

Pengaruh Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Kupang

Maria R. Dhiu¹, Maria E. De V. Sanggo², Stefanie P. Mali Loe³, Fransiska E. Bunga⁴, Emiliana M. Lawalu⁵

Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, Indonesia

mariarosamistikad@gmail.com¹, verennsanggo@gmail.com²,
stefaniepriska0310@gmail.com³, fransiskaaenjelinebunga@gmail.com⁴,
lawalu80@gmail.com⁴

Submitted: 05th April 2025 | **Edited:** 14th June 2025 | **Issued:** 01st July 2025

Cited on: Dhiu, M. R., Sanggo, M. E. D. V., Loe, S. P. M., Bunga, F. E., & Lawalu, E. M. (2025). Pengaruh Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Kupang. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 8(3), 805-815.

ABSTRACT

This research investigates the influence of advertisement tax on the Local Own-Source Revenue (PAD) of Kupang City over the period from 2020 to 2024. As part of the regional tax system, advertisement tax contributes to the financing of regional development through the local government budget (APBD). While its share is relatively minor when compared to other local taxes such as those from restaurants, hotels, and parking, the advertisement tax still holds an important role in funding public services and infrastructure. The study employs a descriptive quantitative approach, with data gathered through interviews and official documents from the Regional Revenue Agency (BAPENDA) of Kupang City. The research focuses on comparing the annual targets and actual revenues from advertisement tax, as well as its contribution to overall PAD. The results show a fluctuating pattern in advertisement tax revenue, with the highest collection achieved in 2020 at 105.64% of the target, and the lowest in 2022 at only 54.28%. In 2024, the revenue reached around 66.9% of the planned target. Although inconsistent, advertisement tax remains a key element in supporting critical sectors such as education, healthcare, environmental sanitation, public infrastructure, and government operations. The study concludes that improving the management and enforcement of advertisement tax backed by firm regulations and effective oversight can increase its contribution to PAD and enhance the financial autonomy of the region.

Keywords: Billboard Tax, Local Government Revenue, Fiscal Autonomy, Tax Regulation, Kupang City

PENDAHULUAN

Pembangunan daerah yang berkelanjutan menuntut tersedianya sumber pembiayaan yang stabil dan mandiri. Salah satu instrumen utama dalam menopang pembiayaan tersebut adalah pajak, yang memberikan kontribusi signifikan terhadap anggaran pemerintah, baik pusat maupun daerah (Hutabarat, Simatupang, & Hartono, 2020). Pajak daerah, sebagai bagian dari Pendapatan Asli Daerah (PAD), merupakan indikator utama kemandirian fiskal pemerintah daerah. Melalui PAD, pemerintah

daerah dapat menjalankan otonomi dengan lebih leluasa dalam membiayai kebutuhan layanan publik dan pembangunan infrastruktur (Utami & Harahap, 2019).

Kota Kupang sebagai ibukota Provinsi Nusa Tenggara Timur, memiliki potensi penerimaan pajak daerah yang beragam, salah satunya berasal dari pajak reklame. Reklame, sebagai media promosi luar ruang, berfungsi untuk memperkenalkan produk atau layanan kepada publik, sehingga pemanfaatannya secara luas memberikan ruang fiskal bagi daerah melalui pungutan pajak (Firdausy, 2019). Pajak reklame termasuk dalam jenis pajak daerah yang diatur secara khusus dalam Peraturan Daerah Kota Kupang, dan tarifnya ditetapkan sebesar 25% dari nilai sewa reklame, sebagaimana diatur dalam Perda Nomor 1 Tahun 2024.

Namun, kontribusi pajak reklame terhadap PAD Kota Kupang masih tergolong fluktuatif dan relatif kecil dibandingkan jenis pajak lainnya seperti pajak restoran, hotel, dan parkir (Amung, Tameno, & Tungga, 2023). Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, antara lain rendahnya kepatuhan wajib pajak, lemahnya pengawasan, hingga perubahan struktur ekonomi lokal pascapandemi. Menurut Sari dan Handayani (2020), ketidakteraturan dalam realisasi pajak reklame sering kali dipicu oleh kurang optimalnya sistem penilaian nilai sewa reklame dan lemahnya basis data objek pajak.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, pajak reklame dikategorikan sebagai pajak daerah yang dipungut oleh pemerintah kabupaten/kota atas penyelenggaraan media promosi. Peran pajak reklame menjadi krusial karena dana yang diperoleh dialokasikan untuk pembiayaan sektor publik seperti pendidikan, kesehatan, dan pembangunan fasilitas umum (Redaksi Timex Kupang, 2022). Dengan pengelolaan yang tepat, pajak reklame dapat menjadi salah satu instrumen penting dalam meningkatkan kapasitas fiskal dan memperkuat otonomi daerah.

Meskipun beberapa studi sebelumnya telah membahas kontribusi pajak reklame terhadap PAD di berbagai daerah, namun masih sedikit penelitian yang secara khusus menganalisis tren jangka menengah (≥ 5 tahun) pajak reklame secara longitudinal di Kota Kupang. Penelitian ini mengisi kekosongan tersebut dengan menelusuri kontribusi pajak reklame terhadap PAD Kota Kupang selama periode 2020 hingga 2024.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1) mendeskripsikan tren target dan realisasi pajak reklame di Kota Kupang selama lima tahun terakhir; (2) menganalisis kontribusi pajak reklame terhadap PAD; dan (3) mengidentifikasi tantangan dan peluang optimalisasi pajak reklame sebagai salah satu sumber pendanaan daerah.

LANDASAN TEORI

Pajak

Pajak merupakan kontribusi wajib yang dibayarkan oleh individu maupun badan kepada negara berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan, tanpa adanya imbalan langsung, dan digunakan untuk membiayai pengeluaran negara guna mendukung kepentingan masyarakat secara keseluruhan. Pajak berperan sebagai instrumen utama dalam menciptakan keadilan sosial, redistribusi pendapatan, dan pembiayaan pembangunan nasional maupun daerah (Utami & Harahap, 2019).

Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, pajak didefinisikan sebagai kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, tanpa mendapatkan imbalan secara langsung, dan digunakan untuk keperluan

negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Definisi ini menegaskan bahwa pajak bukan hanya kewajiban administratif, tetapi juga merupakan bentuk partisipasi warga negara dalam kehidupan berbangsa dan bernegara.

Pendapat serupa dikemukakan oleh Adriani (dalam Yani & Wibowo, 2021), yang menyatakan bahwa pajak adalah iuran wajib yang dikenakan oleh negara kepada rakyatnya tanpa adanya kontraprestasi secara langsung, yang dipungut berdasarkan peraturan perundang-undangan guna membiayai pengeluaran negara. Sementara itu, menurut Djajadiningrat (dalam Dewi & Pratama, 2020), pajak merupakan kewajiban finansial yang lahir sebagai konsekuensi dari keberadaan individu dalam struktur negara dan digunakan untuk mencapai tujuan kesejahteraan umum.

Dengan demikian, pajak dapat dirangkum sebagai kontribusi wajib yang bersifat memaksa dan diatur oleh hukum, yang dibebankan kepada individu maupun badan usaha tanpa imbalan langsung, dengan tujuan untuk membiayai pengeluaran negara demi kepentingan publik secara luas. Peran strategis pajak dalam menopang kemandirian fiskal negara menuntut pengelolaan yang efektif dan transparan agar manfaatnya dapat dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat (Suryani & Arifin, 2022).

Fungsi Pajak

Pajak memainkan peran penting dalam menopang keberlangsungan suatu negara, karena menjadi salah satu sumber utama penerimaan negara. Fungsi-fungsi utama pajak meliputi:

1. Fungsi Anggaran (Budgeter)
Pajak berfungsi sebagai sumber dana utama negara yang digunakan untuk membiayai berbagai keperluan pengeluaran pemerintah.
2. Fungsi Pengaturan (Regulerend)
Melalui kebijakan pajak, pemerintah dapat mengendalikan dan mengarahkan kegiatan ekonomi, misalnya melalui pengenaan tarif tertentu untuk mendorong atau membatasi konsumsi atau produksi.
3. Fungsi Pemerataan (Distribusi)
Pajak membantu dalam meratakan pendapatan masyarakat melalui pengalokasian dana untuk program-program sosial dan pembangunan, sehingga dapat mengurangi kesenjangan ekonomi.

Klasifikasi Pajak

Jenis-jenis pajak di Indonesia dapat dibedakan berdasarkan dua kategori utama, yaitu:

1. Berdasarkan sifatnya
 - a. Pajak langsung, yaitu pajak yang dibebankan dan dibayarkan sendiri oleh wajib pajak, tanpa dapat dialihkan kepada pihak lain.
 - b. Pajak tidak langsung, yaitu pajak yang pembayarannya dilakukan oleh pihak tertentu, namun beban pajaknya dapat dialihkan kepada pihak lain, seperti konsumen.
2. Berdasarkan objek pemajakan
 - a. Pajak subjektif, yakni pajak yang mempertimbangkan kondisi atau kemampuan individu yang dikenai pajak.
 - b. Pajak objektif, yakni pajak yang dikenakan semata-mata berdasarkan objek tertentu, tanpa memperhatikan keadaan wajib pajak.
3. Karakteristik Pajak

Menurut Yani & Wibowo, (2021), pajak memiliki sejumlah ciri khas, antara lain:

- a. Pajak dikenakan berdasarkan hukum dan ketentuan yang berlaku serta dapat dipaksakan.
 - b. Pembayaran pajak tidak disertai dengan imbalan secara langsung dari negara kepada pembayar pajak.
 - c. Pemungutan pajak dilakukan oleh pemerintah pusat maupun daerah.
 - d. Pajak digunakan untuk membiayai pengeluaran negara, dan apabila terjadi surplus, digunakan untuk investasi publik.
 - e. Selain sebagai sumber pendanaan (fungsi budgeter), pajak juga memiliki fungsi sebagai alat regulasi ekonomi.
4. Manfaat Pajak
- Dana pajak yang dikumpulkan dari masyarakat dimanfaatkan untuk berbagai kepentingan yang mendukung kesejahteraan umum, di antaranya:
- a. Membiayai gaji dan operasional aparatur sipil negara (ASN), kepolisian, dan militer.
 - b. Mendanai pembangunan infrastruktur publik seperti jalan, jembatan, sekolah, rumah sakit, dan fasilitas umum lainnya.
 - c. Menyediakan anggaran untuk perlengkapan dan operasional keamanan nasional.
 - d. Membantu pembayaran utang negara.
 - e. Menyediakan bantuan sosial seperti subsidi pangan, layanan kesehatan, dan pendidikan gratis untuk masyarakat kurang mampu.

Teori-Teori Pemungutan Pajak

Teori Asuransi

Dalam teori ini, pembayaran pajak dianalogikan seperti membayar premi asuransi. Artinya, setiap warga negara diwajibkan membayar pajak sebagai bentuk imbalan atas perlindungan yang diberikan negara terhadap hak-hak mereka, termasuk keamanan jiwa dan harta benda.

Teori Kepentingan

Teori ini menyatakan bahwa kewajiban membayar pajak didasarkan pada sejauh mana seseorang memperoleh manfaat dari keberadaan negara. Semakin besar kepentingan yang dimiliki seseorang, maka semakin besar pula pajak yang seharusnya dibayarkan.

Teori Daya Pikul

Menurut teori ini, semua warga negara memiliki kewajiban membayar pajak sesuai dengan kemampuan ekonominya. Kemampuan ini dihitung berdasarkan beban tanggungan dan kondisi keuangan individu atau rumah tangganya.

Teori Bakti

Teori ini menekankan bahwa warga negara memiliki kewajiban moral dan hukum untuk menyumbangkan pajak sebagai bentuk pengabdian kepada negara. Negara memiliki hak penuh untuk memungut pajak demi kepentingan umum karena merupakan perwakilan dari keseluruhan warga negaranya.

Teori Asas Daya Beli

Dalam teori ini, besarnya pajak yang harus dibayarkan oleh seseorang ditentukan oleh kemampuan atau daya belinya. Artinya, mereka yang memiliki daya beli tinggi harus membayar pajak lebih besar dibandingkan dengan yang memiliki daya beli rendah.

Definisi Pajak Daerah

Pajak daerah adalah kontribusi wajib dari individu atau badan kepada pemerintah daerah yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang. Pajak ini tidak memberikan imbalan secara langsung kepada pembayar dan digunakan untuk kepentingan pembangunan serta pelayanan publik di wilayah daerah tersebut. Menurut Mardiasmo (2019), pajak daerah merupakan jenis pajak yang ditetapkan dalam peraturan daerah dan hasil pemungutannya dimanfaatkan untuk membiayai kebutuhan rumah tangga pemerintahan daerah.

Adapun dalam Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2004 yang merupakan revisi dari Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997, dijelaskan bahwa pajak daerah adalah pungutan wajib dari individu atau badan kepada daerah tanpa balasan langsung yang setara, dan pemungutannya bersifat memaksa menurut peraturan perundang-undangan untuk mendukung penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan daerah.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pajak daerah merupakan iuran wajib yang dipungut oleh pemerintah daerah dari warga atau badan usaha, dengan tujuan untuk membiayai operasional pemerintah dan pembangunan di tingkat daerah.

Pajak Reklame

Definisi Pajak Reklame

Pajak reklame adalah jenis pajak yang dikenakan atas kegiatan penyelenggaraan reklame. Reklame sendiri merujuk pada segala bentuk media, benda, tindakan, atau alat yang memiliki tampilan visual tertentu yang dimaksudkan untuk tujuan komersial, seperti mempromosikan atau memperkenalkan produk, jasa, atau individu kepada masyarakat luas.

Menurut Firdausy (2019), reklame adalah media dalam berbagai bentuk dan corak yang digunakan untuk tujuan promosi atau menarik perhatian publik terhadap suatu produk, jasa, atau orang, yang dapat dilihat, dibaca, atau didengar oleh masyarakat umum kecuali reklame yang diselenggarakan oleh pemerintah.

Sementara itu, Carunia Mulya Firdausy (2019) mendefinisikan pajak reklame sebagai pungutan atas penyelenggaraan reklame dengan tujuan komersial, di mana reklame dimaksud merupakan bentuk media atau tindakan promosi. Dari uraian para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa pajak reklame adalah pungutan atas pelaksanaan media promosi komersial dalam berbagai bentuk yang dapat disaksikan atau dinikmati oleh publik, dengan tujuan utama menarik perhatian masyarakat terhadap barang, jasa, atau individu tertentu.

Kategori Pajak Reklame

Pada umumnya, reklame dibagi menjadi dua jenis utama:

1. Reklame Produk

Jenis reklame ini menyampaikan informasi mengenai suatu barang atau jasa dengan tujuan utama sebagai sarana promosi.

2. Reklame Non-Produk

Jenis reklame ini tidak mempromosikan barang atau jasa secara langsung, melainkan memuat nama perusahaan, badan usaha, atau identitas bisnis seperti logo dan simbol. Tujuannya adalah untuk memperkenalkan keberadaan entitas tersebut kepada masyarakat luas.

Ketentuan Tarif Pajak Reklame

Mengacu pada Peraturan Daerah Nomor 10 Tahun 2011 tentang Pajak Daerah, berikut ketentuan tarif pajak reklame:

1. Pasal 22 menetapkan bahwa tarif pajak reklame adalah sebesar 25%.

2. Pasal 23 menjelaskan bahwa jumlah pokok pajak reklame yang terutang dihitung dengan mengalikan tarif pajak yang disebutkan pada Pasal 22 dengan dasar pengenaan pajak sebagaimana ditetapkan dalam Pasal 21.

Rumus Menghitung Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Persentase kontribusi penerimaan dari pajak reklame terhadap PAD dapat dihitung dengan rumus:

$$(\text{Realisasi} \div \text{Target}) \times 100$$

Pendapatan Asli Daerah

Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan salah satu sumber utama pembiayaan daerah yang mencerminkan tingkat kemandirian fiskal suatu pemerintah daerah. PAD digunakan untuk membiayai seluruh aktivitas pemerintahan, mulai dari operasional lembaga pemerintahan hingga pelaksanaan program pembangunan yang bersifat strategis dan menyentuh langsung kebutuhan masyarakat (Utami & Harahap, 2019).

Menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 Pasal 157, PAD meliputi pendapatan dari pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, serta lain-lain pendapatan asli daerah yang sah. Komponen-komponen tersebut menunjukkan bahwa PAD berasal dari potensi ekonomi daerah yang harus dikelola secara mandiri sesuai prinsip otonomi daerah (Simanjuntak & Wijaya, 2021).

Mardiasmo (2020) menjelaskan bahwa PAD merupakan representasi dari kemampuan daerah dalam membiayai urusan pemerintahan berdasarkan potensi ekonomi lokal. Semakin besar kontribusi PAD dalam struktur APBD, semakin tinggi tingkat kemandirian fiskal suatu daerah. Sejalan dengan hal tersebut, Hakim dan Nuraini (2021) menegaskan bahwa PAD tidak hanya berfungsi sebagai instrumen keuangan, tetapi juga sebagai indikator keberhasilan tata kelola pemerintahan daerah.

Pendapat serupa dikemukakan oleh Suryani dan Arifin (2022), yang menyatakan bahwa PAD mencerminkan efektivitas pemerintah daerah dalam menggali sumber-sumber penerimaan yang berasal dari wilayahnya sendiri. Oleh karena itu, daerah perlu merumuskan strategi pengelolaan pajak dan retribusi secara sistematis guna mengoptimalkan kontribusi PAD terhadap Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa PAD adalah keseluruhan pendapatan yang diperoleh daerah dari sumber daya ekonomi lokal yang dipungut berdasarkan ketentuan hukum dan digunakan untuk membiayai seluruh kegiatan pemerintahan dan pembangunan daerah secara mandiri dan berkelanjutan.

Sumber-Sumber Pendapatan Asli Daerah

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 Pasal 157, sumber PAD meliputi:

1. Pendapatan dari Pajak Daerah
Merupakan komponen utama dalam keuangan daerah selain retribusi.
2. Pendapatan dari Retribusi Daerah
Retribusi adalah pungutan wajib yang dibayar masyarakat sebagai imbalan atas jasa yang diberikan pemerintah daerah secara langsung dan hanya dinikmati oleh individu yang membayar retribusi (Simanjuntak & Wijaya, 2021).
3. Penghasilan dari Kekayaan Daerah yang Dipisahkan
Merupakan pendapatan dari aset milik daerah yang tidak dicatat sebagai kekayaan umum daerah, tetapi dikelola dan dipertanggungjawabkan secara terpisah dalam anggaran daerah.

4. Pendapatan Sah Lainnya

Termasuk di dalamnya adalah:

- a. Hasil penjualan kekayaan daerah yang telah dipisahkan
- b. Pendapatan dari jasa giro
- c. Pendapatan dari bunga simpanan atau investasi daerah

Mengacu pada Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2004 yang merupakan perubahan dari Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997, pajak daerah adalah pungutan yang diwajibkan kepada individu atau badan yang tidak memberikan imbalan secara langsung dan digunakan untuk membiayai urusan pemerintahan serta pembangunan daerah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan tujuan untuk menggambarkan fenomena kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Kupang selama periode 2020 hingga 2024. Pendekatan ini dinilai sesuai karena dapat menguraikan hubungan antarvariabel berdasarkan data empiris tanpa melakukan pengujian hipotesis secara inferensial (Siregar & Sembiring, 2021). Penelitian deskriptif kuantitatif menekankan pada pengumpulan dan penyajian data numerik, yang kemudian diinterpretasikan untuk menjawab permasalahan penelitian secara sistematis (Arumsari & Dewi, 2020).

Variabel yang digunakan terdiri atas variabel independen, yaitu penerimaan pajak reklame, dan variabel dependen, yaitu Pendapatan Asli Daerah. Variabel bebas didefinisikan sebagai faktor yang memengaruhi perubahan pada variabel terikat, sedangkan variabel terikat merupakan aspek yang dipengaruhi akibat keberadaan variabel bebas (Yuliana & Wardhani, 2019). Dalam konteks ini, pajak reklame sebagai sumber pendapatan yang dikenakan atas penyelenggaraan reklame dinilai memiliki kontribusi tertentu terhadap PAD Kota Kupang.

Rancangan penelitian disusun secara sistematis berdasarkan prinsip-prinsip metode ilmiah. Desain penelitian deskriptif digunakan untuk memperoleh gambaran objektif mengenai kontribusi pajak reklame, baik dari sisi target maupun realisasi terhadap PAD (Setiawan & Pramesti, 2023). Penelitian dilakukan dengan studi kasus di Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) Kota Kupang, sebagai institusi yang berwenang dalam pengelolaan pajak reklame.

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh pegawai yang bekerja pada bagian pembukuan dan pelaporan di BAPENDA Kota Kupang. Namun, karena keterbatasan sumber daya dan fokus pada data spesifik, penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu (Utami & Nugroho, 2022). Sampel dalam penelitian ini adalah satu orang pegawai yang memiliki pengetahuan dan tanggung jawab langsung terhadap pelaporan pendapatan pajak reklame. Penggunaan key informant dianggap relevan dalam konteks penelitian dengan pendekatan deskriptif dan data dokumentatif.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dua metode, yakni wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara langsung dengan menggunakan pedoman pertanyaan terbuka untuk menggali informasi dari responden terkait dasar hukum, mekanisme, dan kontribusi pajak reklame terhadap PAD. Pendekatan ini sesuai dengan metode kualitatif terstruktur untuk mendukung data kuantitatif (Moleong, 2021). Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data sekunder berupa target dan realisasi

penerimaan pajak reklame serta data PAD Kota Kupang periode 2020–2024. Sumber dokumentasi berasal dari arsip resmi BAPENDA Kota Kupang dan dokumen APBD.

Instrumen penelitian yang digunakan mencakup lembar pertanyaan wawancara berisi tujuh butir pertanyaan utama yang berkaitan langsung dengan topik penelitian, mulai dari dasar hukum pemungutan hingga pemanfaatan pajak reklame dalam pembiayaan daerah. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan menghitung kontribusi pajak reklame terhadap PAD melalui rumus persentase: $(\text{Realisasi} \div \text{Target}) \times 100\%$. Teknik ini bertujuan untuk memberikan gambaran komparatif dan tren fluktuasi kontribusi selama periode penelitian (Puspitasari & Fadli, 2021).

HASIL PENELITIAN

Hasil Wawancara

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan responden, sehingga pada tabel berikut ini peneliti memaparkan hasil wawancara dengan responden R di bagian pembukuan dan pelaporan.

Tabel 1. Tabel Hasil Wawancara

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Aturan apa yang mendasari apabila pemasangan reklame dikenakan pajak?	Aturan yang mendasari apabila pemasangan reklame dikenakan pajak adalah Peraturan Daerah Kota Kupang Nomor 6 Tahun 2011 tentang Pajak Daerah, yang mencakup Pajak Reklame. Peraturan Daerah Kota Kupang Nomor 2 Tahun 2016, yang merupakan perubahan atas Perda Nomor 6 Tahun 2011.
2.	Pajak di Kota Kupang yang paling banyak berkontribusi itu apa?	Dalam keseluruhan pendapatan asli daerah (PAD), pajak restoran termasuk salah satu kontributor terbesar dari sektor pajak daerah, bersamaan dengan pajak hotel dan parkir. Sampai bulan November 2023, penerimaan dari pajak restoran di Kota Kupang telah mencapai Rp 25 miliar, melampaui target yang ditetapkan sebelumnya yaitu sebesar Rp 22 miliar.
3.	Dalam sekali pemasangan reklame, berapakah pajak yang dikenakan?	Di wilayah Kota Kupang, besarnya pajak untuk pemasangan reklame ditetapkan sebesar 25% dari nilai sewa reklame. Mengacu pada Peraturan Daerah Kota Kupang Nomor 1 Tahun 2024, khususnya Pasal 31 hingga 34, dasar pengenaan pajak tersebut didasarkan pada nilai sewa reklame yang dapat ditentukan melalui kontrak sewa atau dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti jenis, bahan, lokasi, durasi pemasangan, jumlah, serta ukuran reklame.
4.	Apakah pajak yang dikenakan sama untuk semua jenis reklame?	Tidak, tarif pajak reklame di Kota Kupang tidak sama untuk semua jenis reklame. Tergantung pada jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah, dan ukuran reklamennya.
5.	Berapa persen pemasukan reklame bagi Pendapatan Asli Daerah di Kota Kupang?	Persentase pemasukan reklame bagi Pendapatan Asli Daerah di Kota Kupang yaitu pada tahun 2020 sebesar 105,64%, pada tahun 2021 turun sebesar 91,91%, pada tahun 2022 mengalami penurunan lagi sebesar 39%, kemudian pada tahun 2023 mengalami peningkatan sebesar 89%, dan pada tahun 2024 mengalami penurunan sebesar 66%.

6.	Penerimaan pajak reklame diperuntukan untuk apa saja?	Pendapatan dari pajak reklame di Kota Kupang dimanfaatkan untuk mendukung berbagai kebutuhan daerah, terutama dalam upaya meningkatkan layanan publik seperti sektor pendidikan, kesehatan, kebersihan, serta pembangunan infrastruktur seperti jalan, taman kota, dan penerangan umum. Selain itu, dana tersebut juga digunakan untuk menunjang operasional pemerintahan, pengaturan dan pengawasan reklame, serta kebutuhan mendesak lainnya. Seluruh penerimaan ini tercatat sebagai bagian dari Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan dialokasikan melalui APBD setiap tahun.
7.	Sejauh mana pengaruh pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD)?	Pajak reklame di Kota Kupang memberikan dampak yang jelas dan berarti terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD), walaupun kontribusinya masih tergolong kecil jika dibandingkan dengan jenis pajak daerah lainnya.

Sumber : Hasil Penelitian, 2025

Pendapatan Asli Daerah di Kota Kupang

Tabel 2. Target dan Realisasi PAD Kota Kupang Tahun 2020-2024

Tahun	Target PAD (Rp Miliar)	Realisasi PAD (Rp Miliar)
2020	Rp.163,03	Rp.167,53
2021	Rp.190,78	Rp.180,02
2022	Rp.107,12	Rp.42,50
2023	Rp.220,96	Rp.190,53
2024	Rp.130,46	Rp.121,87

Sumber : Hasil Penelitian, 2025

Penerimaan Pajak Reklame di Kota Kupang

Tabel 3. Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame di Kota Kupang

Tahun	Target (Rp Miliar)	Realisasi (Rp Miliar)
2020	Rp. 3.000.000.000	Rp. 3.169.283.163
2021	Rp. 3.000.000.000	Rp. 2.757.327.988
2022	Rp. 3.500.000.000	Rp. 1.900.000.000
2023	Rp. 4.250.000.000	Rp. 3.763.000.000
2024	Rp. 4.675.000.000	Rp. 3.129.000.000

Sumber : Hasil Penelitian, 2025

Pembahasan

Penerimaan pajak reklame di Kota Kupang selama kurun waktu 2020 hingga 2024 mengalami perubahan yang cukup fluktuatif dari tahun ke tahun. Pada tahun 2020, target penerimaan sebesar Rp.3 miliar berhasil terlampaui dengan realisasi sebesar Rp3.169.283.163 atau sekitar 105,64%, yang mencerminkan pengelolaan yang efektif dan tingkat kepatuhan wajib pajak yang baik. Namun, pada tahun berikutnya yaitu 2021, penerimaan mengalami penurunan menjadi Rp2.757.327.988 atau sekitar 91,91% dari target yang sama. Kondisi ini memburuk pada 2022, meskipun target dinaikkan menjadi Rp3,5 miliar, namun realisasi hanya mencapai Rp1,9 miliar atau sekitar 54,28%, menunjukkan penurunan hingga 39% dibandingkan tahun sebelumnya. Memasuki 2023, penerimaan kembali menunjukkan peningkatan, dengan target Rp4.250.000.000 dan realisasi Rp3.763.000.000 atau sekitar 88,54%. Akan tetapi, pada tahun 2024, terjadi kembali penurunan meskipun target ditingkatkan menjadi

Rp4.675.000.000, namun capaian hanya mencapai Rp3.129.000.000 atau sekitar 66,9% dari yang ditargetkan.

Pendapatan dari pajak reklame ini dimanfaatkan oleh Pemerintah Kota Kupang untuk menunjang berbagai kebutuhan pembangunan daerah. Dana ini diprioritaskan untuk peningkatan layanan publik, seperti sektor pendidikan, kesehatan, kebersihan, serta pengembangan infrastruktur meliputi pembangunan jalan, taman kota, dan penerangan umum. Di samping itu, dana pajak reklame juga digunakan untuk mendukung kegiatan operasional pemerintahan, termasuk penataan dan pengawasan reklame, serta untuk menutupi kebutuhan mendesak lainnya. Seluruh penerimaan tersebut tercatat sebagai bagian dari Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan dialokasikan secara resmi melalui APBD setiap tahunnya.

Pemungutan pajak reklame diatur melalui Peraturan Daerah Kota Kupang Nomor 6 Tahun 2011 tentang Pajak Daerah, yang telah mengalami perubahan dengan diterbitkannya Perda Nomor 2 Tahun 2016 dan disempurnakan kembali melalui Perda Nomor 1 Tahun 2024. Penentuan besarnya pajak reklame didasarkan pada nilai sewa reklame sebesar 25%, yang dihitung berdasarkan kontrak sewa atau dengan mempertimbangkan sejumlah faktor seperti jenis reklame, bahan, lokasi pemasangan, durasi pemasangan, jumlah, dan ukurannya. Oleh karena itu, besaran pajak reklame bervariasi tergantung pada karakteristik masing-masing reklame dan tidak bersifat seragam.

Walaupun kontribusi pajak reklame terhadap total PAD Kota Kupang masih tergolong kecil bila dibandingkan dengan jenis pajak lainnya seperti pajak restoran, hotel, dan parkir, namun perannya tetap signifikan. Misalnya, pada tahun 2020, kontribusi pajak reklame sekitar 1,88% dari total realisasi PAD sebesar Rp167,53 miliar. Di sisi lain, pajak restoran memberikan kontribusi tertinggi dengan realisasi mencapai Rp25 miliar hingga November 2023, melebihi target awal yang ditetapkan sebesar Rp22 miliar. Fakta ini memperlihatkan bahwa meskipun tidak menjadi penyumbang utama, pajak reklame tetap menjadi unsur penting dalam struktur penerimaan daerah, terutama jika dikelola dengan baik, didukung regulasi yang jelas, dan dibarengi peningkatan kepatuhan dari para pelaku usaha reklame.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat dinyatakan bahwa pajak reklame memiliki peran yang signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Kupang, meskipun kontribusinya masih lebih kecil dibandingkan jenis pajak daerah lainnya seperti pajak restoran, hotel, dan parkir. Dalam rentang waktu 2020 hingga 2024, penerimaan pajak reklame menunjukkan pola yang tidak stabil, dengan pencapaian tertinggi pada tahun 2020 yang berhasil melampaui target, sedangkan tahun 2022 menjadi tahun dengan capaian terendah karena realisasinya hanya sekitar setengah dari target. Walaupun demikian, pajak reklame tetap memiliki posisi strategis dalam struktur PAD karena digunakan untuk mendanai berbagai sektor layanan masyarakat dan pembangunan, seperti bidang pendidikan, kesehatan, kebersihan lingkungan, pembangunan infrastruktur, serta mendukung operasional pemerintahan daerah. Adanya dasar hukum yang kuat serta mekanisme pengenaan tarif berdasarkan karakteristik reklame membuat jenis pajak ini memiliki potensi untuk terus dikembangkan. Dengan demikian, diperlukan peningkatan dalam hal pengawasan, kepatuhan dari wajib pajak, serta pengelolaan yang lebih efisien agar penerimaan dari pajak reklame dapat

ditingkatkan dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap kemandirian keuangan daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Amung, B. A. W., Tameno, N., & Tungga, C. A. (2023). Analysis of the Growth Rate and Effectiveness of Advertisement Tax Revenue on Original Regional Income in Kupang City. *Formosa Journal of Sustainable Research*, 2(10), 2487–2500.
- Arumsari, R. D., & Dewi, A. R. (2020). Pendekatan kuantitatif dalam penelitian sosial ekonomi. *Jurnal Sosial Humaniora*, 11(1), 45–52.
- Dewi, K. A. S., & Pratama, R. A. (2020). Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Pajak Indonesia*, 2(1), 45–52.
- Firdausy, C. M. (2019). *Pajak Reklame dalam Perspektif Ekonomi dan Hukum*. Jakarta: Gema Insani.
- Hakim, L. N., & Nuraini, F. (2021). Kemandirian Fiskal Daerah dalam Perspektif PAD. *Jurnal Keuangan Daerah*, 3(2), 33–42.
- Hutabarat, R., Simatupang, D., & Hartono, T. (2020). Kontribusi Pajak Terhadap Pembiayaan Publik. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 11(3), 187–194.
- Mardiasmo. (2019). *Otonomi & Manajemen Keuangan Daerah*. Yogyakarta: Andi.
- Mardiasmo. (2020). *Perpajakan Edisi Revisi*. Yogyakarta: Andi.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi revisi). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Puspitasari, E., & Fadli, M. (2021). Efektivitas dan kontribusi pajak reklame terhadap PAD. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Pajak*, 6(2), 78–89.
- Redaksi Timex Kupang. (2022, 30 Juni). Hingga Mei, capaian PAD Kota Kupang Rp 40 miliar, ini target pendapatan tahun 2022. *TimexKupang.fajar.co.id*.
- Sari, R. P., & Handayani, T. (2020). Strategi Peningkatan Pajak Daerah dalam Era Digital. *Jurnal Pajak dan Keuangan Negara*, 5(1), 42–53.
- Setiawan, A., & Pramesti, D. A. (2023). Desain penelitian deskriptif dalam studi kebijakan publik. *Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, 4(1), 66–74.
- Simanjuntak, M., & Wijaya, A. (2021). Analisis Sumber Pendapatan Daerah. *Jurnal Otonomi Daerah*, 6(3), 99–108.
- Siregar, H., & Sembiring, T. (2021). Strategi penelitian kuantitatif: Implementasi dan tantangan. *Jurnal Metodologi Riset Sosial*, 5(1), 25–34.
- Suryani, N., & Arifin, R. (2022). Optimalisasi PAD dalam Mendukung Kemandirian Fiskal Daerah. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 9(1), 21–30.
- Suryani, N., & Arifin, R. (2022). Pajak Sebagai Instrumen Stabilitas Ekonomi. *Jurnal Ekonomi Makro*, 9(1), 45–53.
- Susanti, R., Hidayat, T., & Zulkarnain, F. (2021). Fungsi Pajak dalam Pengelolaan Negara. *Jurnal Keuangan Negara*, 10(1), 65–72.
- Utami, D., & Harahap, S. R. (2019). Pajak Daerah dalam Meningkatkan Kemandirian Fiskal. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Publik*, 4(2), 88–97.
- Utami, I. F., & Nugroho, D. (2022). Penggunaan purposive sampling dalam penelitian kebijakan publik. *Jurnal Studi Kebijakan dan Manajemen*, 7(1), 88–97.
- Yani, A., & Wibowo, H. (2021). *Konsep Dasar Pajak: Teori dan Praktik*. Bandung: Alfabeta.
- Yuliana, A., & Wardhani, P. (2019). Konsep variabel dalam penelitian sosial dan aplikasinya. *Jurnal Pendidikan Sosial*, 10(2), 112–120.
- Yuliana, D., & Putri, A. S. (2021). Efektivitas Pajak Daerah dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah. *Jurnal Ekonomi Daerah*, 8(1), 101–110.