pada tahun 2009, kontribusi pajak reklame pada pendapatan asli daerah kota Samarinda mengalami penurunan dengan persentase 2,86%, berdasarkan hasil wawancara penurunan ini dikarenakan minimnya pengelolaan pajak reklame. Begitupun yang terjadi pada tahun 2010, kontribusi pajak reklame mengalami penurunan dengan persentase sebesar 2,50%, dikarenakan adanya dugaan kesengajaan pelanggaran atas peraturan daerah tentang reklame yaitu banyaknya reklame liar.

Menurut Aji Danny sebagai Kasi Penetapan Dinas Pendapatan Dearah Kota Samarinda:

“Kita dapat melihat dari persentase, pajak reklame dalam meningkatkan pendapatan asli daerah mempunyai kontribusi yang baik, walaupun mengalami peningkatan dan penurunan dapat dilihat dari hasil perhitungan tahun 2007 sampai 2010. Dari hasil persentase pajak reklame sangat bervariasi tetapi tetap memberikan kontribusi yang positif dalam meningkatkan pendapatan asli daerah. Selain itu, pajak reklame ini merupakan salah satu pajak daerah yang sangat diperhatikan karena melalui reklame dapat mempromosikan atau memperkenalkan suatu produk. Dimana visi dari kota samarinda adalah menjadikan Samarinda sebagai kota perdagangan dan industri yang maju sehingga berdampak positif terhadap pembangunan dan kesejahteraan rakyat” (Wawancara tanggal 22 Februari 2012 di Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda)

Menurut Nick Devis dalam bukunya “Keuangan pemerintah daerah di Indonesia” (1989) menjelaskan bahwa agar dapat melakukan berbagai tugas yang dipikulkan kepadanya, pemerintah daerah membutuhkan dana, ini berarti pemerintah daerah mempunyai wewenang untuk mengenakan pajak pada penduduk setempat, menempatkan pungutan atas pelayanan yang disediakan, mendirikan perusahaan daerah yang dapat memberinya sumber dana untuk membiayai pembangunan jangka panjang dan menerima bantuan dari pemerintah pusat dalam hal sumber dana daerah tidak mampu untuk memenuhi kebutuhan penyelenggaraan daerah.

Hal ini sejalan dengan penjelasan pokok-pokok pemerintahan di daerah yang menyatakan bahwa agar daerah dapat mengurus rumah tangganya sendiri dengan sebaik-baiknya, maka kepadanya perlu diberikan sumber-sumber keuangan sendiri berdasarkan perundang-undangan yang berlaku.

Dilihat dari perbandingan antara pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah menunjukkan bahwa pajak reklame adalah salah satu unsur pendapatan daerah yang kontribusinya cukup berperan dalam proses pergerakan pembangunan kota yang diwujudkan untuk kepentingan pembangunan, rehabilitasi prasarana daerah dan kesejahteraan rakyat dalam rangka meningkatkan pendapatan asli daerah kota Samarinda.

Dinas Pendapatan Daerah kota Samarinda dalam rangka meningkatkan pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah diharapkan dapat memfokuskan perhatiannya serta melakukan koreksi, mengkaji sektor pajak apakah ada kendala atau penghambat serta hal-hal yang mendukung dalam penerimaan pajak reklame. Untuk mengetahui faktor penghambat dan pendukung ataupun upaya, maka peneliti melakukan wawancara dengan pihak terkait mengenai proses dan prosedur perijinan pajak reklame sehingga dapat diketahui faktor penghambat dan upaya serta faktor pendukung yang dihadapi dalam pelaksanaan penyelenggaraan maupun pemungutan pajak reklame untuk pencapaian target realisasi penerimaan pajak reklame dalam rangka meningkatkan pendapatan asli daerah kota Samarinda.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti dapat diketahui yang menjadi kendala ataupun penghambat dalam proses pelaksanaan penyelenggaraan reklame maupun dalam hal pemungutan pajak reklame antara lain, adanya masa pajak yang telah habis dan izin sewanya sudah mati tetapi tidak memperpanjang sewanya; kurangnya petugas lapangan yang membuat upaya inventarisasi reklame menjadi lemah karena masih mengandalkan pengusaha atau pemasang reklame yang melapor; kurangnya petugas sehingga hanya mampu menindak sebagian pelanggaran dari total seluruh pelanggaran reklame yang ada; alamat wajib pajak terkadang tidak tertera dengan jelas seperti tidak ada pemberitahuan mengenai pindah alamat dari penyelenggara reklame.

Oleh karena itu, Dispenda kota Samarinda dituntut agar dapat menjalankan fungsinya secara total, yakni sebagai fungsi manajemen dan kordinator bagi seluruh sektor pungutan pajak, baik dari pungutan reklame maupun sumber pendapatan daerah lainnya. Agar dalam pelaksanaan pemantauan atau pungutan pajak dapat terorganisir dengan baik, sehingga pelayanan yang diberikan kepada masyarakat dapat berjalan dengan baik dan dapat mempengaruhi peningkatan pendapatan daerah yang dihasilkan.

Maka dengan adanya kendala, dinas terkait penyelenggaraan reklame melakukan upaya-upaya yang ditempuh untuk mendukung pelaksanaan penyelenggaraan reklame dalam meningkatkan pendapatan pajak reklame berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan antara lain, adanya bantuan dari pemerintah kota untuk membentuk tim khusus monitoring dan pengawasan reklame sehingga kinerja dinas pendapatan terbantuan dan melakukan pemeriksaan, pengawasan lebih ketat.

Selain itu juga, memberikan pengarahannya mengenai arti pentingnya membayar pajak reklame kepada masyarakat, khususnya bagi pengusaha dan pedagang pada saat hendak melakukan permohonan ijin reklame.

Adapun faktor yang mendukung untuk meningkatkan pendapatan asli daerah berdasarkan hasil wawancara yang peneliti telah lakukan antara lain, data tentang objek pajak reklame sudah cukup tersedia dengan baik, hal ini didukung karena adanya kerjasama yang baik antara unit-unit kerja pemungut dengan dinas pendapatan daerah kota Samarinda. Kinerja dari dinas-dinas pemungut dikoordinasi oleh Dinas pendapatan daerah untuk meningkatkan kinerja aparat pemungut pajak reklame terbina dengan baik melalui berbagai pembekalan dan juga orientasi lapangan. Meningkatnya kemampuan aparat pelaksana, juru pungut, bendahara penerima dalam upaya peningkatan penerimaan pendapatan asli daerah, dapat dilihat melalui pelatihan maupun bimbingan teknis dalam meningkatkan serta menggali sumber pendapatan daerah. Hubungan kerja yang paling intensif dilingkungan organisasi adalah antara pemimpin dengan para pekerja yang adadibawahnya. Hubungan kerja akan semakin penting artinya dalam usaha organisasi mewujudkan eksistensinya dilingkungan tugas yang lebih luas dan kompetitif pada masa yang akan datang.

Dilihat dari segi media komunikasi yang memadai sebagai sarana untuk memperlancar arus informasi baik dari dalam maupun keluar kantor pemerintah daerah, antar satu dinas ke dinas lainnya. Sarana seperti, komputer, internet, telepon, faksimilie, ruang rapat cukup memadai.

Proses pencapaian target realisasi pajak reklame ini didukung juga karena wilayah kota Samarinda yang strategis untuk dijadikan sebagai ajang promosi atau tempat pemasangan reklame, banyaknya industri dan perdagangan dari dalam kota maupun luar kota yang menjadikan banyaknya objek reklame dan semakin banyaknya objek pajak reklame akan memperlancar pemasukan penerimaan yang didapat dari pajak reklame.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan diatas,penulis menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. Realisasi pajak reklame dari tahun 2007 sampai dengan 2010, dilihat dari hasil realisasi penerimaan pajak reklame tiap tahunnya beberapa mengalami peningkatan walaupun pencapaian tidak mencukupi, karena dari target tidak sesuai dengan realisasi yang sebelumnya, namun dilihat pada persentasenya pun realisasi penerimaan pajak reklame dapat dikatakan baik. Ini menunjukkan bahwa pajak reklame adalah salah satu pendapatan asli daerah yang kontribusinya cukup berperan dalam proses pergerakan pembangunan kota yang diwujudkan untuk kepentingan pembangunan, rehabilitasi prasarana daerah dan kesejahteraan rakyat dalam rangka meningkatkan pendapatan asli daerah kota Samarinda.

- b. Faktor penghambat yang dihadapi dalam proses pencapaian target realisasi penerimaan pajak reklame guna meningkatkan pendapatan asli daerah kota Samarinda yaitu adanya masa pajak yang telah habis dan izin sewanya sudah habis tetapi tidak memperpanjang sewanya; kurangnya petugas lapangan yang membuat upaya inventarisasi reklame menjadi lemah karena masih mengandalkan pengusaha atau pemasang reklame yang melapor; kurangnya petugas sehingga hanya mampu menindak sebagian pelanggaran dari total seluruh pelanggaran reklame yang ada; kelengkapan syarat pemohon penyelenggara reklame dan alamat wajib pajak terkadang tidak tertera dengan jelas seperti tidak ada pemberitahuan mengenai pindah alamat dari penyelenggara reklame.
- c. Upaya yang dilakukan dalam proses pencapaian target realisasi penerimaan pajak reklame dalam rangka meningkatkan pendapatan asli daerah kota Samarinda yaitu, adanya bantuan dari pemerintah kota untuk membentuk tim khusus monitoring dan pengawasan reklame sehingga kinerja dinas pendapatan terbantu; melakukan pemeriksaan, pengawasan lebih ketat memberikan pengarahan mengenai arti pentingnya membayar pajak reklame kepada masyarakat, khususnya bagi pengusaha dan pedagang pada saat hendak melakukan permohonan ijin reklame.
- d. Faktor pendukung dalam proses pencapaian pajak reklame untuk meningkatkan pendapatan asli daerah yaitu, informasi dan data tentang objek pajak reklame sudah cukup tersedia dengan baik karena adanya kerjasama yang baik antara unit-unit kerja pemungut dengan dispenda; kinerja dari dinas-dinas pemungut dikoordinasi oleh dispenda untuk meningkatkan kinerja aparat pemungut pajak reklame terbina dengan baik melalui berbagai pembekalan dan juga orientasi lapangan; media komunikasi yang memadai sebagai sarana untuk memperlancar arus informasi baik dari dalam maupun luar kantor pemerintah daerah, antar satu dinas ke dinas lainnya cukup memadai; wilayah kota Samarinda yang strategis untuk dijadikan sebagai ajang promosi atau tempat pemasangan reklame, banyaknya industri dan perdagangan dari dalam kota maupun luar kota yang menjadikan banyaknya objek reklame dan semakin banyaknya objek pajak reklame akan memperlancar pemasukan penerimaan yang didapat dari pajak reklame.

### **Saran- saran**

Adapun saran-saran yang dapat peneliti berikan dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk dapat menambah subjek dan objek pajak yang sebelumnya tidak dikenakan pajak sehingga dapat menambah penerimaan pajak reklame.
- b. Untuk mempertahankan peningkatan realisasi penerimaan dari sektor pajak reklame dari tahun ke tahunnya maka harus ditunjang dengan sarana dan prasarana yang sangat memadai, oleh karena itu instansi terkait dalam pungutan pajak dapat memanfaatkan sarana yang ada secara maksimal dengan

prasarana terutama transportasi bagi petugas pemantau lapangan maupun petugas pemungut pajak dengan megintensifikasikan dana yang dihasilkan dari pendapatan daerah, atau dengan cara pemerintah daerah perlu mengalokasikan dana khusus (bisa diambil dari hasil pengelolaan kekayaan daerah), guna peningkatan sarana dan prasarana untuk menunjang aktifitas yang dilakukan dalam pemungutan pajak.

- c. Perlu diadakan penataran dan pelatihan yang berkesinambungan bagi petugas-petugas pemungut pajak dan peyuluh pajak.
- d. Pihak pemerintah daerah mengadakan sosialisasi dan menyediakan saran pengaduan masyarakat sehingga masyarakat dapat ikut serta dalam memberikan pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame mengenai pelanggaran dalam hal tata cara penyelenggaraan reklame yang dinilai mengganggu kepentingan umum dan keindahan tata ruang kota, dengan meberikan informasi kepada pihak terkait atau yang memiliki wewenang dalam menindak pelanggaran yang terjadi pada penyelenggaraan reklame.
- e. Perlu adanya tata ruang kota yang baik untuk penempatan reklame di kota Samarinda.
- f. Seharusnya pemerintah juga ikut berpartisipasi dalam membayar pajak karena pemerintah juga ikut menggunakan dan menyelenggarakan jasa reklame.

#### **Daftar Pustaka**

- Darise, Nurlan. 2007. **Pengelolaan Keuangan Daerah**. PT Indeks, Indonesia.  
Devis, Nick. 1989. **Keuangan Pemerintah Daerah Indonesia**. UI. Jakarta.  
Miles, Matthew B, dan Michael Huberman. 1992. Penterjemahan Tjeteb Rohendi R. **Analisis Data Kualitatif**. Universitas Indonesia Press. Jakarta.

#### **Dokumen – Dokumen :**

- Peraturan Daerah Kota Samarinda Nomor 7 Tahun 2006. Tentang Pajak Reklame.  
Undang-Undang No.32 Tahun 2004. Tentang Otonomi Daerah.  
Undang-Undang No.28 Tahun 2009. Tentang Pajak Daerah dan Retribusi.