

Analisis Efektivitas dan Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Purwakarta Periode 2021-2025

¹Ririn Destiani, ²Madjidainun Rahma, ³Nesti Hapsari, ⁴Kholida Atiyatul Maula, ⁵Achmad Nawawi, ⁶Angga Sanita Putra

¹²³⁴⁵⁶Program Studi D-III Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Singaperbangsa Karawang, Karawang

E-mail: ¹destiani.ririn27@gmail.com, ²madjidainun.rahma@fe.unsika.ac.id, ³nesti.hapsari@fe.unsika.ac.id, ⁴kholida.maula@fe.unsika.ac.id, ⁵achmad.nawawi@staff.unsika.ac.id, ⁶angga@fe.unsika.ac.id

ABSTRAK

Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan salah satu indikator kemampuan keuangan daerah yang bersumber dari berbagai jenis penerimaan daerah, salah satunya adalah pajak reklame. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas penerimaan pajak reklame dan kontribusinya terhadap pendapatan asli daerah Kabupaten Purwakarta selama periode 2021-2025. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data yang digunakan merupakan data sekunder berupa target dan realisasi penerimaan pajak reklame serta pendapatan asli daerah yang diperoleh dari Bapenda Kabupaten Purwakarta. Analisis data dilakukan dengan menghitung rasio efektivitas dan kontribusi berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, kemudian hasilnya dideskripsikan untuk memberikan gambaran mengenai efektivitas dan kontribusi penerimaan pajak reklame. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame selama periode penelitian berada pada kategori efektif hingga sangat efektif. Sedangkan kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah masih tergolong rendah. Hal tersebut menunjukkan bahwa meskipun pengelolaan penerimaan pajak reklame telah berjalan efektif, kontribusinya terhadap pendapatan asli daerah optimal. Oleh karena itu, diperlukan optimalisasi pengelolaan pajak reklame guna meningkatkan kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Purwakarta.

Kata kunci : Efektivitas, Kontribusi, Pajak Reklame, Pendapatan Asli Daerah

ABSTRACT

Regional Original Revenue (PAD) is one of the indicators of regional financial ability sourced from various types of regional revenues, one of which is the billboard tax. This study aims to analyze the effectiveness of billboard tax revenue and its contribution to the original revenue of Purwakarta Regency during the 2021-2025 period. This study uses a descriptive research method with a qualitative approach. The data used is secondary data in the form of targets and realization of billboard tax revenue and local revenue obtained from the Purwakarta Regency Bapenda. Data analysis was carried out by calculating the ratio of effectiveness and contribution based on the criteria that had been set, then the results were described to provide an overview of the effectiveness and contribution of billboard tax revenue. The results of the study showed that the level of effectiveness of billboard tax revenue during the study period was in the effective to very effective category. Meanwhile, its contribution to Regional Original Revenue is still relatively low. This shows that even though the management of billboard tax revenue has been effective, its contribution to the region's original revenue is optimal. Therefore, it is necessary to optimize the

management of billboard taxes to increase their contribution to the Regional Original Revenue of Purwakarta Regency.

Keyword : Effectiveness, Contribution, Billboard Tax, Regional Original Revenue

1. PENDAHULUAN

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 tentang hubungan keuangan antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah, Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah salah satu sumber penghasilan daerah yang berasal dari pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, serta pendapatan daerah lainnya yang sah. Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan salah satu indikator yang menunjukkan seberapa mandiri suatu daerah dalam mengelola pendapatan untuk biaya melaksanakan pemerintahan dan pembangunan. Menurut Yunita dan Yuliandi (2020), Pendapatan Asli Daerah biasanya digunakan sebagai tanda-tanda kemajuan sebuah daerah. Jika Pendapatan Asli Daerah besar, maka perekonomian daerah tersebut dianggap sudah berkembang. Semakin besar pendapatan daerah yang didapat, semakin rendah tingkat ketergantungan pemerintah daerah terhadap pemerintah pusat. Maka dari itu, setiap pemerintah daerah harus mampu memanfaatkan berbagai sumber pemasukan daerah secara maksimal agar kemampuan keuangan daerah tersebut bisa meningkat.

Pajak daerah merupakan sumber utama pendapatan pemerintah daerah dalam upaya meningkatkan pendapatan daerah. Menurut Kobandaha dan Wokas (2016), sumber pendapatan utama daerah berasal dari pajak daerah. Pemerintah daerah dapat membiayai administrasi dan pembangunan dengan menggunakan pajak daerah. Kemampuan pemerintah daerah untuk menerapkan berbagai program pembangunan dan menyediakan layanan publik dapat dipengaruhi oleh tingkat pendapatan pajak. Sejalan dengan itu, peran pajak daerah dalam mendukung Pendapatan Asli Daerah (PAD) menjadi tanda penting dalam menilai kemampuan

keuangan suatu daerah. Semakin besar kontribusi pajak daerah yang diperoleh, maka semakin tinggi tingkat kemandirian daerah dalam mencukupi kebutuhan pembangunan tanpa bergantung pada pemerintah pusat (Pangesti et al., 2023).

Seiring berkembangnya aktivitas ekonomi, perdagangan, jasa, dan industri, peluang penerimaan pajak daerah juga semakin meningkat. Salah satu jenis pajak daerah yang dapat memberikan pendapatan bagi daerah adalah pajak reklame. Menurut Kobandaha dan Wokas (2016), pajak reklame menjadi sumber pendapatan daerah yang sangat potensial karena dapat memberikan penghasilan yang cukup besar bagi kas daerah. Selain itu, kontribusi dari pajak reklame juga berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di wilayah tersebut. Meningkatnya promosi yang dilakukan oleh pengusaha melalui berbagai media iklan memberikan kesempatan bagi pemerintah daerah untuk meningkatkan pendapatan dari sektor pajak reklame. Namun dalam kenyataannya, kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah masih tergolong kecil di berbagai daerah. Hal ini terjadi karena kurangnya kesadaran wajib pajak, adanya banyak iklan yang tidak resmi, serta kelemahan pemerintah daerah dalam mengawasi dan mencatat objek pajak iklan tersebut (Yunita dan Yuliandi, 2021).

Menurut Ratdiananto, Musadieg, dan Hidayat (2016), pajak reklame merupakan sumber pendapatan daerah yang berperan penting dalam memastikan penerimaan pajak daerah. Sementara itu, Yunita dan Yuliandi (2021) menunjukkan bahwa dalam pengelolaan pajak reklame masih terdapat beberapa masalah, seperti pemasangan reklame tanpa izin, reklame yang masa izinnnya sudah berakhir, reklame ilegal, pemasangan reklame yang tidak sesuai dengan titik pemasangan, serta reklame yang tidak membayar

pajaknya. Kondisi ini menandakan bahwa pengelolaan pajak reklame masih memerlukan perhatian dari pemerintah daerah agar potensi penerimaannya dapat dioptimalkan guna mendukung peningkatan Pendapatan Asli Daerah.

Kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah tidak selalu sama di setiap daerah. Menurut Istanti (2016), pajak reklame belum bisa memberikan bantuan yang cukup besar bagi Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Pati dibandingkan dengan jenis pajak daerah lainnya. Selain itu, masih ada kewajiban pembayaran pajak reklame yang belum terbayar sehingga menyebabkan penerimaan daerah tidak dapat tercapai secara maksimal. Berbeda dengan penelitian tersebut, penelitian Indrihastuti dan Amaniya (2020) menunjukkan bahwa pajak reklame memiliki peran yang cukup penting dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Malang. Peningkatan pendapatan pajak reklame setiap tahun dianggap mendukung peningkatan Pendapatan Asli Daerah, sehingga menjadi salah satu sumber pengadaan dana untuk mendukung pembangunan serta berbagai kegiatan pemerintah daerah.

Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa setiap jenis pajak memberikan kontribusi yang berbeda terhadap Pendapatan Asli Daerah di setiap daerah. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa pajak reklame memberikan kontribusi yang berbeda terhadap Pendapatan Asli Daerah, tergantung pada kemampuan daerah, cara pengelolaan yang dilakukan, serta seberapa patuhnya wajib pajak dalam membayar pajak. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis lebih lanjut untuk mengetahui seberapa besar peran pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah.

Kabupaten Purwakarta sebagai salah satu daerah yang terus mengupayakan Pendapatan Asli Daerah masih mengalami hambatan dalam meningkatkan penerimaan pajak daerah. Berdasarkan

data Badan Pendapatan Daerah, beberapa jenis pajak seperti pajak reklame belum memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap jumlah Pendapatan Asli Daerah, meskipun keduanya memiliki potensi penerimaan yang besar dan dapat membantu mendukung pembangunan daerah. Kabupaten Purwakarta merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Jawa Barat yang berkomitmen untuk meningkatkan kemampuan keuangan daerah agar dapat mendukung kelancaran pembangunan daerah. Untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah, pemerintah daerah perlu mengetahui berbagai sumber penerimaan yang berkontribusi terhadap pembentukan PAD. Pajak daerah dan pajak reklame sangat penting karena dapat menunjukkan peran kedua jenis penerimaan tersebut dalam meningkatkan kemandirian finansial daerah.

Hingga kini, penelitian mendalam tentang peran pajak reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Purwakarta masih belum cukup banyak. Untuk mendukung analisis penelitian, digunakan data Pendapatan Asli Daerah dan pajak reklame Kabupaten Purwakarta yang diperoleh dari Bapenda Kabupaten Purwakarta selama periode 2021–2025. Berdasarkan data Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Purwakarta, pendapatan daerah meningkat setiap tahunnya mulai dari tahun 2021 sampai tahun 2025. Meskipun begitu, di beberapa tahun tertentu realisasi Pendapatan Asli Daerah belum sepenuhnya mencapai target yang ditentukan pemerintah daerah.

Selain Pendapatan Asli Daerah, salah satu sumber penghasilan yang ikut meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Purwakarta adalah pajak reklame. Pada tahun 2025, pendapatan pajak reklame yang terkumpul mencapai Rp6.110.346.924, tetapi masih kurang dari target yang ditentukan yaitu sebesar Rp7.000.735.800. Penerimaan pajak reklame di Kabupaten Purwakarta masih belum mencapai tingkat yang maksimal

dalam membantu meningkatkan pendapatan daerah. Kondisi tersebut menunjukkan masih adanya masalah dalam pengelolaan pajak reklame, seperti masih banyaknya reklame yang belum terdaftar secara maksimal, kepatuhan pembayaran pajak yang belum mencukupi, serta pengawasan terhadap reklame ilegal yang masih perlu diperbaiki.

Berdasarkan kondisi tersebut, selain perlu diketahui seberapa besar kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah, perlu dilakukan analisis terhadap tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame. Analisis efektivitas digunakan untuk mengetahui seberapa baik pemerintah daerah dalam mencapai target penerimaan pajak reklame yang sudah ditentukan, sedangkan analisis kontribusi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar peran pajak reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Purwakarta. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas penerimaan pajak reklame, menganalisis kontribusi penerimaan pajak reklame, serta menganalisis perkembangan penerimaan pajak reklame dan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Purwakarta selama periode 2021–2025. Hasil dari analisis tersebut diharapkan dapat digunakan sebagai bahan untuk mengevaluasi cara pemerintah daerah dalam meningkatkan pendapatan pajak reklame di tahun-tahun mendatang.

2. LANDASAN TEORI

Pajak Daerah

Menurut Mardiasmo (2013:12), pajak daerah adalah iuran yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan kepada daerah tanpa imbalan langsung yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang digunakan untuk mendanai penyelenggaraan pemerintah daerah. Pajak daerah merupakan jenis pajak yang

ditentukan oleh pemerintah daerah melalui peraturan daerah (Perda) dan wewenang pemungutannya dilakukan oleh pemerintah daerah dalam menjalankan penyelenggaraan pemerintah dan pembangunan daerah.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022, pajak daerah merupakan salah satu sumber penerimaan daerah. Salah satu jenis pajak kabupaten/kota adalah pajak reklame. Pajak daerah memiliki hubungan yang erat dengan Pendapatan Asli Daerah karena menjadi salah satu sumber penerimaan yang digunakan untuk mendukung penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan daerah.

Pendapatan Asli Daerah

Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah penerimaan yang berhasil dihimpun oleh pemerintah daerah melalui pemanfaatan potensi sumber-sumber pendapatan yang berada dalam wilayah administratifnya sendiri, yang pemungutannya dilakukan berdasarkan peraturan daerah dengan mengacu pada ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah, Pendapatan Asli Daerah merupakan pendapatan yang diperoleh dari potensi suatu daerah, termasuk pajak daerah, retribusi daerah, dan pendapatan asli daerah lainnya yang sah. Pendapatan tersebut menjadi sumber pendanaan pembangunan daerah guna mendukung kelancaran pelaksanaan pembangunan daerah (Pangesti et al., 2023).

Menurut Mardiasmo (2011), pajak daerah merupakan kontribusi yang harus dibayar oleh pribadi atau badan secara wajib menurut peraturan perundang-undangan dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan daerah demi kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, pajak daerah menjadi bagian penting dalam struktur Pendapatan Asli Daerah.

Pajak Reklame

Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 mengenai Pajak dan Retribusi Daerah, pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame merupakan objek, perangkat, tindakan atau media yang bentuk dan variasi desainnya dimaksudkan untuk tujuan komersial, memperkenalkan, mendukung, mempromosikan, atau menarik perhatian publik terhadap barang, jasa, individu atau perusahaan yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh masyarakat.

Pajak reklame merupakan salah satu jenis pajak daerah yang memiliki potensi dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah. Besarnya penerimaan pajak reklame dapat dipengaruhi oleh penyelenggaraan reklame serta nilai sewa reklame. Berdasarkan peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai pajak reklame, tarif pajak reklame mencapai 25% dari nilai sewa reklame dan ditentukan berdasarkan peraturan daerah Kabupaten/Kota yang bersangkutan. Nilai sewa reklame mempertimbangkan biaya pemasangan, biaya pemeliharaan, jenis dan waktu pemasangan, nilai strategis lokasi, serta ukuran media reklame.

Efektivitas Pajak Reklame

Menurut Lamia et al. (2015), efektivitas mengacu pada hubungan antara output dengan pencapaian suatu tujuan atau sasaran. Dalam penelitian ini, efektivitas digunakan untuk menilai hubungan antara realisasi penerimaan pajak reklame terhadap target pajak reklame. Efektivitas penerimaan pajak reklame menunjukkan sejauh mana realisasi penerimaan pajak reklame dapat mencapai target yang telah ditentukan selama periode tertentu. Kemampuan daerah dalam menjalankan tugas dianggap efektif jika rasio yang dicapai 100%. Efektivitas Pajak dapat dihitung dengan rumus:

Efektivitas Pajak daerah

$$= \frac{\text{Realisasi penerimaan pajak daerah}}{\text{target penerimaan pajak daerah}} \times 100\%$$

Dan Kriteria efektivitas sebagai berikut:

Tabel 1. Interpretasi Nilai Efektivitas

Persentase	Kriteria
> 100 %	Sangat Efektif
90-100 %	Efektif
80-90 %	Cukup Efektif
60-80 %	Kurang Efektif
<60 %	Tidak Efektif

Sumber: Depdagri, Kepmendagri No. 47 Tahun 1999

Kontribusi Pajak Reklame

Menurut Chintya, Wahyuni, dan Situmorang (2024), kontribusi adalah jumlah sumbangan yang diberikan oleh suatu kegiatan atau sumber penghasilan terhadap total penghasilan secara keseluruhan. Dalam hal pajak, kontribusi menunjukkan seberapa besar sumbangan dari jenis pajak tertentu terhadap total penerimaan pemerintah daerah dari pajak.

Menurut Lamia et al. (2015), semakin tinggi hasil perbandingan kontribusi, semakin besar pula peran pajak daerah terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD). Sebaliknya, jika hasil perbandingannya rendah, maka peran pajak daerah terhadap PAD juga terlihat kecil. Dalam penelitian ini, analisis kontribusi digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan penerimaan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Purwakarta. Kontribusi Pajak dapat dihitung dengan rumus:

Kontribusi Pajak

$$= \frac{\text{Realisasi penerimaan pajak daerah}}{\text{Realisasi penerimaan PAD}} \times 100\%$$

Tabel 2. Kriteria Penilaian Kontribusi

Persentase (%)	Kriteria
> 50%	Sangat Baik
40%–50%	Baik
30% – 40%	Cukup Baik
20% – 30%	Sedang
10% – 20%	Kurang Baik
<10	Sangat Kurang

Sumber : Tim Litbang Depdagri Fisiopol UGM

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menunjukkan adanya perbedaan hasil mengenai efektivitas dan kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah. Noeng et al. (2025) menunjukkan bahwa efektivitas pajak reklame Kota Manado tahun 2021–2023 tergolong kurang efektif dengan rata-rata 67,60%, sedangkan kontribusinya terhadap PAD termasuk kategori sangat kurang dengan rata-rata 1,80%. Sripradita et al. (2014) menunjukkan bahwa pajak reklame di Kabupaten Kediri tergolong efektif dengan rata-rata di atas 100% dan cukup membantu PAD, meskipun masih perlu dioptimalkan.

Ratdiananto et al. (2016) menunjukkan bahwa kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah Kota Probolinggo masih rendah meskipun pertumbuhannya stabil. Lamia et al. (2015) menunjukkan bahwa pajak reklame efektif dan memberikan kontribusi positif terhadap PAD Kabupaten Minahasa Utara. Sementara itu, Kobandaha dan Wokas (2016) menunjukkan bahwa pajak reklame efektif dan berkontribusi cukup baik terhadap PAD Kota Kotamobagu. Syahda dan Setya (2023) menunjukkan bahwa efektivitas pajak reklame tinggi, yaitu lebih dari 100%, namun kontribusinya terhadap PAD masih sangat rendah.

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, terlihat bahwa hasil penelitian mengenai efektivitas dan kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah masih berbeda di setiap daerah. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat efektivitas dan kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Purwakarta pada periode 2021–2025.

Objek penelitian ini adalah Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Purwakarta, terutama pada penerimaan pajak reklame. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat efektivitas dan kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Purwakarta.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Kabupaten Purwakarta. Data yang digunakan meliputi target dan realisasi penerimaan pajak reklame serta target dan realisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD) selama periode 2021–2025. Pengumpulan data dilakukan dengan metode dokumentasi melalui dokumen resmi, laporan, atau arsip yang berkaitan dengan objek penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif. Analisis dilakukan dengan menggambarkan perkembangan penerimaan pajak reklame dan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Purwakarta serta menginterpretasikan hasil perhitungan efektivitas dan kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah. Analisis efektivitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana target penerimaan pajak reklame telah tercapai, sedangkan analisis kontribusi digunakan untuk mengetahui seberapa besar penerimaan pajak reklame berperan terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Purwakarta.

Hasil perhitungan efektivitas dan kontribusi kemudian disajikan dalam bentuk tabel dan dijelaskan secara naratif untuk menggambarkan perkembangan penerimaan pajak reklame, tingkat pencapaian target, serta kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Purwakarta selama periode 2021–2025.

3. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Objek Penelitian

Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Kabupaten Purwakarta merupakan Organisasi Perangkat Daerah yang mengelola Pendapatan Asli Daerah melalui sub sektor perpajakan, retribusi daerah, serta pemungutan Bea Perolehan Hak Atas Tanah dan Bangunan (BPHTB). Bapenda Kabupaten Purwakarta terbentuk berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Purwakarta Nomor 9 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kabupaten Purwakarta dan mulai terbentuk pada tanggal 3 Januari 2017.

Bapenda Kabupaten Purwakarta berlokasi di Jl. Gandanegara No. 25, Kelurahan Negeri Kidul, Kecamatan Purwakarta, Jawa Barat 41111. Dalam

penelitian ini, Bapenda Kabupaten Purwakarta menjadi sumber data sekunder berupa target dan realisasi penerimaan pajak reklame serta Pendapatan Asli Daerah (PAD) selama periode 2021–2025.

Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame

Analisis efektivitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana penerimaan pajak reklame mampu mencapai target yang telah ditetapkan oleh pemerintah daerah. Data target dan realisasi penerimaan pajak reklame Kabupaten Purwakarta selama periode 2021–2025 disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Target dan Realisasi Pajak Reklame Kabupaten Purwakarta Tahun 2021–2025

Tahun	Target Pajak Reklame (Rp)	Realisasi Pajak Reklame (Rp)
2021	3.500.000.000	3.836.181.388
2022	4.000.000.000	4.218.684.202
2023	4.745.056.974	4.509.725.960
2024	5.350.824.580	5.931.929.176
2025	7.000.735.800	6.110.346.924

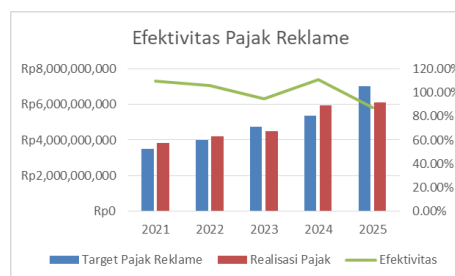
Sumber: Badan Pendapatan daerah Kabupaten Purwakarta

Berdasarkan Tabel 3, penerimaan pajak reklame di Kabupaten Purwakarta menunjukkan peningkatan dari tahun 2021 hingga 2025. Pada tahun 2021, realisasi penerimaan pajak reklame mencapai Rp3.836.181.388 dari target Rp3.500.000.000. Pada tahun 2022, realisasi meningkat menjadi Rp4.218.684.202 dari target Rp4.000.000.000. Pada tahun 2023, realisasi sebesar Rp4.509.725.960 belum mencapai target Rp4.745.056.974. Selanjutnya, pada tahun 2024 realisasi meningkat menjadi Rp5.931.929.176 dan melebihi target Rp5.350.824.580. Pada tahun 2025, realisasi mencapai Rp6.110.346.924, tetapi masih berada di bawah target Rp7.000.735.800.

Berdasarkan hasil perhitungan tingkat efektivitas, penerimaan pajak reklame tahun 2021 mencapai 109,61% dan tahun

2022 sebesar 105,47%, keduanya termasuk kategori sangat efektif. Pada tahun 2023 tingkat efektivitas sebesar 95,04% dan termasuk kategori efektif. Tahun 2024 mencapai 110,86% dan termasuk kategori sangat efektif, sedangkan tahun 2025 mengalami penurunan menjadi 87,28% dan termasuk kategori kurang efektif.

Hasil tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame selama periode 2021–2025 disajikan pada Gambar 1.



Data: Diolah peneliti, 2026

**Gambar 1. Efektivitas Pajak Reklame
Kabupaten Purwakarta Tahun 2021–2025**

Berdasarkan hasil analisis, efektivitas penerimaan pajak reklame Kabupaten Purwakarta selama periode 2021–2025 secara umum berada pada kategori sangat efektif dengan rata-rata efektivitas sebesar 101,65%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Purwakarta pada umumnya mampu merealisasikan penerimaan pajak reklame sesuai atau melampaui target yang telah ditetapkan.

Meskipun secara umum berada pada kategori sangat efektif, efektivitas mengalami penurunan pada tahun 2023 dan 2025. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa realisasi penerimaan pajak reklame belum mampu mengikuti target yang telah ditetapkan pemerintah daerah. Penurunan tersebut dapat dipengaruhi oleh berkurangnya pemasangan reklame oleh pelaku usaha, belum optimalnya pendataan dan pengawasan terhadap objek pajak reklame, serta perubahan

strategi promosi pelaku usaha ke media digital. Oleh karena itu, diperlukan evaluasi terhadap penetapan target agar disesuaikan dengan potensi daerah serta kondisi ekonomi yang berkembang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Sripradita et al. (2014) yang menyatakan bahwa efektivitas pajak reklame berada pada kategori sangat efektif. Penelitian Lamia et al. (2015) juga menunjukkan bahwa pengelolaan pajak reklame telah berjalan secara efektif. Sementara itu, Syahda dan Setya (2023) menyimpulkan bahwa pajak reklame memiliki tingkat efektivitas yang tinggi meskipun kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah masih relatif rendah.

Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame

Analisis kontribusi digunakan untuk mengetahui seberapa besar penerimaan pajak reklame memberikan sumbangan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Purwakarta. Data realisasi penerimaan pajak reklame dan Pendapatan Asli Daerah selama periode 2021–2025 disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Realisasi Pajak Reklame dan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Purwakarta Tahun 2021–2025

Tahun	Realisasi Pajak Reklame (Rp)	Realisasi Pendapatan Asli Daerah (Rp)
2021	3,836,181,388	286,064,771,702.00
2022	4,218,664,202	333,962,582,037.00
2023	4,509,725,960	338,160,104,269.00
2024	5,931,929,176	374,854,636,153.00
2025	6,110,346,924	484,130,929,807.00

Sumber: Badan Pendapatan Daerah

Berdasarkan Tabel 4, realisasi penerimaan pajak reklame mengalami peningkatan dari tahun 2021 hingga 2025. Pada tahun 2021 realisasi pajak reklame sebesar Rp3.836.181.388, kemudian meningkat menjadi Rp4.218.664.202 pada tahun 2022, Rp4.509.725.960 pada tahun 2023, Rp5.931.929.176 pada tahun 2024, dan Rp6.110.346.924 pada tahun 2025. Sementara itu, realisasi Pendapatan Asli Daerah juga mengalami perubahan selama periode penelitian.

Berdasarkan hasil perhitungan, kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah pada tahun 2021 sebesar 1,34%, tahun 2022 sebesar 1,26%, tahun 2023 sebesar 1,33%, tahun 2024 sebesar 1,58%, dan tahun 2025 sebesar 1,26%. Seluruh hasil tersebut termasuk dalam kategori sangat kurang berdasarkan kriteria kontribusi yang digunakan dalam penelitian.

Perkembangan kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Purwakarta selama periode 2021–2025 disajikan pada Gambar 2.



Data: Diolah peneliti, 2026

Gambar 2. Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Purwakarta Tahun 2021–2025

Berdasarkan hasil analisis, kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Purwakarta selama periode 2021–2025 memiliki rata-rata sebesar 1,36% dan termasuk dalam kategori sangat kurang. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun penerimaan pajak reklame terus meningkat setiap tahunnya, kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah masih tergolong kecil jika dibandingkan dengan sumber pendapatan daerah lainnya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pajak reklame belum menjadi salah satu sumber pendapatan utama dalam Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Purwakarta.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Syahda dan Setya (2023) yang menyatakan bahwa meskipun tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame cukup tinggi, kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah masih tergolong sangat kurang. Hal ini terjadi karena pendapatan dari pajak reklame masih sangat kecil dibandingkan dengan sumber pendapatan daerah lainnya. Oleh karena itu, pemerintah daerah perlu memperbaiki pengumpulan data objek pajak, meningkatkan pengawasan, serta mendorong wajib pajak untuk memenuhi aturan sehingga kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah dapat meningkat.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai efektivitas dan kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Purwakarta selama periode 2021–2025, dapat disimpulkan bahwa tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame termasuk dalam kategori sangat efektif dengan rata-rata sebesar 101,65%. Hal ini menunjukkan bahwa pemerintah daerah mampu merealisasikan penerimaan pajak reklame sesuai dengan target yang telah ditetapkan.

Kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Purwakarta selama periode 2021–2025 memiliki rata-rata sebesar 1,36% dan termasuk dalam kategori sangat kurang. Meskipun penerimaan pajak reklame mengalami peningkatan, kontribusinya terhadap PAD masih relatif kecil karena peningkatan PAD tidak sebanding dengan peningkatan penerimaan pajak reklame.

Perkembangan penerimaan pajak reklame selama periode penelitian menunjukkan arah yang semakin baik, yang terlihat dari meningkatnya realisasi penerimaan pajak reklame. Namun, masih terdapat beberapa hambatan yang memengaruhi penerimaan pajak reklame, seperti objek reklame yang belum tercatat dengan lengkap, tingkat kepatuhan pembayaran pajak yang belum maksimal, serta perlunya peningkatan pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame di Kabupaten Purwakarta..

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Kabupaten Purwakarta yang telah memberikan data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Universitas Singaperbangsa Karawang serta pihak-pihak yang telah memberikan dukungan selama proses penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Kobandaha, R., & Wokas, H. R. N. (2016). Analisis Efektivitas, Kontribusi Dan Potensi Pajak Reklame

- Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Kotamobagu. *Jurnal Emba*, 4(1), 1461–1472.
- Lamia, A. A., Saerang, D. P. E., Wokas, H. R. N., Akuntansi, J., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2015). Analisis Efektifitas Dan Kontribusi Pemungutan Pajak Restoran, Pajak Reklame, Dan Pajak Penerangan Jalan Pada Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Minahasa Utara. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(5).
- Mardiasmo. (2011). *Perpajakan: Edisi Revisi 2011*. Yogyakarta: Andi.
- Mardiasmo. (2013). *Perpajakan: Edisi Revisi*. Yogyakarta: CV Andi
- Noeng, A. N. R. S., Pesik, H., Daun, A. E., & Naha, M. A. (2025). Analisis Efektivitas Dan Kontribusi Penerimaan Pajak Air Tanah Dan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Manado. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Ekonomi*, 5(4).
- Pangesti, S. L., Rispantyo, & Kurniawanto, H. (2023). Analisis Kontribusi Penerimaan Pajak Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Karanganyar. *Jrmb*, 18(01).
- Ratdiananto, A., Musadieq, A. M., & Hidayat, K. (2016). Analisis Laju Pertumbuhan Dan Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Pajak Daerah (Studi pada Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan Dan Aset Kota Probolinggo). *Jurnal Perpajakan (Jejak)*, 8(1).
- Sripradita, A. N., Topowijono, & Husaini, A. (2014). Analisis Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (Studi Pada Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Kediri). *Jurnal E-Perpajakan*, 1(1).
- Syahda, N., & Setya, P. F. Y. (2023). Pengaruh Laju Pertumbuhan, Efektivitas, Dan Kontribusi Pajak Reklame, Bphtb, Pajak Air Tanah Terhadap Penerimaan Pad. Prosiding Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen, 3
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintahan Daerah.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2009 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti
- Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2008 tentang Perubahan Keempat atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan Menjadi Undang-Undang.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintahan Daerah.
- Yunita, E., & Yuliandi. (2020). Analisis Efektivitas Dan Kontribusi Pajak Reklame Dan Pajak Restoran Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(1), 79–92. [Http://Www.Djpk.Kemenkeu.Go.Id](http://Www.Djpk.Kemenkeu.Go.Id)