

## EFEKTIVITAS DAN KONTRIBUSI PAJAK REKLAME TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD) DI KOTA MEDAN

Maristella J. Lumbanbatu<sup>1</sup>, Komala Dewi<sup>2</sup>, Sorta Lumbantoruan<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Imelda Medan, Jl. Bilal No.52, Medan, Sumatera Utara, Indonesia

<sup>3</sup>Pendidikan Teknologi Kimia Industri (PTKI), Jl. Medan Tenggara VII, Medan, Sumatera Utara, Indonesia

Email: [maristellamarbun6@gmail.com](mailto:maristellamarbun6@gmail.com)

---

### Article History

Received: 27-08-2023

Revision: 28-09-2023

Accepted: 29-08-2023

Published: 30-08-2023

**Abstract.** The purpose of the study was to determine the effectiveness of billboard tax revenue on the Regional Original Revenue of Medan City in 2019-2021 and to find out how much the contribution of billboard tax to the Original Revenue of Medan City in 2019-2021. The research uses qualitative methods that are descriptive. The types and sources of data used are primary data and secondary data. Data analysis techniques are summarizing data, presenting data, analyzing data, and preliminary conclusions that are temporary. The results showed that the effectiveness rate in 2019-2021 achieved every year was not significant, namely 44.26% for 2019; 16.69% for 2020; and 100% for 2021. The average effectiveness of billboard tax revenue on Local Original Revenue for 3 years is 53.77% or can be categorized as "ineffective". The contribution of billboard tax to Regional Original Revenue in 2019-2021 always increases but is still categorized as "undercontributing", namely 1.03% in 2019, 1.03% in 2020, and 2.01% in 2021 with an average contribution of Regional Original Revenue for 3 years of 1.38%.

**Keywords:** Effectiveness, Contribution, Local Original Revenue

**Abstrak.** Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui efektivitas penerimaan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah kota Medan tahun 2019-2021 dan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Medan pada tahun 2019-2021. Penelitian menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Jenis dan sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik analisa data adalah merangkum data, penyajian data, menganalisa data, dan kesimpulan awal yang bersifat sementara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat efektivitas tahun 2019-2021 yang dicapai setiap tahun tidak signifikan, yakni 44,26% untuk tahun 2019; 16,69% untuk tahun 2020; dan 100% untuk tahun 2021. Rata-rata efektivitas penerimaan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah selama 3 tahun yaitu 53,77% atau dapat dikategorikan "tidak efektif". Kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah tahun 2019-2021 selalu meningkat namun masih dikategorikan "kurang berkontribusi" yaitu 1,03% pada tahun 2019, 1,03% pada tahun 2020, dan 2,01% pada tahun 2021 dengan rata-rata kontribusi Pendapatan Asli Daerahselama 3 tahun yaitu 1,38%.

**Kata Kunci:** Efektivitas, Kontribusi, Pendapatan Asli Daerah

---

**How to Cite:** Lumbanbatu, M. J., Dewi, K., & Lumbantoruan, S. (2023). Efektivitas Dan Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Medan. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 3 (2), 256-264. <http://doi.org/10.54373/ifiheb.v3i2.207>.

---

## **PENDAHULUAN**

Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 yang kemudian direvisi menjadi Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 memberikan wewenang, hak dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintah dan kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Tapi pada kenyataannya kontribusi Pendapatan Asli Daerah terhadap pendapatan dan belanja daerah masih kecil. Selama ini dominasi sumbangan pemerintah pusat kepada daerah masih besar. Dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah disebutkan bahwa Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan penerimaan yang diperoleh daerah dari sumber-sumber dalam wilayahnya sendiri yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undang yang berlaku yang meliputi hasil pajak daerah, hasil retribusi daerah, hasil perusahaan milik daerah dan hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, serta lain-lain pendapatan asli daerah yang sah.

Pendapatan Asli Daerah menjadi indikator keberhasilan dalam penyelenggaraan otonomi daerah. Semakin tinggi PAD maka semakin tinggi pula kemampuan pemerintah daerah untuk membiayai kebutuhannya sendiri. Hal ini berarti pemerintah daerah tersebut telah berhasil dalam menyelenggarakan otonomi daerah. Demikian pula sebaliknya, apabila PAD yang diperoleh pada daerah tersebut semakin sedikit atau mengalami penurunan, berarti penyelenggaraan otonomi daerahnya belum maksimal. Hal ini disebabkan adanya hambatan bagi pemerintah daerah dalam rangka mengawasi kepatuhan wajib pajak. Menurut Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang ketentuan umum dan tata cara perpajakan Indonesia yang telah disempurnakan dengan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007, pajak adalah: iuran wajib yang dibayar oleh wajib pajak berdasarkan norma-norma hukum untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran kolektif guna meningkatkan kesejahteraan umum yang balas jasanya tidak diterima secara langsung. Pajak daerah merupakan kontribusi yang wajib bagi orang pribadi maupun badan kepada daerah yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung. Salah satu fungsi pajak sebagai anggaran, artinya pajak merupakan salah satu sumber dari penerimaan pemerintah yang memasukan uang sebanyak-banyaknya ke kas negara, dengan tujuan untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran negara.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Daerah, terdapat sembilan jenis pajak yang pemungutannya merupakan kewenangan Pemerintah Kabupaten/Kota dengan rincian sebagai berikut: (1) Pajak Bumi dan

Bangunan Perdesaan dan Perkotaan (PBB-P2), (2) Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan (BPHTB), (3) Pajak Barang dan Jasa Tertentu (PBJT), (4) Pajak Reklame, (5) Pajak Air Tanah (PAT), (6) Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan (MLB), (7) Pajak Sarang Burung Walet, (8) Opsen Pajak Kendaraan Bermotor (PKB), (9) Opsen Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBNKB). Berbagai upaya dilakukan pemerintah daerah dalam memaksimalkan potensi penerimaan yang digunakan sebagai sumber pembiayaan daerah. Selanjutnya, masing-masing daerah menggali potensi penerimaan daerah yang dimilikinya untuk meningkatkan sumber pembiayaan pembangunan daerah. Potensi penerimaan daerah ini bersumber dari pajak daerah, retribusi daerah, penerimaan dari dinas, laba bersih dari perusahaan daerah (BUMD) dan penerimaan lainnya. Salah satu sumber penerimaan tersebut adalah dari Pajak Reklame.

Menurut Peraturan Daerah Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame, pajak reklame adalah pungutan yang dikenakan atas seluruh penyelenggaraan reklame. Berdasarkan peraturan wali kota Medan Nomor 46 tahun 2020 reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk corak dan ragamnya dirancang untuk tujuan koersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum. Reklame sangat membantu meningkatkan ketertarikan masyarakat atau konsumen kepada produk yang mereka tawarkan sehingga masyarakat mulai mencoba bahkan menyukai produk tersebut. Itulah nilai penting dari sebuah reklame, oleh karena itu bisnis periklanan atau reklame berkembang dengan pesatnya bahkan di Kota Medan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas dan kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah (PAD) di Kota Medan.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang merupakan kumpulan data angka. Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian asosiatif, dimana penelitian ini bertujuan untuk melihat efektivitas dan kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD). Sumber data yang digunakan dalam penulisan ini adalah data primer dan data sekunder, yaitu data sekunder: yaitu sumber data yang diperoleh peneliti melalui penelusuran dan pengamatan terhadap dokumentasi laporan realisasi anggaran pajak reklame. Jenis data yang digunakan, yaitu kualitatif. Data kualitatif adalah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif, dimana data yang diperoleh, disajikan, dianalisa, kemudian disimpulkan. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta dilapangan.

Efektifitas adalah ukuran berhasil tidaknya pencapaian tujuan suatu organisasi. Apabila suatu organisasi mencapai tujuan maka organisasi tersebut telah berjalan dengan efektif. Rumus yang diketahui untuk efektivitas pajak reklame:

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

Tabel kriteria Efektivitas Pajak Reklame:

Persentase Efektivitas	Kriteria efektivitas
Diatas 100 %	Sangat efektif
90% - 100 %	Efektif
80% - 90 %	Cukup Efektif
70% - 80%	Kurang Efektif
Kurang dari 60%	Tidak efektif

Sumber : Nurlan (2006)

Semakin tinggi kontribusi yang diberikan Pendapatan Asli Daerah maka semakin tinggi kemampuan daerah untuk membiayai penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan daerahnya, sehingga akan menunjukkan kinerja keuangan yang positif. Untuk mengetahui kontribusi pajak reklame terhadap PAD digunakan rumus:

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

**Tabel 2.** Interpretasi kontribusi penerimaan pajak

Persentase	Tingkat Kontribusi	Tanda/ Kode
>4%	Dinyatakan bahwa sangat mempunyai kontribusi	Sangat Berkontribusi
3% - 3, 9%	Dinyatakan bahwa mempunyai kontribusi	Berkontribusi
2% - 2, 9%	Dinyatakan bahwa cukup mempunyai kontribusi	Cukup Berkontribusi
1% - 1, 9%	Dinyatakan bahwa kurang mempunyai kontribusi	Kurang Berkontribusi
0% - 0, 9%	Dinyatakan bahwa tidak mempunyai kontribusi	Tidak Berkontribusi

Sumber: Halim (2014)

## HASIL

### Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame Kota Medan Tahun 2019-2021

Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame dan Target Pajak Reklame Kota Medan tahun 2019-2021 (Dalam Rupiah)

**Tabel 3.** Target dan realisasi pajak Kota Medan Tahun 2019-2021

Tahun Anggaran	Target Pajak Reklame	Realiasi Penerimaan Pajak Reklame
2019	42.965.950.000	19.017.920.055
2020	120.544.873.783	20.128.387.583
2021	34.159.473.128	34.159.473.128

Sumber: <https://djpk.kemenkeu.go.id>

Efektivitas diukur dengan cara membandingkan realisasi dengan targetnya. Semakin tinggi hasil perbandingan tersebut maka dikatakan semakin efektif. Hasil perhitungan rasio efektivitas penerimaan pajak reklame daerah kota Medan dari tahun 2019-2021 yaitu:

$$\begin{aligned} \text{Tahun 2019} &= \frac{19.017.920.05}{42.965.950.000} \times 100\% = 44,26\% \\ \text{Tahun 2020} &= \frac{20.128.387.583}{20.544.873.783} \times 100\% = 16,69\% \\ \text{Tahun 2021} &= \frac{34.159.473.128}{34.159.473.128} \times 100\% = 100\% \end{aligned}$$

#### **Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan Tahun 2019-2021**

Hasil analisis data menunjukkan bahwa target penerimaan pajak reklame dan realisasi PAD Kota Medan tahun 2019-2021 (Dalam Rupiah), disajikan pada tabel berikut.

**Tabel 4.** Kontribusi penerimaan pajak terhadap PAD di Kota Medan Tahun 2019-2021

Tahun Anggaran	Realiasi Penerimaan Pajak Reklame	Realiasi PAD
2019	19.017.920.055,00	1.829.665.882.248,00
2020	20.128.387.583,00	1.509.483.588.167,01
2021	34.159.473.128,00	1.906.512.189.047,00

Sumber: <https://djpk.kemenkeu.go.id>

Perhitungan kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap PAD adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Tahun 2019} &= \frac{19.017.920.05}{41.829.665.882.248} \times 100\% = 1,03\% \\ \text{Tahun 2020} &= \frac{20.128.387.583}{1.509.483.588.167,01} \times 100\% = 1,33\% \\ \text{Tahun 2021} &= \frac{34.159.473.128}{1.906.512.189.047} \times 100\% = 1,79\% \end{aligned}$$

## **DISKUSI**

### **Pajak Reklame Kota Medan**

Peraturan Daerah Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame, pajak reklame adalah pungutan yang dikenakan atas semua penyelenggaraan reklame. Dasar hukum pemungutan pajak daerah kota Medan ialah peraturan Daerah Nomor 5 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame. Menurut peraturan tersebut, pajak reklame adalah pajak atas pelayanan yang disediakan oleh reklame. Reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial, memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa orang atau badan yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum.

### **Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan Tahun 2019-2021**

Efektivitas diukur dengan cara membandingkan realisasi dengan targetnya. Semakin tinggi hasil perbandingan tersebut maka dikatakan semakin efektif. Tabel menjelaskan bahwa tingkat kriteria efektivitas Pajak Reklame di Kota Medan selalu menurun atau tidak efektif. Untuk tahun 2019 dan 2020 efektivitas penerimaan pajak reklame tidak mencapai target dengan persentase berturut-turut 44,26% dan 16,69% yang dikategorikan “tidak efektif” hal ini dikarenakan setiap tahun jumlah subjek dan objek pajak tidak selalu sama dan kurangnya kesadaran wajib pajak untuk membayar pajak terutang. tahun 2021 sudah tercapai 100% yang dikategorikan “sangat efektif” hal ini dikarenakan tingkat kesadaran wajib pajak untuk membayar pajak terutang semakin meningkat. Secara keseluruhan kinerja pengelolaan Pajak Reklame Kota Medan dapat dikategorikan “tidak efektif” karena persentase rata-ratanya hanya sebesar 53,77% atau kurang dari 60%.

Pada tahun 2019, target pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan sebesar Rp42.965.950.000,00 sedangkan realisasi penerimaan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan sebesar Rp19.017.920.055,00 kurang sebesar (Rp23.948.029.945,00). Tahun 2020, target pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan sebesar Rp120.544.873.783 sedangkan realisasi penerimaan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan sebesar Rp20.128.387.583,00 kurang sebesar (Rp100.416.486.200). Tahun 2021, target pajak reklame dan realisasi penerimaan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan sebesar Rp34.159.473.128,00 atau sudah tercapai.

### **Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan Tahun 2019-2021**

Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah sumber keuangan daerah yang digali dari dalam wilayah daerah yang bersangkutan yang terdiri dari hasil Pajak daerah, hasil retribusi daerah, hasil pengelolaan keuangan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah, yang bertujuan untuk memberikan keleluasaan kepada daerah yang menggali dana untuk pelaksanaan otonomi daerah. Pada tahun 2019, realisasi penerimaan pajak reklame Kota Medan sebesar Rp19.017.920.055,00 realisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan sebesar Rp1.829.665.882.248,00. Tahun 2020 target Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan sebesar Rp20.128.387.583,00 realisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan sebesar Rp1.509.483.588.167,01. Tahun 2021, target Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan sebesar Rp34.159.473.128,00 realisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan sebesar Rp1.906.512.189.047,00. Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah sumber keuangan daerah yang digali dari dalam wilayah daerah yang bersangkutan yang terdiri dari hasil Pajak daerah, hasil retribusi daerah, hasil pengelolaan keuangan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah, yang bertujuan untuk memberikan keleluasaan kepada daerah yang menggali dana untuk pelaksanaan otonomi daerah.

Berdasarkan perhitungan kontribusi diatas dan kriteria kontribusi, maka dapat disusun analisis kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap PAD kota Medan tahun 2019-2021 sebagai berikut: Pada tahun 2019 kontribusi pajak reklame secara keseluruhan terhadap PAD adalah 1,03% dan masuk kriteria “kurang berkontribusi” terhadap PAD. Pada tahun 2020 terjadi penurunan kontribusi terhadap PAD menjadi sebesar 1,33% namun tetap masih “kurang berkontribusi” terhadap PAD. Pada tahun 2021 kontribusi pajak reklame terhadap PAD yaitu menjadi sebesar 1,79% atau masih “kurang berkontribusi” terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Medan. Presentase kontribusi pajak reklame terhadap PAD tahun 2019 adalah yang paling kecil selama 3 tahun penelitian. Berdasarkan analisis di atas didapat diambil kesimpulan bahwa nilai perbandingan antara pajak reklame secara keseluruhan terhadap pendapatan asli daerah pada tahun 2019-2021 adalah rata rata sebesar 1,38 % yang berarti bahwa secara keseluruhan penerimaan pajak reklame “kurang berkontribusi” terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) kota Medan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian Efektivitas dan Kontribusi Pajak Reklame terhadap PAD di kota Medan tahun 2019- 2021, maka dapat diambil kesimpulan indikator tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame menurut Nurlan (2006;49) penerimaan pajak reklame pada tahun 2019 sampai dengan 2021 dapat dikatakan tidak efektif, karena tingkat efektivitas yang dicapai tahun 2019 dan tahun 2020 yaitu 44,26% dan 16,69% dan hanya tahun 2021 mencapai target 100%. Rata-rata efektivitas penerimaan pajak reklame terhadap PAD selama 3 tahun yaitu 53,77% atau dapat dikategorikan “tidak efektif”. Berdasarkan indikator tingkat kontribusi penerimaan pajak reklame menurut Halim (2004;103) kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah pada tahun 2019 sampai dengan tahun 2021 selalu meningkat namun masih kurang berkontribusi setiap tahun yaitu 1,03%, 1,33% dan 1,79%. Rata-rata kontribusi pajak reklame terhadap PAD selama 3 tahun yaitu 1,38% atau dapat dikategorikan “kurang berkontribusi”.

## REFERENSI

- Mardiasmo. (2016). *Perpajakan*. Yogyakarta: Andi
- Mardiasmo. (2013). *Otonomi dan Manajemen Keuangan Daerah*. Yogyakarta: Andi
- Mardiasmo. (2019). *Perpajakan*. Yogyakarta: Andi
- Nurlan. (2006). *Pengelolaan Keuangan Daerah*. Gorontalo: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Halim. (2004). *Manajemen Keuangan Daerah*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN
- Streets, Ricard. M. (2013). *Efektivitas Organisasi Kaidah Perilaku (ahli Bahasa Magdalena)*. Jakarta: Erlangga
- Landiyanto, Erlangga Agustino. (2005). *Kinerja Keuangan dan Strategi Pembangunan Kota di Era Otonomi Daerah: Studi Kasus Kota Surabaya*. Cures Working Paper, No. 05/01.
- Republik Indonesia. (2004). *Undang- undang Nomor 32 Tahun 2004 Perubahan atas Undang- undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*.
- Republik Indonesia. (2004). *Undang- undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah*.
- Republik Indonesia. (2011). *Undang-undang Nomor 11 Tahun 2011 Peraturan Daerah Kota Medan Tentang Pajak Reklame*
- Republik Indonesia. (2020). *Undang-undang Nomor 46 Tahun 2020 Peraturan Daerah Kota Medan Tentang Pajak Reklame*
- Republik Indonesia. (2007). *Undang-undang Nomor 28 Tahun 2007 Perubahan atas Undang-undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan Indonesia*.
- Republik Indonesia. 2022. *Undang-undang Nomor 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah*.
- <https://djpk.kemenkeu.go.id>