

Analisis Potensi Penerimaan Pajak Reklame Sebagai Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Banyuwangi (*The Potensial Analysis Of Income Taxes Advertisements In Banyuwangi District*)

Dhaniar Fito Ardilas, Drs. Anwar, M.Si, Drs. A. Kholiq Azhari, M.Si,
Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Jember (UNEJ)
Jln. Kalimantan 37, Jember 68121

Abstrak

Salah satu sektor dari pendapatan pajak daerah yang dikaji penulis adalah sektor penerimaan pendapatan pajak reklame yang diharapkan mampu meningkatkan pendapatan daerah kabupaten Banyuwangi serta menambah kesejahteraan masyarakatnya. Hal lainnya mengenai ketertarikan untuk meneliti potensi dari pajak reklame pada pemerintah Kabupaten Banyuwangi dikarenakan pajak reklame merupakan salah satu penyokong Pendapatan Asli Daerah (PAD) pada Kabupaten Banyuwangi. Berdasarkan data dari kantor Dinas Pendapatan dan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Banyuwangi, total PAD Kabupaten Banyuwangi pada kurun waktu tahun 2005 hingga tahun 2010 mengalami peningkatan yang positif terutama pada bidang pajak daerah. Beberapa rumusan masalahnya antara lain, Bagaimana tren penerimaan pajak Reklame di Kabupaten Banyuwangi selama tahun 2005 sampai dengan tahun 2010, dan Bagaimana potensi penerimaan pajak Reklame di Kabupaten Banyuwangi berdasarkan: Total penerimaan pajak reklame, Laju pertumbuhan pajak reklame, *Tax Effort*, Efektifitas pajak reklame, serta Laju pertumbuhan dan elastisitas. Potensi penerimaan adalah: daya, kekuatan, atau kesanggupan yang pantas diterima dalam keadaan seratus persen. Potensi penerimaan daerah dapat diukur berdasarkan pada: (1) fungsi sumber pendapatan; (2) indikator sosial ekonomi. Menurut paradigmanya, metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif yang menggunakan data sekunder. Data Sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dan bukan diusahakan sendiri, seperti dokumen, literatur, maupun studi pustaka. Penulis menggunakan data sekunder berbentuk laporan realisasi APBD kabupaten Banyuwangi selama 6 tahun dari 2005 sampai dengan 2010. Metode yang sering dipakai untuk analisis data deskriptif kuantitatif adalah termasuk kelompok kategorikal. Metode ini umumnya lebih populer menggunakan analisa perhitungan untuk mendapatkan prosentase selama enam tahun. Gambaran mengenai penerimaan pajak reklame di Kabupaten Banyuwangi tahun 2005 sampai 2010 dari hasil analisis rasio rata-rata laju pertumbuhan pajak reklame menunjukkan bahwa pajak reklame mengalami pertumbuhan positif pada tahun 2005 sampai tahun 2010 namun menurun pada tahun 2009 sehingga dikategorikan kurang berhasil dan *tax effort* pajak reklame menunjukkan bahwa Pemerintah Kabupaten Banyuwangi belum berhasil menggali pajak reklame secara maksimal dan terjadi inefisiensi dalam pelaksanaan pemungutan, sedangkan rasio efektivitas pajak reklame pertahun tergolong sangat efektif. Secara time series, prosentase kontribusi pajak reklame terhadap total penerimaan pajak daerah di Kabupaten Banyuwangi dari tahun 2005 hingga tahun 2010 menunjukkan nilai yang berfluktuasi dan tidak mengalami peningkatan yang cukup signifikan tiap tahunnya.

Kata Kunci: Metode Kategorikal, Nilai berfluktuasi.

Abstract

One of the sectors of the local tax revenue is the author studied sectors advertisement tax revenues are expected to increase revenue Banyuwangi regency and increase welfare. Some of the problem formulation, among others, How Advertising tax revenue trends in Banyuwangi during 2005 to 2010, and How to potential tax revenue by advertisement in Banyuwangi: Total revenues advertisement tax, advertisement tax growth rate, Tax Effort, Effectiveness advertisement tax, as well as growth rate and elasticity. Potential revenues are: power, strength, or ability in a state that deserved a hundred percent. Potential local revenue can be measured based on: (1) the function of income, (2) socio-economic indicators. According to the paradigm, the research method using the quantitative descriptive method using secondary data. Secondary data is data obtained indirectly own and not cultivated, such as documents, and literature. author uses secondary data in the form of Banyuwangi district budget realization report for 6 years from 2005 to 2010. The method is often used for quantitative analysis of descriptive data is included categorical groups. This method is generally more popular to use analytical calculations to get a percentage for six years. Descriptions of advertisement tax revenue in Banyuwangi in 2005 to 2010 from the analysis of the ratio of the average rate of growth indicates that the advertisement tax billboards tax experiencing positive growth in 2005 to 2010 but declined in 2009 so categorized less successful advertisement tax and tax effort shows that the government has not managed to dig Banyuwangi advertisement tax to the maximum and inefficiency in the implementation of the collection, while the ratio of yearly advertisement tax effectiveness as very effective. In time series, the percentage contribution of advertisement tax to total tax revenue in Banyuwangi area from 2005 to 2010 showed values fluctuated and did not experience a significant increase each year.

Keywords: Categorical methods, Acceptance trends, Fluctuated values.

Artikel Ilmiah Hasil Penelitian Mahasiswa 2013, I (1): 1-8

Pendahuluan

Sesuai dengan Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah manandai bahwa terjadi bentuk perubahan dalam sistem pemerintahan yang sentralistik menjadi sistem desentralistik yang sering juga disebut dengan otonomi daerah. Kabupaten Banyuwangi sebagai daerah otonom yang menyelenggarakan pemerintahan sendiri dituntut untuk berupaya meningkatkan sumber pendapatan asli daerah (PAD) agar mampu membiayai penyelenggaraan pemerintahan yang lebih meningkatkan pelayanan kepada masyarakat (Halim, 2001: 153) menyatakan bahwa,

“Pendapatan Asli Daerah adalah penerimaan yang diperoleh dari sumber-sumber dari wilayahnya sendiri dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pemerintah daerah diharapkan mampu menggali potensi-potensi yang ada didaerahnya masing-masing untuk menjadi sumber penerimaan yang sah. Berkaitan dengan otonomi daerah dimana salah satu peran pemerintah daerah diharapkan berusaha mengembangkan dan meningkatkan perannya dalam bidang ekonomi dan keuangan sebagai tujuan kemandirian daerah”.

Pendapatan Asli Daerah (PAD) tidak sepenuhnya mampu menopang kemandirian daerah dan masih sangat bergantung terhadap dana perimbangan. Maka untuk itu diperlukan suatu pengoptimalan dari sumber-sumber Pendapatan Asli Daerah salah satunya pajak daerah. Pajak diartikan sebagai pungutan yang dilakukan oleh Pemerintah berdasarkan Peraturan Perundang-undangan yang hasilnya digunakan untuk pembiayaan pengeluaran umum pemerintah yang balas jasanya tidak secara langsung diberikan pada pembayaran sedangkan pelaksanaannya dimana perlu dapat dipaksakan. Pendapatan Asli Daerah dari jenis pajak daerah perlu diukur dengan baik dan akurat agar potensi yang sebenarnya dapat dikelola dan dikumpulkan dengan secara maksimal. Walaupun pajak terjadi peningkatan dari tahun ke tahun tapi pertanyaan disini apakah hal tersebut memberikan kontribusi yang berarti terhadap APBD. Hal tersebut sejalan dengan pendapat (Mardiasmo 2000 : 3) yang menyatakan bahwa: “Disisi penerimaan, kemampuan pemerintah daerah dalam meningkatkan penerimaan daerahnya secara berkesinambungan masih lemah. Bahkan masalah yang sering muncul adalah rendahnya kemampuan pemerintah daerah untuk menghasilkan prediksi penerimaan daerah yang akurat, sehingga belum dapat dipungut secara optimal”.

Salah satu penerimaan pajak daerah yaitu pajak reklame. Pajak Reklame menurut undang-undang nomor 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah mempunyai pengertian sebagai berikut.

- a) Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame,
- b) Reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan atau dinikmati oleh umum.

Penulis memberikan analisis logika pemikiran bahwa dengan semakin besarnya tingkat konsumtif masyarakat terhadap suatu produk yang dipromosikan, maka akan semakin tinggi pula penawaran akan pajak reklame dan fenomena tersebut akan berkorelasi dengan tingginya tingkat pertumbuhan penerimaan pajak daerah pada Kabupaten Banyuwangi dalam kurun waktu tahun 2005 hingga 2010.

Reklame sebagaimana dimaksud pada Peraturan daerah Kabupaten Banyuwangi No.28 Tahun 2002 tentang pajak reklame yaitu:

- a. Reklame megatron
Reklame megatron adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan alat elektronik audio visual berupa pesawat pemancar yang menampilkan beberapa gambar atau naskah reklame secara sendiri-sendiri.
- b. Reklame Papan atau Billboard
Reklame papan atau billboard adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kayu, plastik, fibre glass, mika, plastik kaca, batu, logam, alat penyinar atau bahan lain yang berbentuk lampu pijar atau antara lain yang bersinar yang dipasang pada tempat yang disediakan berdiri sendiri atau dengan cara digantungkan atau ditempelkan.
- c. Reklame Kain
Reklame kain adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain, dan atau bahan lain yang sejenis dengan itu. Reklame kain contohnya adalah umbul-umbul, reklame jenis ini sering digunakan pada acara-acara insidentiil, atau acara-acara tertentu saja.
- d. Reklame Melekat atau Stiker atau Poster
Reklame melekat atau stiker atau poster adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara diberikan atau dapat diminta untuk ditempelkan, dipasang, pada suatu benda milik pribadi atau prasarana umum.
- e. Reklame Selebaran
Reklame selebaran adalah reklame yang berbentuk selebaran lepas diselenggarakan dengan cara diberikan atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantungkan, pada suatu benda lain.
- f. Reklame Berjalan
Reklame berjalan adalah reklame yang berpindah dari lokasi satu atau ke lokasi lain dengan suara atau tidak dengan suara. Reklame pada Bis yang berjalan dengan iklan ban mobil, jamu tradisional dan mie instans adalah contoh reklame berjalan.
- g. Reklame Kendaraan
Reklame kendaraan adalah reklame yang ditempatkan atau ditempelkan pada kendaraan yang digerakkan oleh tenaga mekanik, tenaga lain yang perusahaan dan perwakilannya berdomosili di wilayah daerah. Reklame jenis ini hampir sama dengan reklame berjalan bisa kita lihat pada mobil-mobil suatu perusahaan.
- h. Reklame Udara
Reklame udara adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan gas, pesawat, atau alat lain yang sejenis. Reklame ini digunakan pada saat insidentiil saja misalnya launching produk.

i. Reklame Suara

Reklame suara adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan dengan atau yang ditimbulkan dari atau oleh penggunaan alat atau pesawat apapun, reklame jenis ini jarang sekali digunakan tetapi bukan berarti tidak pernah, karena dirasa kurang efektif untuk berpromosi menurut pendapat para wajib pajak maupun biro reklame.

j. Reklame Film atau Slide

Reklame film atau slide adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara.

Sesuai data yang diperoleh dari Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Banyuwangi terkait jumlah penerimaan pajak reklame di Kabupaten Banyuwangi tahun 2005 sampai dengan tahun 2010 disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 1.2 Penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Banyuwangi Tahun 2005-2010

No	Tahun	Pajak Reklame		Total PAD
		Target	Realisasi	
1	2005	600.000.000,00	608.591.097,00	42.426.743.760,78
2	2006	650.000.000,00	655.441.900,00	52.238.760.987,20
3	2007	725.085.000,00	729.825.940,00	60.842.355.029,00
4	2008	1.000.000.000,00	1.051.311.513,50	74.231.815.134,34
5	2009	1.000.000.000,00	1.028.678.967,00	85.919.940.534,69
6	2010	1.050.000.000,00	1.108.190.752,00	90.355.465.471,83

Sumber : Kantor Dinas Pendapatan dan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Banyuwangi (2005-2010)

Pada tabel diatas dapat dilihat bagaimana penerimaan pajak reklame selama tahun 2005 sampai dengan tahun 2010 mengalami kenaikan tiap tahunnya namun kenaikan tersebut hanya sedikit lebih besar dari target yang telah ditetapkan. Pada tahun 2008 dan tahun 2009 malah tidak ada perbedaan atau kenaikan mengenai jumlah target, karena sebuah target tiap tahun tidak selalu sama dan perlu adanya perubahan untuk kemajuan positif nantinya. Kemajuan positif dapat diartikan bahwa diharapkan aparatur Dinas Pendapatan lebih kreatif dan inovatif dalam menggali atau mencari sumber penerimaan yang sah salah satunya melalui pajak. Dan ini yang menjadi pertanyaan apakah dasar dari penetapan pajak tersebut, apakah aparatur Dinas Pendapatan telah menggali potensi penerimaan pajak tersebut atau menyamakan target agar mampu terealisasi. Seharusnya target pajak reklame mendekati potensi penerimaan yang ada di kabupaten Banyuwangi sehingga nantinya mampu meningkatkan penerimaan PAD.

Pada tabel diatas, penerimaan pajak reklame tidaklah terlalu besar berpengaruh atau menjadi sebagian kecil saja dari total PAD kabupaten Banyuwangi yang begitu besar dan mengalami kenaikan setiap tahunnya. Hendaknya penerimaan pajak dari sektor reklame dapat dihasilkan secara maksimal mengingat semakin banyaknya papan

reklame yang tersebar di Banyuwangi dari tahun ke tahun dan berpotensi menghasilkan penerimaan yang lebih besar dari PAD sekarang.

Sebagai kabupaten di Jawa Timur yang juga menetapkan otonomi daerah, maka pemerintah daerah harus bisa mengoptimalkan potensi pendapatan daerahnya melalui pajak maupun retribusi daerah. Pajak reklame merupakan bagian dari pajak daerah yang menjadi sumber pemasukan utama. Abdullah Azwar Anas, Bupati Banyuwangi secara eksplisit menjustifikasi bahwa pajak reklame memiliki potensi yang tinggi dalam pendapatan daerah sehingga beliau memunculkan wacana mengenai peningkatan nilai pajak reklame dikarenakan tingkat permintaan akan reklame yang terus bertambah dari tahun ke tahun. Berdasarkan data Dispenda tahun 2012, tingkat pertumbuhan pajak daerah bidang reklame memiliki koefisien sebesar 1,12% pertahun sehingga masuk kedalam kategori klasifikasi sumber pemasukan berkembang berbeda dengan varian sumber pemasukan pajak daerah lain seperti pajak yang didapatkan dari hotel, tempat hiburan dan galian golongan C yang kurang memberikan kontribusi positif bagi pendapatan asli daerah bidang pajak daerah.

Kebutuhan atas perusahaan dalam mempromosikan produknya kepada konsumen dari tahun ke tahun selalu mengalami peningkatan dikarenakan reklame merupakan media promosi yang disukai oleh perusahaan untuk mempopulerkan produknya. Semakin dikenal *brand* atau produk dari suatu perusahaan kepada publik maka akan semakin besar pula penawaran dari perusahaan untuk melakukan media promosi melalui reklame. Dari pemaparan diatas maka penulis memberikan analisis logika pemikiran bahwa dengan semakin besarnya tingkat konsumtif masyarakat terhadap suatu produk yang dipromosikan, maka akan semakin tinggi pula penawaran akan pajak reklame dan fenomena tersebut akan berkorelasi dengan tingginya tingkat pertumbuhan penerimaan pajak daerah pada Kabupaten Banyuwangi dalam kurun waktu tahun 2005 hingga 2010.

Setiap penelitian berangkat dari masalah, sehingga masalah merupakan aspek yang harus ada dalam penelitian, masalah ini pedoman bagi peneliti untuk memecahkannya. Menurut (Sugiyono 2008:32) “Masalah dapat diartikan sebagai penyimpangan antara yang seharusnya dengan apa yang benar-benar terjadi, antara teori dengan praktek, antara aturan dengan pelaksanaan, antara rencana dengan pelaksanaan”. Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah.

Bagaimana potensi penerimaan pajak Reklame di Kabupaten Banyuwangi berdasarkan:

- Total penerimaan pajak reklame
- Laju pertumbuhan pajak reklame
- Tax effort*
- Efektifitas pajak reklame, serta
- Laju pertumbuhan PAD dan elastisitas.

Tujuan penelitian ini digunakan untuk memecahkan masalah. Adapun tujuan dimaksudkan agar penelitian mempunyai arah yang jelas dan tegas. Berkaitan dengan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah untuk menganalisis potensi penerimaan pajak daerah (Reklame) di Kabupaten

Banyuwangi. Serta identifikasi pajak Reklame selama 6 (enam) tahun terakhir.

X adalah realisasi total penerimaan pajak daerah

Metode Penelitian

Menurut Hadi (1989:4) “metode adalah penelitian atau research dapat diartikan usaha untuk menemukan, mengembangkan dan menguji kebenaran suatu pengetahuan yang dilakukan dengan menggunakan metode ilmiah”. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian yang sifatnya ingin menggambarkan keadaan sesuatu obyek penelitian atau lebih dikenal metode penelitian deskriptif untuk memecahkan masalah dalam penelitian tentang analisis potensi penerimaan pajak daerah. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu variable atau teme, gejala atau keadaan yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan. Sugiyono (1994:6) mengemukakan bahwa penelitian adalah “penelitian yang dilakukan terhadap variable mandiri, yaitu tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel lain”.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Menurut Singarimbun dan Efendi (1995:265) “metode yang sering dipakai untuk analisis data deskriptif kuantitatif adalah termasuk kelompok kategorikal. Metode ini umumnya lebih populer menggunakan analisa perhitungan untuk mendapatkan prosentase”. Variabel yang dipakai dalam penelitian ini adalah satu variabel atau variabel mandiri yaitu potensi penerimaan pajak reklame yang terdiri dari Total penerimaan pajak reklame, laju pertumbuhan, tax effort, efisiensi dan efektivitas serta Pendapatan Asli Daerah yang terdiri dari laju pertumbuhan dan elastisitas. Pada penelitian ini juga diteliti tentang kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah pada laporan Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Banyuwangi Tahun 2005-2010.

Untuk mengetahui tingkat pertumbuhan masing-masing jenis pajak daerah atau retribusi daerah digunakan rumus menurut (Halim, 2001 :22), yaitu sebagai berikut.

$$\Delta Xi \uparrow \frac{Xi_t - Xi_{(t-1)}}{Xi_{(t-1)}} \times 100\%$$

dimana : ΔXi adalah rasio pertumbuhan Pajak reklame pertahun
 Xi_t adalah realisasi penerimaan pajak reklame pada tahun tertentu
 Xi (t-1) adalah realisasi penerimaan pajak reklame pada tahun sebelumnya

Untuk menghitung kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap pajak daerah digunakan rumus menurut (Halim, 2001 :22) sebagai berikut.

$$\Delta Xi \uparrow \frac{Xi}{X} \times 100\%$$

dimana: ΔXi adalah rasio kontribusi jenis pajak daerah atau retribusi daerah
 Xi adalah realisasi jenis pajak daerah (reklame)

Hasil dan Pembahasan

Pembahasan merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk memberikan kesan, pendapat atau pandangan secara teoritis terhadap hasil penelitian yang diperoleh. Pembahasan juga dilakukan untuk membandingkan kesesuaian dari teori-teori yang dijadikan item pengolahan data yang diperoleh. Variabel yang dipakai dalam penelitian ini adalah satu variabel atau variabel mandiri yaitu potensi penerimaan pajak reklame yang terdiri dari Total penerimaan pajak reklame, laju pertumbuhan, tax effort, efisiensi dan efektivitas serta Pendapatan Asli Daerah yang terdiri dari laju pertumbuhan dan elastisitas.

1. Total penerimaan pajak reklame

Tabel Total Penerimaan Pajak Reklame

Tahun	APBD Setelah PAK	
	Target	Realisasi
2005	600.000.000,00	608.591.097,00
2006	650.000.000,00	655.441.900,00
2007	725.085.000,00	729.825.940,00
2008	1.000.000.000,00	1.051.311.513,00
2009	1.000.000.000,00	1.028.678.967,00
2010	1.050.000.000,00	1.108.190.752,00

Sumber: Dispenda, 2011 (diolah)

Total penerimaan pajak reklame kabupaten banyuwangi melampaui target yang telah ditetapkan dan terjadi peningkatan jumlah realisasi pajak reklame dari tahun 2005-2010. Hal ini memberikan kontribusi positif terhadap total pendapatan asli daerah (PAD) kabupaten banyuwangi dalam menunjang pembangunan daerah.

2. Laju pertumbuhan pajak reklame

Perhitungan rasio laju pertumbuhan dilakukan dengan menghitung selisih pajak reklame yang sekarang dengan penerimaan pajak reklame tahun sebelumnya, kemudian dibandingkan dengan penerimaan tahun sebelumnya. Perkembangan (selisih) penerimaan pajak reklame yang sekarang dengan penerimaan pajak reklame tahun sebelumnya, dihitung sebagai berikut.

$$\text{Perkembangan Pajak Reklame} = X_t - X_{(t-1)}$$

Tabel Perkembangan Penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Banyuwangi Tahun 2005-2010

Tahun	Peningkatan Realisasi (n+1)
2005	-
2006	46.850.803,00
2007	74.384.040,00
2008	321.485.573,50
2009	22.632.546,50
2010	79.511.785,00

Sumber : Data diolah (2012)

Setelah dilakukan perhitungan terhadap perkembangan pajak reklame tiap tahun, kemudian dihitung laju pertumbuhan pajak reklame dengan rumus dan perhitungan sebagai berikut.

$$Gx = \frac{X_t - X_{(t-1)}}{X_{(t-1)}} \times 100\%$$

Sumber : Syafrida Daud dalam Halim (2004:162)

Keterangan:

Gx = Laju pertumbuhan pajak reklame (tahun yang dihitung)

Xt = Realisasi pajak reklame (tahun yang dihitung)

X(t-1) = Realisasi pajak reklame tahun sebelumnya

Tabel Laju Pertumbuhan Pajak Reklame Kabupaten Banyuwangi Tahun 2005-2010

Tahun	APBD Setelah PAK		Perkembangan Realisasi (n+1)	% (n+1)
	Target	Realisasi		
2005	600.000.000,00	608.591.097,00		
2006	650.000.000,00	655.441.900,00	46.850.803,00	7,70
2007	725.085.000,00	729.825.940,00	74.384.040,00	11,35
2008	1.000.000.000,00	1.051.311.513,00	321.485.573,00	44,05
2009	1.000.000.000,00	1.028.678.967,00	22.632.546,00	(2,15)
2010	1.050.000.000,00	1.108.190.752,00	79.511.785,00	7,73

Keterangan (n) : negatif

Sumber: Data diolah (2012)

Berdasarkan hasil analisis perhitungan pajak yang disajikan pada Tabel di atas, dapat diketahui bahwa secara nominal perkembangan penerimaan pajak reklame di Kabupaten Banyuwangi dari tahun 2005 sampai tahun 2010 mengalami kenaikan sehingga realisasi penerimaan tiap tahunnya semakin bertambah dengan persentase laju pertumbuhan yang positif. Laju pertumbuhan pajak reklame tahun 2005 sampai tahun 2010 yaitu masing-masing 7,70%, 11,35%, 44,05%, 7,73%. Sedangkan laju pertumbuhan pajak reklame pada tahun 2009 mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang negatif sebesar 2,15% akibat dari menurunnya realisasi penerimaan pajak reklame pada tahun 2009 dibandingkan dengan penerimaan tahun sebelumnya. Dan di tahun 2009 peningkatan terkecil yaitu 2,15%,

3. Daya Pajak (Tax Effort)

Daya pajak (*tax effort*) reklame dihitung dengan membandingkan realisasi penerimaan pajak reklame tiap tahun dengan PDRB atas dasar harga berlaku dan atas dasar harga konstan. Untuk melihat nilai PDRB Kabupaten Banyuwangi tahun 2005 sampai tahun 2010 berkaitan dengan perhitungan daya pajak dapat dilihat pada table berikut.

Tabel 4.6 Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Banyuwangi Tahun 2005-2010

Tahun	Atas Dasar Harga Berlaku (Ribu Rupiah)	Atas Dasar Harga Konstan (Ribu Rupiah)
-------	----------------------------------------	----------------------------------------

2005	12.062.917.620	8.392.842.820
2006	13.816.634.610	8.815.927.140
2007	15.707.865.390	9.309.065.680
2008	18.177.191.950	9.845.052.990
2009	20.456.446.810	10.439.329.310
2010	23.266.811.500	11.099.055.810

Sumber PDRB Pemkab Banyuwangi: (2011)

Daya pajak atas dasar harga berlaku dan atas dasar harga berlaku untuk tahun 2005, dihitung sebagai berikut.

$$\text{Daya pajak} = \frac{\text{Realisasi Penerimaan Pajak Reklame 2005}}{\text{PDRB Tahun 2005 (atas dasar harga berlaku)}}$$

Sumber : Simanjuntak dalam Halim (2004:92)

Tabel Tax Effort Pajak Reklame Kabupaten Banyuwangi Tahun 2005-2010

Tahun	Realisasi Pajak Reklame (Rp.)	PDRB (Ribu Rupiah)		Tax Effort (%)	
		Harga Berlaku	Harga Konstan	Harga Berlaku	Harga Konstan
2005	608.591.097	12.062.917.620	8.392.842.820	0.0050	0.0073
2006	655.441.900	13.816.634.610	8.815.927.140	0.0047	0.0074
2007	729.825.940	15.707.865.390	9.309.065.680	0.0046	0.0078
2008	1.051.311.513	18.177.191.950	9.845.052.990	0.0058	0.0107
2009	1.028.678.967	20.456.446.810	10.439.329.310	0.0050	0.0099
2010	1.108.190.752	23.266.811.500	11.099.055.810	0.0048	0.0100
Rata-rata				0.0050	0.0088

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2012)

Berdasarkan hasil perhitungan persentase tax effort yang diperlihatkan pada Tabel diatas, dapat diketahui bahwa kemampuan mengumpulkan pajak yang tertinggi selama lima tahun terjadi pada tahun 2010 yang mencapai Rp. 1.108.190.752, akan tetapi persentase *tax effort* pajak reklame di Kabupaten Banyuwangi yang tertinggi terjadi pada tahun 2008. Yaitu 0,0058% atas harga yang berlaku dan 0.0107%, hal ini dikarenakan adanya kenaikan PDRB atas harga yang berlaku dan harga konstan yang tidak seimbang.

Tax Effort yang terendah terjadi pada tahun 2007 yaitu sebesar 0,0046% atas dasar harga berlaku dan sebesar 0,0078% atas dasar harga konstan. Rata-rata daya pajak selama lima tahun berdasarkan PDRB harga berlaku 0,0050% pertahun, lebih rendah dari rata-rata daya pajak yang dihitung berdasarkan harga konstan yaitu sebesar 0,0088%.

4. Efektivitas pajak reklame

Kemampuan Pemerintah Daerah Kabupaten Banyuwangi dalam merealisasikan penerimaan pajak reklame dibandingkan dengan target yang ditetapkan

berdasarkan potensi sesungguhnya dapat ditunjukkan melalui rasio efektivitas. Efektivitas pajak reklame dihitung dengan membandingkan realisasi penerimaan pajak reklame dengan target atau anggaran yang direncanakan tiap tahunnya dengan rumus dan perhitungan sebagai berikut.

$$\text{Efektivitas} = \frac{\text{Realisasi Penerimaan Pajak Reklame}}{\text{Target Penerimaan Pajak Reklame Berdasarkan Potensi riil Daerah}}$$

Sumber : Simanjuntak dalam Halim (2004:93)

Sehingga efektivitas pajak reklame di Kabupaten Banyuwangi tahun 2005 hingga 2010 dapat dilihat pada table berikut.

Tabel Efektivitas Pajak Reklame Kabupaten Banyuwangi Tahun 2005-2010

Tahun	APBD Setelah PAK		Efektivitas (%)	Kriteria
	Target	Realisasi		
2005	600.000.000,0	608.591.097,0	101,43	Sangat Efektif
2006	650.000.000,0	655.441.900,0	100,83	Sangat Efektif
2007	725.085.000,0	729.825.940,0	100,65	Sangat Efektif
2008	1.000.000.000,00	1.051.311.513,00	105,13	Sangat Efektif
2009	1.000.000.000,00	1.028.678.967,00	102,86	Sangat Efektif
2010	1.050.000.000,00	1.108.190.752,00	105,54	Sangat Efektif

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2012)

Berdasarkan tabel diatas, persentase efektivitas pajak reklame tertinggi di Kabupaten Banyuwangi terjadi pada tahun 2010 sebesar 105,54% dan efektivitas terendah terjadi pada tahun 2007 yaitu 100,65%. Realisasi penerimaan pajak reklame selama lima tahun secara nominal terus mengalami peningkatan pada tahun 2005 hingga 2010 sehingga penerimaan pajak reklame dikatakan sangat efektif karena telah memenuhi target anggaran yang direncanakan.

5. Laju pertumbuhan PAD

Laju pertumbuhan PAD Kabupaten Banyuwangi menggambarkan kemampuan Pemerintah Kabupaten Banyuwangi untuk mempertahankan dan meningkatkan keberhasilan dalam memungut PAD dari suatu periode ke periode berikutnya. Laju pertumbuhan PAD dihitung dengan menghitung terlebih dahulu besarnya selisih atau perkembangan pajak reklame yang diterima tiap tahunnya, kemudian membandingkannya dengan besarnya realisasi PAD tahun sebelumnya. Perkembangan (selisih) PAD yang sekarang dengan penerimaan pajak reklame tahun sebelumnya, dihitung sebagai berikut.

$$\text{Perkembangan PAD} = X_t - X_{(t-1)}$$

Maka, dengan perhitungan tersebut, perkembangan atau selisih dari realisasi PAD setiap tahun, dari tahun 2005 sampai tahun 2010 sebagai dasar perhitungan yang

digunakan dalam menghitung PAD pertahun disusun dalam tabel berikut.

Tabel Perkembangan Penerimaan PADdi Kabupaten Banyuwangi Tahun 2005-2010

Tahun	Pendapatan Asli Daerah		Peningkatan Realisasi (n+1)
	Target	Realisasi	
2005	39.465.189.68	42.426.743.76	
	6,00	0,78	
2006	39.815.687.35	52.238.760.98	9.812.017.226,42
	2,00	7,20	
2007	48.991.503.29	60.842.355.02	8.603.594.041,52
	5,00	8,72	
2008	62.784.566.30	74.231.816.13	13.389.461.105,62
	0,00	4,34	
2009	69.009.556.46	85.919.940.53	11.688.124.400,35
	9,00	4,69	
2010	87.091.140.84	90.355.465.47	4.435.524.937,14
	7,23	1,83	

Sumber: Hasil pengolahan data (2012)
Setelah dilakukan perhitungan terhadap perkembangan PAD tiap tahun, kemudian dihitung laju pertumbuhan PAD dengan rumus dan perhitungan sebagai berikut

$$Gx = \frac{X_t - X_{(t-1)}}{X_{(t-1)}} \times 100\%$$

Keterangan:

Gx = Laju pertumbuhan PAD (tahun yang dihitung)

Xt = Realisasi PAD (tahun yang dihitung)

X(t-1) = Realisasi PAD tahun sebelumnya

Berdasarkan rumus tersebut, laju pertumbuhan Pajak dari tahun 2005 hingga 2010 di Kabupaten Banyuwangi diperlihatkan pada Tabel berikut.

Tabel Laju Pertumbuhan PAD Kabupaten Banyuwangi Tahun 2005-2010

Tahun	Pendapatan Asli Daerah		Peningkatan Realisasi (n+1)	% (n+1)
	Target	Realisasi		
2005	39.465.189.6	42.426.743.7		
	86,00	60,78		
2006	39.815.687.3	52.238.760.9	9.812.017.22	23,13
	52,00	87,20	6,42	
2007	48.991.503.2	60.842.355.0	8.603.594.04	16,47
	95,00	28,72	1,52	
2008	62.784.566.3	74.231.816.1	13.389.461.1	22,01
	00,00	34,34	05,62	
2009	69.009.556.4	85.919.940.5	11.688.124.4	15,75
	69,00	34,69	00,35	
2010	87.091.140.8	90.355.465.4	4.435.524.93	5,14
	47,23	71,83	7,14	

Sumber: Hasil pengolahan data (2012)

6. Elastisitas PAD

Elastisitas PAD menunjukkan kepekaan perubahan penerimaan PAD jika terjadi perubahan pada pendapatan daerah yang diwakili oleh PDRB. Rasio elastisitas PAD

dihitung dengan membandingkan perubahan PAD tiap tahun dengan perubahan PDRB tiap tahun atas dasar harga konstan dan atas dasar harga berlaku. Perubahan PAD menunjukkan laju pertumbuhan PAD tiap tahun dan dan perubahan PDRB juga dihitung seperti menghitung laju pertumbuhan PAD tiap tahun. Perubahan PDRB tiap tahun atas dasar harga konstan dan atas dasar harga berlaku dihitung dengan perhitungan sebagai berikut.

$$\Delta \text{ PDRB (tahun yang dihitung)} = \frac{\text{PDRB (tahun yang dihitung)} - \text{PDRB (tahun sebelumnya)}}{\text{PDRB (tahun sebelumnya)}} \times 100\%$$

Maka dari rumus tersebut di dapat dihitung Δ PDRB atas dasar harga berlaku dan atas dasar harga konstan seperti pada tabel berikut.

Tabel Δ PDRB Kabupaten Banyuwangi Berdasarkan Harga Konstan dan Harga Berlaku Tahun 2005-2010

Tahun	Atas Dasar Harga Berlaku (Ribu Rupiah)		Atas Dasar Harga Konstan (Ribu Rupiah)	
	PDRB	Δ PDRB	PDRB	Δ PDRB
2005	12.062.917.60	-	8.392.842.820	-
2006	13.816.634.610	14.54	8.815.927.140	5.04
2007	15.707.865.390	13.69	9.309.065.680	5.59
2008	18.177.191.950	15.72	9.845.052.990	5.76
2009	20.456.446.810	12.54	10.439.329.310	6.04
2010	23.266.811.500	13.74	11.099.055.810	6.32

Sumber: Hasil pengolahan data (2012)

Setelah dilakukan perhitungan terhadap perubahan PDRB tiap tahun, kemudian dihitung elastisitas PAD dengan rumus dan perhitungan sebagai berikut.

$$\text{Elastisitas} = \frac{\text{Perubahan Realisasi PAD}}{\text{Perubahan Produk Domestik Regional Bruto}} \times 100\%$$

Elastisitas PAD Kabupaten Banyuwangi tahun 2007 hingga 2010 berdasarkan PDRB harga konstan diperlihatkan pada tabel berikut.

Tabel Elastisitas PAD Kabupaten Banyuwangi Berdasarkan Harga Konstan Tahun 2005-2010

Tahun	Realisasi PAD	Δ PAD	PDRB	Δ PDRB	Elastisitas
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6=3:4)
2005	42.426.743.760,78	-	8.392.842.820	-	(%)
2006	52.238.760.987,20	23,1	8.815.927.140	5.04	458.87
2007	60.842.355.016,4	16,4	9.309.065.680	5.59	294.63

	28,72	7	680		
2008	74.231.816.134,34	44,0	9.845.052.990	5.76	382.06
2009	85.919.940.534,69	15,7	10.439.329.310	6.04	260.69
2010	90.355.465.471,83	5,16	11.099.055.810	6.32	81.68

Sumber : Hasil pengolahan data (2012).

Berdasarkan hasil perhitungan elastisitas yang disajikan pada Tabel dengan menggunakan PDRB atas dasar harga konstan, persentase elastisitas PAD terendah terjadi pada tahun 2010 sebesar 81.68% yang sangat kecil dibandingkan tahun 2006 dengan nilai elastisitas terbesar yaitu 458.87%. Selisih perkembangan PAD dan PDRB yang negatif mempengaruhi rendahnya elastisitas pajak reklame pada tahun 2010.

Elastisitas PAD Kabupaten Banyuwangi tahun 2005 hingga 2010 berdasarkan PDRB harga berlaku diperlihatkan pada Tabel berikut.

Tabel 4.13 Elastisitas PAD Kabupaten Banyuwangi Berdasarkan Harga Berlaku Tahun 2005-2010

Tahun	Realisasi PAD	Δ PAD	PDRB	Δ PDRB	Elastisitas
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6=3:4)
2005	42.426.743.760,78	-	12.062.917.620	-	(%)
2006	52.238.760.987,20	23,13	13.816.634.610	4	159.06
2007	60.842.355.028,72	16,47	15.707.865.390	9	120.30
2008	74.231.816.134,34	44,05	18.177.191.950	2	139.99
2009	85.919.940.534,69	15,75	20.456.446.810	4	125.56
2010	90.355.465.471,83	5,16	23.266.811.500	4	37.57

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2012)

Persentase elastisitas PAD di Kabupaten Banyuwangi jika menggunakan PDRB atas dasar harga berlaku yang diperlihatkan pada Tabel diperoleh bahwa Seperti hasil perhitungan elastisitas dengan menggunakan PDRB atas dasar harga konstan, persentase elastisitas yang dihitung dengan menggunakan PDRB atas dasar harga berlaku, persentase elastisitas terendah terjadi pada tahun 2010 sebesar 37,57% dan tertinggi terjadi pada tahun 2006 sebesar 159,06%, yang menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1% PDRB mendorong peningkatan pajak reklame masing-masing sebesar 37,57% pada tahun 2010 dan 159,06% pada tahun 2006.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

- Gambaran mengenai penerimaan pajak reklame di Kabupaten Banyuwangi tahun 2005 sampai 2010 dari hasil analisis rasio rata-rata laju pertumbuhan pajak reklame menunjukkan bahwa pajak reklame mengalami

- pertumbuhan positif pada tahun 2006 sampai tahun 2010 namun menurun pada tahun 2009 sehingga dikategorikan kurang berhasil dan *tax effort* pajak reklame menunjukkan bahwa Pemerintah Kabupaten Banyuwangi belum berhasil menggali pajak reklame secara maksimal dan terjadi inefisiensi dalam pelaksanaan pemungutan, sedangkan rasio efektivitas pajak reklame pertahun tergolong sangat efektif.
2. Gambaran mengenai Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Banyuwangi tahun 2005-2010 dari hasil analisis rasio laju pertumbuhan PAD dikategorikan bahwa Pemerintah Kabupaten Banyuwangi kurang berhasil mengumpulkan PAD secara maksimal pertahunnya, sedangkan hasil analisis rasio Elastisitas PAD dengan menggunakan PDRB atas dasar harga berlaku maupun harga konstan, keduanya menunjukkan hal yang sama yaitu elastis terhadap PDRB yang menunjukkan perkembangan PAD sejalan dengan perkembangan perekonomian Kabupaten Banyuwangi.
 3. Kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap total PAD di Kabupaten Banyuwangi tahun 2005 sampai tahun 2010 menunjukkan nilai yang berfluktuasi dan tidak mengalami peningkatan yang cukup signifikan tiap tahunnya namun tergolong sangat kurang. Demikian pula dengan sumbangan pajak reklame terhadap total pajak daerah Kabupaten Banyuwangi yang juga tergolong masih sangat kurang.
 4. Pemerintah Kabupaten Banyuwangi terutama Dipenda perlu menggali potensi pajak reklame dan melakukan pendataan secara langsung dan pendataan ulang secara berkala terhadap penyelenggaraan reklame. sehingga pertumbuhan pajak reklame semakin menunjukkan pertumbuhan yang positif dan meningkat serta sebagai acuan dalam penetapan target penerimaan setiap periode yang akan semakin memberikan kontribusi yang lebih terhadap total pajak daerah dan PAD. Pengawasan terhadap pelaksanaan pemungutan pajak reklame hendaknya lebih ditingkatkan lagi dan petugas bekerja secara profesional sesuai dengan peraturan yang berlaku.
 5. Hendaknya terdapat informasi yang lengkap mengenai biaya pemungutan (*collection cost*) yang dipergunakan dalam memungut pajak daerah terutama pajak reklame. Informasi ini akan menunjukkan besarnya biaya yang dikeluarkan untuk merealisasikan penerimaan pajak yang diterimanya, sehingga dapat diketahui apakah pemungutan pajak tersebut efisien atau tidak.
 6. Pertumbuhan PAD di Kabupaten Banyuwangi perlu ditingkatkan melalui peningkatan komponen-komponen PAD disertai dengan peningkatan pelayanan publik dan penyederhanaan prosedur administrasi pembayaran pajak atau pelayanan satu atap.
- [4] Halim, Abdul. 2004. *Manajemen Keuangan Daerah*. Yogyakarta : UPP AMP YKPN.
- [5] Mardiasmo. 2002. *Akuntansi Sektor Publik*. Yogyakarta : Andi.
- [6] Singarimbun, Masri & Sofian Effendi, 1995. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- [7] Sugiyono. Dr. 2008. *Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Daftar Pustaka

- [1] Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)*. Jakarta : Rineka Cipta.
- [2] Hadi, Sutrisno. 1997. *Metode Penelitian Riset*. Yogyakarta. Gajah Mada University Press.
- [3] Halim, Abdul. 2001, *Manajemen Keuangan Daerah*. Yogyakarta: (UPP) AMP YKPN.