



Pajak Reklame Berkontribusi Pada PAD Garut, Benarkah?

Intan Juniarti¹; Kasmah Djuanda²; Acep Abdul Basith³

Universitas Garut

2402214126@fekon.uniga.ac.id

Abstrak

Meningkatnya pajak iklan ataupun reklame berbanding lurus dengan pertumbuhan berbagai perusahaan yang menggunakan iklan untuk mengembangkan usahanya, dimana pajak reklame ini memiliki kontribusi terhadap PAD. Riset ini bermaksud untuk meninjau bagaimana kontribusi pajak reklame pada PAD. Pada riset ini penulis menggunakan metode deskriptif dan juga dipertegas dengan metode kuantitatif. Data deret waktu mengenai pajak reklame dan PAD didapatkan sejak tahun 2015-2017 dari BAPENDA Kabupaten Garut. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa tidak terdapat kontribusi yang signifikan dari pajak reklame kepada PAD Kabupaten Garut dengan rata-rata persentase kontribusi pajak reklame yang sangat rendah, yakni hanya sebesar 0,75%.

Kata kunci: pajak reklame, pendapatan asli daerah

Abstract

The increase in advertising or billboard tax is directly proportional to the growth of various companies that use advertising to develop their businesses, where this advertising tax has a contribution to PAD. This research intends to review how advertising tax contributes to PAD. In this research, the author uses a descriptive method and is also emphasized by a quantitative method. Time series data on advertising tax and PAD were obtained from 2015-2017 from BAPENDA Garut Regency. Based on the results of the study, it was found that there was no significant contribution from advertising tax to PAD Garut Regency with an average percentage of advertising tax contribution being very low, which is only 0.75%.

Keywords: advertising tax, local revenue

1 Pendahuluan

Dalam melaksanakan pemerintahan Indonesia telah menggunakan otonomi daerah sebagai sistemnya, dimana aturan ini berdasarkan Undang-Undang Otonomi Daerah, sehingga setiap wilayah diberikan keleluasaan untuk mengatur pemerintahannya, termasuk tanggung jawab pemerintah daerah untuk memiliki pendapatan sendiri dari aktivitas pengelolaan kegiatan di daerahnya, hal ini dimaksudkan agar daerah dapat melaksanakan pemerintahannya dengan baik dan mandiri (Sani, 2016). Daerah juga diberikan keleluasaan dalam mengolah dan mengelola segala potensi yang dimilikinya untuk kepentingan daerah itu sendiri (Lidyawati, 2017), namun pemanfaatan dari komoditas alam sebagai penopang utama sumber pendapatan harus mulai diperhatikan berkaitan dengan sumber daya alam yang semakin banyak di gunakan yang menyebabkannya semakin menipis, oleh karena itu berdasarkan hal ini pemerintah perlu mencari sumber pendapatan lain selain dari sumber daya alam sebagai pendapatan daerahnya (Hakim et al., 2018).

Berdasarkan Undan-Undang mengenai Pemerintahan Daerah menjelaskan bahwa PAD merupakan segala macam wewenang pemerintah daerah untuk memperbanyak kekayaan daerah, hal ini pun harus selaras dengan Undang-Undang yang diberlakukan. Kunci untuk daerah menjadi mandiri adalah dengan melakukan pengelolaan dengan baik mengenai pendapatannya. Pendapatan daerah itu terdiri dari beragam sumber, baik itu dari pendapatan daerah itu sendiri, ataupun pendapatan yang didapatkan dari pajak, ataupun retribusi, hasil dari berbagai perusahaan yang ada di daerah dan juga hasil dari pengelolaan alam yang ada di wilayah tersebut.

Saat ini banyak reklame yang terpampang di jalanan kota Garut, maka dari itu perkembangan wajib pajak akan kian meningkat tiap tahunnya. Berikut adalah data realisasi dan target pajak reklame yang didapatkan mulai tahun 2015 hingga tahun 2017 pada tabel berikut:

Tabel 1 Realisasi dan Target Pajak Reklame Tahun 2015 – 2017 Badan Pengelola Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Garut

Tahun Anggaran	Target Pajak Reklame (Rp)	Realisasi Pajak Reklame (Rp)
2015	3.010.000.000,00	3.378.260.602,00
2016	3.430.000.000,00	3.604.299.409,00
2017	3.700.000.000,00	3.597.992.305,00

Di Kabupaten Garut objek pajak iklan atau reklame meningkat seiring dengan pertumbuhan perusahaan, industri dan jasa yang menggunakan iklan dalam kepentingan bisnis dan mengembangkan kegiatan usahanya. Dalam ilmu pemasaran terdapat konsep bauran pemasaran atau *marketing mix* yang salah satu dimensinya adalah melakukan kegiatan promosi, yaitu aktivitas untuk mengomunikasikan baik itu produk ataupun jasa kepada target market. Dimana salah satu aktivitasnya adalah membuat iklan dengan memasang reklame. Maka prospek pajak iklan dan reklame memiliki potensi di kemudian hari. Penelitian ini bermaksud untuk mengkonfirmasi mengenai peran pajak reklame yang secara teori memiliki berkontribusi dalam meningkatkan PAD.

2. Tinjauan Pustaka

Pajak Reklame

Reklame merupakan *tools* yang digunakan untuk mengomunikasikan atau menarik perhatian khalayak umum terhadap jasa ataupun produk yang ditawarkan. Dimana reklame ini dikenakan pajak atas penyelenggara reklame (Siahaan 2010). Dalam memasang reklame diperlukan izin, baik itu izin tetap atau izin terbatas. Dimana prosesnya diperlukan permohonan terlebih dahulu menggunakan surat permohonan untuk menyelenggarakan reklame itu sendiri. Dimana besarnya pajak akan reklame ini perlu dibayar oleh wajib pajak.

Mahmudi (2010) menjelaskan bahwa terdapat dua potensi pajak reklame diantaranya adalah potensi pajak reklame serta efektivitas pajak reklame. Potensi ini artinya bahwa segala sesuatu yang kemudian menjadi hasil memang ada, namun tidak didapatkan saat ini juga. Sedangkan untuk mendapatkannya dibutuhkan bermacam upaya contohnya potensi pajak maka diperlukan upaya pajak (*tax effort*). Sedangkan efektivitas pajak reklame adalah hubungan antara tujuan dengan keluaran atau *goals* yang akan dicapai sehingga jika semakin besar hasil yang didapatkan maka prosesnya dikatakan efektif.

Pendapatan Asli Daerah

Pendapatan daerah ini adalah barometer yang diaplikasikan guna untuk melihat mengenai sejauh mana daerah tersebut bisa mandiri untuk melakukan roda pemerintahannya dengan pendapatan yang dihasilkan dari berbagai aktivitas ataupun pemanfaatan potensi dan sumber daya yang ada dari wilayah tersebut. Pemerintah pusat akan mengurangi anggarannya jika penghasilan dari pemerintah daerah ini besar. Anggaran belanja daerah pun di dukung dengan PAD. Disini dilihat bagaimana daerah dapat mengeksplorasi macam-macam pendapatan dari berbagai sumber dan potensi yang dimilikinya dan

pendapatan lainnya yang sah. Hal ini sesuai dengan yang tercantum Undang-Undang n0 33 tahun 44 yang menjelaskan bahwa PAD ini merupakan penerimaan daerah dari berbagai sumber pada wilayahnya. Dengan kata lain PAD ini merupakan pendapatan dari suatu daerah dengan berdasarkan Undang-Undang yang berlaku untuk mengoptimalkan pendapatannya. Sumber PAD ini diatur oleh Undang-Undang no 28 Tahun 2009 Wulandari (2018)

3 Metode Penelitian

Metode deskriptif digunakan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Dikaji mengenai kondisi dan konteks masalah mengenai kontribusi pajak reklame dan PAD di Kabupaten Garut. Dua variabel digunakan pada penelitian ini yaitu pajak reklame dan PAD atau PAD.

Tabel 2. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Data
Pajak Reklame Mahmudi (2011)	1. Efektivitas penerimaan pajak reklame	Rasio antara hasil pemungutan pajak dan target pajak	Rasio
	2. Kontribusi Pajak Reklame	Rasio antara realisasi penerimaan pajak reklame dengan pajak daerah	
Pendapatan Asli Daerah Mahmudi (2010)	1. Pajak Daerah	Pajak Reklame	

Terdapat data primer yang didapatkan berdasarkan hasil tanya jawab dengan bagian BAPENDA di Kabupaten Garut. Selain itu terdapat data sekunder yang bersumber dari BAPENDA Kabupaten Garut, yaitu data time series atau deret waktu yang dikumpulkan dari tahun 2011 hingga 2015 yang bersumber dari laporan pemerintah Kabupaten Garut mengenai realisasi APBD. Data-data lain dikumpulkan dengan kajian pustaka dari berbagai sumber, penelitian lapangan dilakukan untuk dapat melengkapinya. Data yang penulis dapatkan diolah dan di paparkan dengan menggunakan tabel agar lebih mudah dipahami dan juga dianalisis untuk kemudian diambil keputusan berdasarkan hasil penelitian ini.

4 Pembahasan

Penerimaan Pajak Reklame Kabupaten Garut

Berikut ini merupakan cara untuk mengukur tingkat efektifitas, dimana caranya dengan membagi realisasi dari penerimaan pajak terhadap total pajak yang ditargetkan, dimana hasilnya akan merupakan persentase. Berikut adalah rumus mengenai tingkat efektifitas pada persamaan 1:

$$\text{Tingkat Efektivitas Pajak} = \frac{\text{Realisasi penerimaan pajak reklame}}{\text{Target Pajak Reklame}} \times 100\% \quad \dots(1)$$

Untuk dapat melihat nilai efektifitas secara detail maka dibuatkan kriteria berdasarkan Kepmendagri No. 690.900.327 Tahun 1994 mengenai pedoman penilaian dan kinerja keuangan, yang dikategorikan tingkat efektifitas sebagai berikut.

Tabel 3. Kriteria Efektivitas

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

Sumber: Kepmendagri No. 690.900.327 tahun 1996

Berdasarkan rentang kelas efektivitas tersebut dilihat mengenai keefektifan pajak, dimana semakin besar persentase maka pajak akan dinilai semakin efektif. Apabila melebihi dari 100% maka penerimaan pajak tersebut dinilai sangat efektif. Dalam menghitung efektivitas pengelolaan penerimaan pajak reklame penelitian dengan memakai data sekunder yang peneliti dapatkan mengenai target dan juga realisasinya mengenai pendapatan Pajak Reklame di Kabupaten Garut di tahun 2015 hingga tahun 2017. Peneliti dapat mengumpulkan data yang berhubungan dengan pajak reklame untuk mengetahui besarnya pendapatan pajak reklame Kabupaten Garut, berikut ini data yang mengenai Penerimaan Pajak Reklame tahun 2015-2017 yang telah disusun sebagai berikut:

Tabel 4 Anggaran dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Tahun 2015-2017

Tahun	Anggaran (Rp)	Realisasi (Rp)	Naik (Turun) (Rp)	Persentase (%)
2015	Rp3.010.000.000,00	Rp3.378.260.602,00	Rp368.260.602,00	112,23
2016	Rp3.430.000.000,00	Rp3.604.299.409,00	Rp174.299.409,00	105,08
2017	Rp3.700.000.000,00	Rp3.597.992.305,00	(Rp102.007.695,00)	97,24

Sumber: BAPENDA Kabupaten Garut (Data diolah Kembali)

Berdasarkan tabel 4 diatas terlihat kenaikan penerimaan pajak dari tahun 2015 hingga dengan tahun 2016. Jika dilihat dari anggaran dan realisasinya data ini menunjukkan terjadi peningkatan yang cukup baik. Untuk dapat mengetahui persentase pertumbuhannya dengan cara menghitung rasio realisasi pajak reklame terhadap anggaran pajak reklame di kali 100. Penerimaan yang dianggarkan oleh Pemerintah Kabupaten Garut kian tahun semakin bertambah, mulai dari tahun 2015 hingga 2017.

Pajak reklame seiring waktu selalu meningkat hingga realisasi pajak reklame dari tahun 2015-2016 selalu dapat tercapai bahkan melampaui target yang ditentukan, hal itu dapat disebabkan oleh adanya beberapa wajib pajak yang baru mendaftarkan sehingga penerimaan pajak reklame terus bertambah dan tidak mengalami penurunan, sedangkan pada tahun 2017 menurun bahkan tidak menyampai target karena disebabkan oleh banyak pemasangan reklame beralih ke media online dan kurang kesadaran untuk membayar pajak reklame. Mardiasmo (2011;8) menyebutkan bahwa kesadaran dalam membayar pajak memang sangat penting dan memiliki kontribusi yang sangat tinggi. Namun terdapat hambatan berupa perlawanan-perlawanan yang dilakukan oleh wajib pajak sehingga pada akhirnya akan berpengaruh terhadap pemungutan pajak.

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa secara keseluruhan dari tahun 2015-2016 memiliki tingkat efektivitas yang fluktuatif, pencapaian kriteria penerimaan pajak reklame di Kabupaten Garut dari tahun 2015-2016 sangat efektif karena tingkat persentase penerimaan pajak reklame menunjukkan angka diatas 100%, yaitu pada 2015 - 2016 mengalami kenaikan yaitu persentase nya tahun 2015 sebesar 112,23% dan nilai realisasinya Rp 3.378.260.602,00, sedangkan tahun 2016 persentasenya 105,08% dan nilai realisasinya sebesar Rp 3.604.299.409,00, ini disebabkan karena penambahan reklame sehingga terjadi penambahan realisasi dan meningkatkan efektivitasnya. Sedangkan tahun 2017 terjadi degradasi dengan persentase sebesar 97,24% dengan realisasinya sebesar Rp 3.597.922.305,00, hal ini diakibatkan oleh adanya penurunan disebabkan karena banyak yang berpindah ke media online serta disebabkan penurunan jumlah reklame dari 2016 totalnya (2017) dan tahun 2017 sebesar (1718) sehingga realisasi penerimaan berkurang otomatis efektivitas pun berkurang. Kondisi ini tetap menunjukkan bahwa Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) Kabupaten Garut telah mencapai target yang diharapkan dengan sangat baik.

Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Dibawah ini adalah data Anggaran penerimaan PAD dan realisasi penerimaan PAD Kabupaten Garut yang diperoleh dari tahun 2015 sampai dengan 2017 yang disajikan pada tabel berikut:

Tabel 5. Anggaran dan Realisasi PAD Tahun 2015 -2017

Tahun	Anggaran (Rp)	Realisasi (Rp)	Persentase Realisasi/Anggaran (%)
2015	392.357.893.451,00	419.201.758.615,11	106,84
2016	427.865.899.432,35	385.312.223.031,89	90,05
2017	714.955.896.619,17	693.405.830.711,00	96,99

Sumber: BAPENDA Kabupaten Garut (Data diolah kembali)

Dari data primer diatas dapat dilihat yakni penerimaan pajak reklame yang direncanakan oleh pemerintah, memiliki trend yang naik seiring waktu. mulai dari tahun 2015 target penerimaan PAD sebesar Rp 329.357.893.451,00 namun dalam realisasinya sebesar Rp 419.201.758.615,11 dan mengalami peningkatan persentase sebesar 106,84%, dan 2016 target penerimaan PAD mengalami peningkatan sebesar Rp 427.865.899.432,35 dan realisasi nya sebesar Rp 385.312.223.031,89 mengalami penurunan persentasenya sebesar 90,05% , dan pada tahun 2017 target penerimaan PAD mengalami peningkatan sebesar Rp 714.955.896.619,17, namun realisasinya hanya sebesar Rp 693.405.830.711,00 mengalami penurunan dari target yang diharapkan persentase nya hanya sebesar 96,99% .

Tabel 6 Anggaran dan Realisasi dan Komponen Pajak Daerah Tahun 2017

Pajak Daerah	Anggaran (Rp)	Realisasi (Rp)	Persentase Pencapaian (%)
Pajak Hotel	8.000.000.000	7.229.140.123	90,36
Pajak Restoran	11.000.000.000	11.831.635.663	107,56
Pajak Hiburan	3.200.000.000	3.270.710.409	102,21
Pajak Reklame	3.700.000.000	3.597.992.305	97,24
Pajak Penerangan Jalan	26.500.000.000	26.778.744.254	101,05
Pajak Parkir	450.000.000	372.447.956	82,77
Pajak Air Tanah	4.000.000.000	919.082.004	22,98
Pajak Sarang Burung Walet	10.780.000	11.050.000	102,50
Pajak Mineral bukan Logam dan Bantuan	2.850.000.000	3.052.492.741	107,11
Pajak Bumi dan Bangunan Pedesaan dan Perkotaan	36.993.209.183	37.629.197.130	101,72
Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan	23.272.851.184	18.332.919.942	78,77
Jumlah	119.976.840.367	113.025.412.527	94,21

Sumber: BAPENDA Kabupaten Garut (diolah kembali tahun 2018)

in atau anggaran yang tidak tercapai, yang pertama adalah pajak Hotel yang persentasenya hanya sebesar 90,36%, dan yang kedua pajak Reklame persentase hanya sebesar 97,24%, dan yang ketiga pajak parkir yang persentasenya mencapai sebesar 82,77%, dan yang keempat pajak air dan tanah yang hanya dapat realisasinya atau persentase nya sebesar 22,98% dan yang kelima bea perolehan sebesar 78,77%. Tabel dibawah ini menjelaskan sebab akibat terjadinya penurunan PAD sebagai berikut:

Tabel 7 Data Target Penerimaan PAD dan Realisasi Penerimaan PAD Tahun 2015-2017

Tahun	Kode	Target	Realisasi	Bertambah/ Berkurang	Presentasi Realisasi/ Anggaran %
2017	4.1.1	119.976.840.367	113.025.412.527	(6.951.427.840)	94,21
	4.1.2	21.105.378.522	15.506.399.384	(5.598.979.138)	73,47
	4.1.3	5.867.341.572	5.867.341.588	16	100,00
	4.1.4	568.006.336.158	559.006.677.212	(8.999.658.946)	98,42
	TOTAL	714.955.896.619	693.405.830.711	(21.550.065.908)	96,99

Sumber: BAPENDA Kabupaten Garut (diolah kembali tahun 2018)

Dari data diatas target penerimaan PAD yang telah disusun pemerintah tahun 2017 dalam realisasinya mengalami penurunan yang signifikan beberapa sektor yang dalam penerimaannya masih dibawah target. Hanya pendapatan lain-lain dengan kode 4.1.3 yang sesuai dengan target anggaran. Menurut Undang-Undang 28 tahun 2009 tentang pajak Daerah dan komponen pajak daerah menyebutkan ada 11 jenis pajak daerah yang termasuk pajak daerah, apabila komponen pajak daerah tersebut mengalami penurunan maka jumlah penerimaan dari pajak daerah tersebut akan berkurang atau mengalami penurunan. Dan berdasarkan Undang-Undang no 33 tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara

Pemerintah Pusat serta Pemerintah Daerah, berbagai sumber PAD yang dapat menunjang peningkatan PAD terdiri dari Pajak yang didapatkan daerah,, hasil pengelolaan berdasarkan semua kekayaan daerah yang dipisahkan, retribusi yang dibayarkan kepada daerah ataupun PAD lainnya yang Sah, maka dapat disebutkan bahwa jika sumber-sumber penerimaan PAD menurun maka juga akan mengalami penurunan pada PAD itu sendiri.

Kontribusi Pajak Reklame Terhadap PAD Kabupaten Garut

Analisis ini diaplikasikan untuk melihat seperti apa pajak daerah menyumbangkan kontribusi dalam penerimaan PAD (Chandra, 2016), hal ini dilakukan untuk dapat menjawab dari tujuan penelitian ini. Berikut adalah formula sederhana yang digunakan penulis untuk dapat mengetahui kontribusi pajak reklame sebagai berikut:

$$\text{Kontribusi Pajak} = \frac{\text{Realisasi Pendapatan Pajak Reklame}}{\text{Realisasi Penerimaan PAD}} \times 100\% \quad \dots(2)$$

Persamaan diatas adalah formula yang digunakan untuk mengukur mengenai seberapa persen kontribusi pajak, dimana akan dibandingkan antara realisasi pendapatan pajak dengan realisasi penerimaannya, hasilnya akan didapatkan berupa persentase, dimana persentase tersebut dapat di pahami berdasarkan klasifikasi kriteria kontribusi yang telah ditetapkan, dimana semakin mendekati 4% maka tingkat kontribusi dinilai sangat berkontribusi, untuk lebih memperjelas mengenai range tingkat kontribusi berikut adalah klasifikasinya:

Tabel 8. Klasifikasi Kriteria Kontribusi	
Persentase	Tingkat kontribusi
>4%	Sangat Berkontribusi
3% - 3,9%	Berkontribusi
2% - 2,9%	Cukup Berkontribusi
1% - 1,9%	Kurang Berkontribusi
0% - 0,9%	Tidak Berkontribusi

Sumber: Fuad 2009, diolah kembali tahun 2018

Berikut merupakan data realisasi penerimaan pajak reklame dan realisasi penerimaan PAD Kabupaten Garut yang diperoleh dari 2015, 2016 dan 2017.

Tabel 9. Kontribusi Pajak Reklame terhadap PAD Kabupaten Garut Tahun 2015-2017

Tahun	Penerimaan Pajak Reklame		Penerimaan PAD		%
2015	Rp	3.378.260.602,00	Rp	419.201.758.615,00	0,81
2016	Rp	3.604.299.409,00	Rp	385.312.223.031,00	0,94
2017	Rp	3.597.992.305,00	Rp	693.405.830.711,00	0,52
Rata-rata					0,75

Sumber: BAPENDA Kabupaten Garut, diolah kembali 2018

Dari tahun 2015 - 2017 mengalami sedikit kenaikan kontribusi berdasarkan persentase, sedangkan pada tahun 2016 - 2017 telah terjadi penurunan persentase yang cukup signifikan. Berdasarkan kriteria kontribusi yang dikatakan Fuad Bawazier dalam Indriani (2010:33) pada tahun 2015 sampai dengan 2017 kontribusi pajak reklame termasuk tidak berkontribusi dimana apabila hasil yang diperoleh 0%-09%, artinya bahwa pajak reklame tersebut tidak berkontribusi. Kriteria dari kontribusi pajak dari tahun 2015 hingga 2017 rata-rata nya hanya sebesar 0,75%, hal ini pun menunjukkan bahwa tidak adanya kontribusi. Sehingga berdasarkan analisis sepanjang tahun 2015 hingga 2017 tidak terdapat kontribusi. Kontribusi ini digunakan oleh kita untuk dapat mengetahui seefektif apa pajak daerah dapat memberikan sumbangsih pada penerimaan PAD (Mahmudi, 2010:145). Untuk mengetahuinya maka

dapat dilihat dengan membandingkan penerimaan pada pajak reklame taun tertentu dengan PAD di periode yang sama. Pajak daerah harus berbanding positif dengan PAD untuk melihat sejauh mana kontribusi yang diberikannya.

Pemerintah telah berusaha maksimal meskipun hanya sedikit kontribusi yang diberikan oleh pajak reklame. BAPENDA pun sudah cukup baik dalam mengupayakan, dengan melakukan sosialisasi kepada masyarakat yang nantinya akan menambah wawasan bagi masyarakat itu sendiri dan secara langsung akan menambah kesadaran terhadap kewajiban yang wajib mereka lakukan. Walaupun sering kali wajib pajak tidak melaporkan hal itu disebabkan karena kurangnya kesadaran dari wajib pajak tersebut. Terdapat beberapa faktor yang dapat menyebabkan target dan realisasi dari pajak menjadi tidak sesuai, maka apabila faktor yang menjadi penghambat atau yang menjadikan pajak reklame menjadi berkurang dan dapat diatasi, maka penerimaan pajak reklame dapat optimal atau dapat memberikan kontribusi yang tinggi (Soekanto, 2012:5) .

5 Simpulan dan Saran

Simpulan

1. Penerimaan pajak dari aktivitas reklame di Kabupaten Garut pada 2015 - 2016 mengalami peningkatan dari target yang diharapkan atau dari anggaran maupun realisasinya, peningkatan ini disebabkan karena terdapat reklame-reklame baru yang mendaftar dan juga kepatuhan para wajib pajak. Sedangkan pada tahun 2017 terjadi penurunan dari target yang telah diharapkan, ini disebabkan karena iklan dan reklame mulai terdistrupsi oleh media online, dan terdapat penurunan pada kesadaran wajib pajak untuk membayar sehingga target tidak tercapai dengan optimal.
2. Terjadi peningkatan pada PAD Kabupaten Garut pada tahun 2015 dan dapat terealisasi dengan baik, namun pada tahun 2016 hanya dapat terealisasi sebesar 99.05% dan hingga tahun 2017 terjadi sedikit peningkatan hingga terealisasi sebesar 96%. Hal ini disebabkan oleh penurunan beberapa unsur dari PAD itu sendiri, salah satunya adalah unsur pajak daerah yang dapat terealisasinya sebesar 94,21%, retribusi daerah hanya dapat direalisasikan sebesar 73,47% dan PAD lain yang sah hanya sebesar 98.42%
3. Tidak terdapat Kontribusi yang signifikan pajak reklame terhadap PAD Kabupaten Garut sejak 2015 sampai dengan 2017 dengan persentase 0,81% pada tahun 2015, dan pada tahun 2016 persentasenya sebesar 0,94, dan pada tahun 2017 persentasenya sebesar 0,52%, jadi rata-rata kontribusi pajak reklame persentasenya sebesar 0,75%. hal tersebut berdasarkan kriteria nilai kontribusi pajak reklame yang memiliki tidak berkontribusi dengan persentase 0%-0,9%.

Saran

1. Diharapkan untuk pemerintah daerah Kabupaten Garut agar dapat memperhatikan berbagai potensi yang dapat memberikan peningkatan bagi PAD, salah satunya adalah pajak reklame yang semakin meningkat dan memiliki potensi yang sangat tinggi dan dapat membantu dalam meningkatkan PAD, serta pemerintah daerah dianjurkan untuk dapat memberikan informasi seperti penyuluhan ataupun sosialisasi kepada wajib pajak, dalam upaya meningkatkan kesadaran mengenai pentingnya pajak yang harus mereka bayar selaku wajib pajak terhadap keberlangsungan pembangunan di Kabupaten Garut.
2. Bagi wajib pajak diharapkan agar dapat lebih menaati peraturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah dan membuka wawasan agar dapat lebih memahami tentang perpajakan yang sangat penting bagi pembangunan daerah.
3. Bagi penelitian selanjutnya agar dapat meneliti dengan menambah atau melengkapi indikator yang telah ada sehingga bisa mendapatkan temuan yang lebih valid dengan cakupan yang

beragam, tidak hanya pada pajak reklame saja tetapi dari komponen PAD yang lainnya seperti pajak retribusi dan lain sebagainya.

Daftar Pustaka

- Candra. (2016). *Analisis Kontribusi Dan Efektivitas Pajak Hotel Terhadap Pajak Daerah Kota Padang*. Jurnal Akuntansi FE Unsil.
- Hakim, M., Sarma, M., & Harianto, H. (2018). Strategi Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Di Kabupaten Kepulauan Anambas. *Jurnal Manajemen Pembangunan Daerah*, 10(1), 15–24. https://doi.org/10.29244/jurnal_mpd.v10i1.22701
- Lidyawati. (2017). Kewenangan Pemerintah Daerah Dalam Pengelolaan Sumber Daya Alam Pertambangan Minerba Di Era Otonomi Daerah. *Jurnal Agregasi : Aksi Reformasi Government Dalam Demokrasi*, 5(1). <https://doi.org/10.34010/agregasi.v5i1.218>
- Mahmudi. (2010). *Analisis Laporan Keuangan Pemerintah Daerah, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen*. Yogyakarta
- Mahmudi (2011). *Akuntansi Sektor Publik Yogyakarta: UII Press Yogyakarta (Anggota IKAPI)*
- Mardiasmo. (2011). *Perpajakan Edisi Revisi Tahun 2011*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Nasir, M. S. (2019). Analisis Sumber-Sumber Pendapatan Asli Daerah Setelah Satu Dekade Otonomi Daerah. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 2(1), 30. <https://doi.org/10.14710/jdep.2.1.30-45>
- Sani, S. (2016). Sejarah Perkembangan Otonomi Daerah Di Indonesia. *Jurnal Sriksetra*, 5(9), 79–83. <http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/dih/article/view/278>
- Siahaan, M.P. (2016). *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah* (edisi revisi). Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Soekanto, S. (2012). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Wulandari, P.A (2018). *Pajak Daerah Pendapatan Asli Daerah*. Yogyakarta Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah