



Available online at: <https://intropublica.org/index.php/rp>

**RES PUBLICA:  
JOURNAL OF SOCIAL POLICY ISSUES**

ISSN (Online) 2964-8769



# Implementasi Kebijakan Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak Daerah Pada Suku Dinas Pelayanan Pajak Kota Administrasi Jakarta Barat

**Agitta S. Purwaningtias**

Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

ruthagitta@gmail.com

## ARTICLE INFORMATION

Received: July 18<sup>th</sup>, 2022  
Revised: August 20<sup>th</sup>, 2022  
Accepted: September 17<sup>th</sup>, 2022  
Available online: September 30<sup>th</sup>, 2022

## KEYWORDS

*advertisement tax, policy implementation*

## ABSTRACT

*This study aims to determine the implementation of policies in the advertising tax increase local tax revenue as well as to determine the obstacles that exist in improving the advertisement tax. This study uses a qualitative approach with descriptive analysis method which means explaining the data and the facts accurately and systematically. Samples taken are reports revenue plan and actual revenues Advertising Tax Rate Tax Office In West Jakarta Administration Year 2015-2016. The results showed that in the year 2015-2016 advertisement tax acceptance was not optimal due to the advertising tax revenue realization is still considered low and the determination of the target too high and unrealistic to tax revenues advertisement. Based on this, Better Local Government Policy Before Removing supposed to socialize in advance, as well as coordinating with the parties concerned with the advertisement tax hike before the policy rule Value Rent Advertisement issued, so it will not burden the taxpayer. Provides strict sanctions to the organizers of illegal billboards.*

## INTRODUCTION

Seiring berkembangnya reklame di Provinsi DKI Jakarta yang begitu banyak, hal ini menjanjikan keuntungan bagi penyelenggara reklame dan potensi pajak reklame yang begitu besar dari banyaknya reklame yang beredar di ruas jalan ibukota, namun dari banyaknya reklame yang beredar tidak otomatis menjamin peningkatan penerimaan pendapatan pajak reklame. Hal ini disebabkan oleh kurangnya kesadaran wajib pajak dalam membayar pajak reklame yang terutang dan adanya pemasangan reklame yang liar serta adanya kenaikan nilai sewa reklame.

Dengan adanya reklame liar yang tidak mengajukan izin reklame serta reklame yang sudah habis masa pajaknya, dan tidak mengajukan perpanjangan izin kepada Dinas Pelayanan Pajak Provinsi DKI Jakarta dan Suku Dinas Pelayanan Pajak untuk di perpanjang tetapi reklame tersebut masih dapat berdiri di ruas jalan serta adanya kenaikan nilai sewa reklame. Keadaan tersebut tentunya sangat merugikan bagi penerimaan pendapatan daerah dari sektor pajak



Available online at: <https://intropublica.org/index.php/rp>

## RES PUBLICA: JOURNAL OF SOCIAL POLICY ISSUES

ISSN (Online) 2964-8769



reklame. Target pajak reklame yang begitu besar dari adanya banyaknya reklame yang beredar namun penerimaan dari pajak reklame yang begitu kecil menyebabkan adanya target yang tidak terpenuhi.

Untuk itu diperlukannya sebuah terobosan dalam meningkatkan penerimaan pajak reklame, berbagai kendala yang menyangkut persyaratan, mekanisme, prosedur, sarana pemungutan bahkan birokrasi institusi perlu dihilangkan dan sesuai perundang-undangan yang berlaku. Sosialisasi peraturan perundang-undangan perpajakan reklame juga diperlukan untuk meningkatkan kewajiban dalam membayar pajak, dimana pajak reklame harus dapat diimplementasikan dengan baik kepada wajib pajak sehingga peningkatan penerimaan Pajak reklame terhadap Pajak Daerah dapat meningkat.

Wilayah yang dijadikan peneliti dalam melakukan penelitian adalah wilayah Kota Administrasi Jakarta Barat. Wilayah Jakarta Barat merupakan daerah penghubung bagi wilayah Tangerang Provinsi Banten untuk memasuki wilayah Ibukota Jakarta. Oleh sebab itu Prospek Pajak reklame di Kota Administrasi Jakarta Barat masih cukup menjanjikan dimana masyarakat kota lain yang akan masuk maupun keluar dari Kota Jakarta akan melihat perkembangan produk yang ditawarkan perusahaan yang di tawarkan melalui media Iklan Reklame.

Wilayah Kota Jakarta Barat juga mempunyai tempat strategis untuk pemasangan reklame yang berbentuk spanduk, Baliho, bahkan yang lebih canggih lagi yaitu Berupa Layar *Laser Compact Disc* (LCD) raksasa atau yang sering disebut sebagai reklame megatron yan berbentuk *Light Emitting Diode*. Pada saat ini penggunaan media reklame masih sangat diminati oleh perusahaan untuk menjual produk yang mereka tawarkan. Sehingga dalam sisi ekonomi saling menguntungkan untuk perusahaan dan masyarakat yang melihat produk yang akan ditawarkan perusahaan. Untuk itu pihak perusahaan seharusnya lebih patuh dalam membayar Pajak Reklame yang terutang kepada Suku Dinas Pelayanan Pajak Kota Administrasi Jakarta Barat.

Fenomena yang terjadi begitu banyak pemasangan iklan media reklame yang berada di wilayah Kota Administrasi Jakarta Barat, namun tidak seimbang dengan peningkatan penerimaan pendapatan pajak reklame tiap tahunnya. Banyak perusahaan yang tidak mengurus izin pemasangan media reklame dan tidak membayarkan pajak reklame, sehingga dapat merugikan Penerimaan Daerah dari sektor Pajak Reklame.

### METHOD

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yang menyajikan dan menganalisa data sehingga mendapatkan gambaran yang cukup atas objek yang diteliti. Dapat dikatakan deskriptif karena menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang akan diteliti.

Teknik pengambilan data dilakukan dengan pendekatan investigasi yaitu dengan cara bertatap muka langsung dengan orang-orang yang ada ditempat penelitian, melakukan observasi dan wawancara secara mendalam serta mempelajari dokumen yang berkaitan dengan focus yang diteliti. Penelitian ini tidak terbatas hanya pada pengumpulan data dan penyusunannya saja, tetapi juga meliputi analisis dan interpretasikan tentang arti kata tersebut. Dengan demikian maka penulis dapat memberikan gambaran mengenai Implementasi kebijakan Pajak Reklame dan kontribusi penerimaan pajak reklame dalam meningkatkan penerimaan pajak daerah di Suku



Available online at: <https://intropublica.org/index.php/rp>

## RES PUBLICA: JOURNAL OF SOCIAL POLICY ISSUES

ISSN (Online) 2964-8769



Dinas Pelayanan Pajak Kota Administrasi Jakarta Barat. Selanjutnya, penulis dapat mengetahui hambatan dan upaya apa saja yang dilakukan dalam meningkatkan penerimaan pajak reklame dalam meningkatkan pajak daerah.

### RESULT AND DISCUSSION

Kebijakan pajak reklame yang dibuat Dinas Pelayanan Pajak Provinsi DKI Jakarta pada intinya ingin meningkatkan penerimaan dari sektor pajak reklame, satu kebijakan yang telah dikeluarkan dan diberlakukan pada tahun 2014 adalah dengan dikeluarkannya Peraturan Gubernur Provinsi DKI Jakarta Nomor 27 Tahun 2014 tentang Penetapan Nilai Sewa Reklame sebagai Dasar Pengenaan Pajak Reklame.

Pada Peraturan Gubernur tersebut telah diatur tentang kenaikan Nilai Sewa reklame, namun demikian dengan melihat realisasi penerimaan Suku Dinas Pelayanan pajak Kota Administrasi Jakarta Barat, Tahun 2015 (Rp.75.861.723.286) dibandingkan dengan penerimaan tahun 2016 (Rp.80.070.673.459) kenaikannya tidak terlalu besar hanya 0,55%.

Pada tahun 2016 adanya penurunan target penerimaan pajak dan setelah 1(satu) tahun pemberlakuannya Peraturan Gubernur No.27 Tahun 2014 realisasi penerimaan pajak reklame sebesar Rp.80.070.673.459,- meningkat 0,55% dibandingkan dengan realisasi penerimaan pada tahun 2015 atau 1,21% dibanding dengan realisasi penerimaan pajak reklame tahun 2014.

Dalam Penyelenggaraan reklame, Nilai Sewa Reklame untuk setiap penambahan ketinggian reklame sampai dengan 15 (lima belas) meter kedua dan seterusnya, dikenakan tambahan 20% (dua puluh persen) dari hasil perhitungan nilai sewa reklame. Dalam hal penyelenggaraan reklame untuk rokok dan produk tembakau, pada tahun 2015 reklame rokok dan produk tembakau lainnya sudah tidak dibolehkannya penyelenggaraan reklame.

Pada tahun 2015 Pajak reklame memberikan kontribusinya bagi pajak daerah di Suku Dinas Pelayanan Pajak Kota Administrasi Jakarta Barat sebesar 8,44% dengan realisasi penerimaan pajak reklame sebesar Rp.75.861.723.286,- dan total realisasi penerimaan pajak daerah sebesar Rp.640.250.751.930 .

Pada tahun 2016 adanya penurunan target penerimaan pajak reklame. Sehingga pada tahun 2016 pajak reklame memberikan kontribusinya bagi pajak daerah di Suku Dinas Pelayanan Pajak Kota Administrasi Jakarta Barat sebesar 8,81% dengan realisasi penerimaan pajak reklame sebesar Rp.80.070.673.459,- dan total realisasi penerimaan pajak daerah sebesar Rp.705.622.847.892,- dengan peningkatan pajak reklame sebesar Rp.4.208.950.173,- dan peningkatan daerah dari tahun sebelumnya sebesar Rp.65.372.095.962,-.

Dalam menganalisa menggunakan Tax Performance index yang dilakukan dalam penerimaan pajak reklame pada tahun 2015-2016 untuk mengetahui pelaksanaan administrasi pajak reklame. Pada Tahun 2015 yang dilakukan dalam penentuan target penerimaan pajak reklame Suku Dinas Pelayanan Pajak menentukan target penerimaan pajak reklame sebesar Rp.114.277.000.000,- namun dalam penerimaan pajaknya hanya mampu mencapai Rp.75.861.723.286,-. Penentuan Tax Performance index yang diperoleh dengan membandingkan realisasi penerimaan pajak reklame dengan rencana atau target penerimaan pajak reklame. Dalam hal ini Tax performance index yang dilakukan pada tahun 2015 sebesar 66,38%, namun



Available online at: <https://intropublicia.org/index.php/rp>

## RES PUBLICA: JOURNAL OF SOCIAL POLICY ISSUES

ISSN (Online) 2964-8769



dalam penentuan target penerimaan yang ditetapkan tidak realistis dalam penerimaan pajak reklame.

Pada Tahun 2016 Rencana penerimaan pajak reklame sebesar Rp.103.638.000.000,- dengan realisasi penerimaan sebesar Rp.80.070.673.459,-. Dalam hal ini Tax Performance Index yang dilakukan sebesar 77.26%. Informan yang diwawancarai peneliti mengatakan bahwa kenaikan Nilai sewa reklame dan adanya larangan penyelenggaraan reklame rproduk tembakau dan rokok pada tahun 2015, serta banyaknya reklame liar, dan kurang optimalnya pemungutan pajak reklame lainnya yang menyebabkan penerimaan pajak reklame terhadap pajak daerah tidak mencapai target yang ditetapkan dan Suku dinas seharusnya menentukan standar minimum yang harus dicapai dalam penentuan penerimaan pajak reklame sehingga penerimaan pajak reklame dapat mencapai target penerimaan pajak reklame.

Dalam hal pengawasan yang dilakukan Suku Dinas Pelayanan Pajak Kota Administrasi Jakarta barat bahwa pemungutan pajak reklame kurang efektif dikarenakan kurangnya sumber daya manusia yang ada. Kendala yang dihadapi dalam meningkatkan pajak reklame yaitu:

- a. Masih ditemukanya reklame-reklame liar / tanpa izin karena si pemilik tidak mematuhi penyelenggaraan reklame, untuk menghindari pembayaran pajak reklame dan Kurang Kesadaranya pemilik reklame terhadap penyelenggaraan reklame.  
Reklame-reklame liar tanpa izin sangat mempengaruhi penerimaan pajak reklame dikarenakan reklame liar merupakan potensi pajak reklame yang sangat besar dan sangat menjanjikan. Wajib pajak tidak patuh dan tidak mendaftarkan pajak reklamennya dan itu menyebabkan penerimaan pajak reklame tidak mencapai target penerimaan pajak reklame. Reklame liar disebabkan masih banyaknya oknum-oknum satpol pp yang bermain dengan wajib pajak dan wajib pajak membayar pajaknya ke pada oknum satpol pp khususnya untuk reklame kain dan umbul-umbul.
- b. Untuk reklame besar di atas 24 M<sup>2</sup> diperlukannya ijin-ijin instansi lainnya dan memperlambat penyelenggaraan reklame.  
Penyelenggaraan reklame untuk reklame besar di atas 24M<sup>2</sup> masih terkendalanya ijin-ijin instansi dikarenakan reklame tersebut memerlukan ijin dari instasi lainnya. Menurut Peneliti dan Juga sama halnya dengan Bapak M.Nur Ismail dan Denny nugroho bahwa penyelenggaraan reklame masih sedikit merepotkan dan memerlukan ijin-ijin instansi lainnya.
- c. Masih terdapatnya tiang reklame yang belum menggantungkan symbol pemiliknya.  
Masih banyaknya tiang reklame yang belum menggantungkan symbol pemiliknya dan itu membingungkan petugas dalam melakukan pendataan wajib pajak reklame.
- d. Kurangnya Pengawasan yang dilakukan.  
Fungsi pengawasan merupakan aspek yang paling penting dalam melakukan pemungutan pajak reklame. Dimana pengawasan dibutuhkan untuk meminimalisir penyalahgunaan pemasangan reklame liar. Suku Dinas Pelayanan Pajak Kota Administrasi Jakarta Barat memiliki delapan orang. Lima Orang terdiri dari tiga seksi pelayanan, Pengawasan dan



Available online at: <https://intropublica.org/index.php/rp>

## RES PUBLICA: JOURNAL OF SOCIAL POLICY ISSUES

ISSN (Online) 2964-8769



Konsultasi Pajak daerah, dan Tiga orang lainnya dari seksi penilaian, pemeriksaan dan penetapan pajak daerah.

Upaya yang dilakukan dalam meningkatkan penerimaan pajak reklame:

- a. Melakukan Pendataan Lapangan dengan sasaran reklame-reklame baru yang terpasang tanpa izin.  
Petugas akan melakukan pemantauan atau pendataan kelapangan untuk mengetahui reklame-reklame yang belum menggantungkan pemilik symbolnya dan ini akan mengetahui reklame- reklame mana yang belum memiliki ijin dan sudah memiliki ijin reklame.
- b. Memantau pada Sistem Informasi Management (SIM-R) yang ada pada Suku Dinas Pelayanan Pajak Kota Administrasi Jakarta Barat untuk mengetahui mana-mana reklame yang sudah habis masa izin penayangannya dan melakukan daftar ulang.  
Dengan system ini untuk mengetahui masa izin penayangan reklame. Sehingga suku dinas akan memberitahu wajib pajak bahwa reklame yang dimiliki akan memasuki habis masa tayang, sehingga wajib pajak akan memperpanjang pajak reklamennya.
- c. Melakukan pembongkaran terhadap tayangan reklame yang habis masa izin penyelenggaraannya maupun terhadap reklame liar.  
Setelah melakukan pendataan dan pemberitahuan wajib pajak mengenai penayangan reklame yang akan habis masa tayangnya maka wajib pajak akan memperpanjang masa penayangan reklame dan apabila wajib pajak tidak memperpanjang maka suku dinas akan melakukan pembongkaran reklame tersebut dan melakukan pembongkaran reklame liar.
- d. Melakukan fungsi pengawasan yang lebih baik.  
Pengawasan yang dilakukan harus dimulai dari tingkat tertinggi sampai paling bawah dan mengoptimalkan fungsi pengendalian baik di internal maupun di Eksternal. Sehingga apabila fungsi pengawasan dilakukan dengan baik serta diperkuatnya dengan Sumber daya manusia yang cukup maka akan terciptanya penerimaan pajak reklame yang mampu mencapai target yang ditetapkan.

### CONCLUSION

Berdasarkan analisa dan evaluasi yang dilakukan pada Suku Dinas Pelayanan Pajak Kota Administrasi Jakarta Barat dapat disimpulkan bahwa:

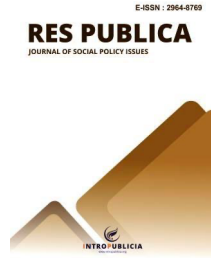
- a. Dengan terdapatnya perubahan penetapan Nilai Sewa Reklame untuk meningkatkan penerimaan pajak reklame namun penetapan target penerimaan pajak reklame pada tahun 2015 nampaknya tidak realistis dan belum maksimal dalam penerimaan pajaknya. Pada Tahun 2016 sudah ada perubahan target yaitu penurunan penerimaan pajak reklame namun penerimaan pajak reklame belum maksimal juga dalam penerimaannya. Tidak tercapainya penerimaan pajak reklame tersebut dikarenakan kurangnya pengawasan yang dilakukan dikarenakan Sumber daya Manusia yang ada tidak sebanding dengan reklame yang terbit.



Available online at: <https://intropublica.org/index.php/rp>

**RES PUBLICA:  
JOURNAL OF SOCIAL POLICY ISSUES**

ISSN (Online) 2964-8769



- b. Kendala yang dihadapi dalam meningkatkan pajak reklame yaitu, masih ditemukanya reklame-reklame liar/ tanpa izin karena si pemilik tidak mematuhi penyelenggaraan reklame untuk menghindari pembayaran pajak reklame, Kurang kesadarannya pemilik reklame terhadap penyelenggaraan reklame, Untuk reklame besar di atas 24 M<sup>2</sup> diperlukannya ijin-ijin instansi lainnya dan memperlambat penyelenggaraan reklame, masih terdapatnya tiang reklame yang belum menggantungkan symbol pemiliknya, Kurangnya fungsi pengawasan yang dilakukan dikarenakan Sumber daya manusia yang tidak efektif, masih banyak nya wajib pajak yang tidak paham akan peraturan atau persiapan administrasi yang di lakukan untuk pelaksanaan pajak reklame.
- c. Upaya yang dilakukan dalam meningkatkan pajak reklame ialah melakukan pendataan lapangan dengan sasaran reklame baru yang terpasang tanpa izin, memantau pada Sistem Informasi Management (SIM-R) yang ada pada Suku Dinas Pelayanan pajak Kota Administrasi Jakarta Barat untuk mengetahui reklame yang akan habis masa penayangannya dan yang akan melakukan daftar ulang, melakukan pembongkaran terhadap tayangan reklame yang habis masa izin penyelenggaraan reklame maupun terdapat reklame liar, melakukan fungsi pengawasan yang lebih baik dan efektif.

## REFERENCES

- Cahyadi, G. (2014). Pengaruh Penerimaan Pajak Reklame Dan Pajak Restoran Terhadap Penerimaan Pajak Daerah Kabupaten Ponorogo (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- De Rooy, F., & Budiarmo, N. (2015). Analisis Kontribusi Penerimaan Pajak Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Di Kabupaten Raja Ampat. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(4).
- Indriyawan, N. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame Di Kabupaten Klaten Tahun 2000-2013. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 1-16.
- Jauhari Bauamona, B. O. T. (2016). Strategi Optimalisasi Pengelolaan Pajak Reklame Pada Dinas Pajak Daerah Dan Pengelolaan Keuangan Kota Yogyakarta.
- Kobandaha, R., & Wokas, H. R. (2016). Analisis Efektivitas, Kontribusi Dan Potensi Pajak Reklame Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Kotamobagu. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1).
- Korengkeng, R. R., Karamoy, H., & Pontoh, W. (2017). Analisis Potensi, Efektifitas, Efisiensi, Dan Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Penerimaan Pajak Daerah Di Kabupaten Minahasa Utara. *Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi*, 12(01).
- Lamia, A. (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).



Available online at: <https://intropublicia.org/index.php/rp>

**RES PUBLICA:  
JOURNAL OF SOCIAL POLICY ISSUES**

ISSN (Online) 2964-8769



- Lintong, A., Subijono, H., & Mawikere, L. (2015). Analisis Perbandingan Kontribusi Pajak Reklame Kabupaten Minahasa Selatan Dan Kabupaten Minahasa Terhadap Pajak Daerah Tahun 2009-2013. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3).
- Lohonauman, I. L. (2016). Analisis Efektivitas Pemungutan Pajak Daerah Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Di Kabupaten Sitaro. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1).
- Mawikere, L., Subijono, H., & Lintong, A. (2015). Analisis Perbandingan Kontribusi Pajak Reklame Kabupaten Minahasa Selatan Dan Kabupaten Minahasa Terhadap Pajak Daerah Tahun 2009-2013. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 2713.
- Muaropah, M. (2017). Potensi Pajak Reklame Dalam Penerimaan Pajak Daerah Di Dinas Pelayanan Pajak Kota Bandung (Doctoral Dissertation, Uin Sunan Gunung Djati Bandung).
- Payu, B. R. (2014). Analisis Kontribusi Pajak Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Gorontalo Boby Rantow Payu. *Jurnal Akuntansi*, 18(1), 141-150.
- Purba, R. (2016). Pengaruh Penerimaan Pajak Reklame Dan Pajak Penerangan Jalan Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Medan. *Jurnal Mutiara Akuntansi*, 1(1), 25-31.
- Sidarta, I. (2015). Mekanisme Pembayaran Pajak Reklame Dalam Memenuhi Pendapatan Asli Daerah Oleh Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Jember.
- Sulviane, I. A., Harianto, H., & Hakim, D. B. (2014). Strategi Peningkatan Penerimaan Pendapatan Pajak Reklame Dikabupaten Bogor. *Jurnal Manajemen Pembangunan Daerah*, 6(1).
- Suryaman, M. (2014). Analisis Kontribusi Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (Pad) Di Kabupaten Ogan Ilir. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 11(1), 72-83.
- Wulandari, P. A., & Iryanie, E. (2016, October). Analisis Pengaruh Kontribusi Pajak Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Banjarmasin. In *Prosiding Seminar Nasional INDOCOMPAC*.