

ANALISIS EFEKTIVITAS DAN KONTRIBUSI PAJAK REKLAME PRODUK ROKOK TERHADAP PENDAPATAN ASLI KOTA MAGELANG

Betari Maharani¹, Anissa Hakim Purwantini², Siti Noor Khikmah³

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Magelang
betari.maharani@ummgl.ac.id

Abstrak

Prevalensi merokok pada remaja di Kota Magelang semakin tinggi. Peningkatan prevalensi merokok pada remaja, salah satunya disebabkan oleh iklan rokok di sosial media maupun media cetak seperti reklame. Reklame merupakan objek pajak bagi pemerintah daerah yang nilainya cukup signifikan. Tujuan penelitian ini adalah melakukan analisis efektivitas dan kontribusi pajak reklame produk rokok di wilayah Magelang terhadap Pendapatan Asli Daerah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan studi lapangan serta studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerimaan pajak reklame efektif untuk mendanai pengeluaran pemerintah. Kontribusi pajak reklame produk rokok terhadap penerimaan pendapatan jenis pajak reklame dan pajak daerah cukup besar. Akan tetapi, kontribusi pajak reklame produk rokok terhadap Pendapatan Asli Daerah tergolong masih rendah, namun mengalami peningkatan dari tahun 2019 hingga 2020.

Kata Kunci: Pendapatan Asli Daerah, Pajak Reklame Produk Rokok, Efektifitas Pajak

Abstract

The prevalence of smoking among adolescents in Magelang City is increasing. The increasing prevalence of smoking in adolescents, caused by cigarette advertisements on social media and print media such as billboards. Advertising is a tax object for local governments which has significant values. The purpose of this study was to analyze the effectiveness and contribution of cigarette advertising tax in the Magelang City to local revenue. The method used in this research is a descriptive qualitative with field studies and literature studies. The results showed that the advertisement tax revenue was effective to fund government spending. The contribution of cigarette product advertisement tax to the revenue of advertisement tax and local tax is quite large. The contribution of cigarette product advertisement tax to local revenue Income is small, but has increased from 2019 to 2020.

Keywords: Local Revenue, Local Taxes, Cigarette Advertising Taxes, Effectiveness of Tax,

PENDAHULUAN

Pendapatan daerah menggambarkan kemampuan daerah dalam mengelola sumber daya yang dimiliki. Pendapatan daerah dapat digunakan sebagai indikator tingkat kemandirian daerah, artinya semakin tinggi pendapatan suatu pemerintah daerah, maka ketergantungan terhadap pemerintah pusat akan semakin rendah (Korengkeng, Karamoy, & Pontoh, 2017). Kemandirian merujuk pada kemampuan daerah untuk menggali potensi sumber keuangannya sendiri, sehingga dapat menentukan jalan perkembangan dan pembangunan daerah secara mandiri (Nugraheni, Rusmijati, & Indrawati, 2019).

Pendapatan Asli Daerah Kota Magelang, Jawa Tengah periode 2018-2020 digambarkan pada tabel 1.1 Jumlah PAD Kota Magelang mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Peningkatan PAD disebabkan oleh peningkatan jumlah penerimaan Rekening Kas Umum Daerah yang bersumber dari pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah.

Tabel 1. Data Pendapatan Asli Daerah Tahun 2017-2019

Tahun	Jumlah (Rp)	Pertumbuhan (%)
2018	249.877.424.347	-
2019	273.582.932.151	9,49
2020	290.754.033.683	6,28

Sumber: data diolah dari DPPKA Kota Magelang

Pajak daerah merupakan salah satu sumber PAD yang dapat dimaksimalkan untuk membiayai pengeluaran daerah terutama untuk pengembangan dan pembangunan daerah. Saat ini yang banyak dipermasalahkan berbagai pihak terutama komunitas pengendalian tembakau adalah pajak yang berasal dari reklame rokok. Di wilayah Kota Magelang, banyak dijumpai reklame rokok baik di jalan-jalan utama hingga ke pelosok desa atau kampung. Hal ini wajar, karena wilayah tersebut belum memiliki Peraturan Daerah maupun Peraturan Walikota tentang Kawasan Tanpa Rokok seperti yang diamanatkan dalam Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009.

Prevalensi merokok semakin meningkat dari tahun ke tahun terutama di kalangan remaja yang salah satunya dipengaruhi oleh keberadaan reklame rokok. Seperti hasil penelitian Lovato, Watts, & Stead (2011) yang menyatakan bahwa iklan dan promosi rokok dapat meningkatkan kemungkinan remaja untuk mulai merokok. Penelitian lain yang dilakukan oleh Widiyansyah (2014) juga menyatakan bahwa iklan-iklan rokok yang ditayangkan pada media televisi maupun yang dipasang pada spanduk atau baliho mendorong para remaja untuk membeli atau mencoba produk-produk rokok. Sementara, Liem (2014) mengungkapkan bahwa dari berbagai jenis agen media massa yang menayangkan iklan rokok, billboard memiliki pengaruh lebih kuat terhadap perilaku merokok remaja dari pada media televisi.

Beberapa kota di wilayah Jawa Tengah, memberlakukan tarif pajak reklame produk rokok lebih tinggi dari pada tarif pajak reklame produk non rokok. Seperti misalnya di Kota Surakarta yang menetapkan tambahan pengenaan pajak sebesar 20% dari nilai pajak reklame rokok (PERWALI No. 35 Tahun 2013) dan sebesar 15% di Kabupaten Pekalongan (Peraturan Bupati No 47 Tahun 2020). Kemudian, berdasarkan Keputusan Walikota Manado Nomor 33 Tahun 2005 bab VIII pasal 14 dijelaskan bahwa khusus tarif reklame rokok dinaikkan menjadi 5-10 kali tarif tertinggi (Pesik, 2013). Kebijakan tersebut merupakan salah satu upaya untuk mengendalikan peningkatan prevalensi merokok remaja.

Penetapan tarif pajak reklame rokok yang lebih tinggi dari tarif pajak reklame non rokok, tidak lantas membatasi pemasangan reklame rokok. Reklame rokok akan tetap selalu ada. Hal ini disebabkan karena pemasangan reklame merupakan salah satu strategi yang digunakan perusahaan untuk memasarkan produk rokok yang diproduksinya. Sayangnya, reklame rokok dipasang di lokasi strategis yang sebagian besar berada di lingkungan para remaja melakukan aktivitas, sehingga kemungkinan melihat dan terpengaruh iklan rokok sangat tinggi.

Guna mengendalikan peningkatan prevalensi merokok dikalangan remaja tersebut, perlu adanya pembatasan wilayah iklan rokok dengan cara penerapan perda mengenai Kawasan Tanpa Rokok (KTR) khususnya bagi Kota Magelang. Namun demikian, implementasi perda tersebut membutuhkan analisis terkait pajak reklame rokok terhadap Pendapatan Asli Daerah. Hal ini penting, karena beberapa pemerintah daerah menganggap bahwa pajak reklame rokok memiliki kontribusi yang besar dalam menyumbang PAD daerahnya. Sehingga pemda masih menunda penerapan peraturan daerah terkait KTR. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji efektifitas dan kontribusi pajak reklame produk rokok terhadap Pendapatan Asli Daerah. Penelitian ini berkontribusi dalam menyediakan data empiris sebagai pertimbangan pemerintah Kota Magelang dalam menyusun kebijakan perda KTR sesuai amanat Gubernur Jawa Tengah.

TINJAUAN PUSTAKA

Pendapatan Asli Daerah

Berdasarkan Kementerian Keuangan, Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan pendapatan yang diperoleh daerah yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Tujuannya adalah untuk memberikan kewenangan kepada Pemerintah Daerah untuk mendanai pelaksanaan otonomi daerah sesuai dengan potensi daerah sebagai perwujudan desentralisasi. Sumber pendapatan daerah Kota Magelang terdiri dari pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan dan lain-lain PAD yang sah.

Pajak Daerah

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah sebagai pengganti dari UU No. 18 Tahun 1997 sebagaimana telah diubah dengan UU No. 34 Tahun 2000 mendefinisikan pajak daerah sebagai kontribusi wajib kepada daerah yang

terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Lebih lanjut dijelaskan bahwa jenis pajak kabupaten/kota diantaranya adalah pajak hotel, pajak restoran, pajak hiburan, pajak reklame, pajak penerangan jalan, pajak mineral bukan logam dan batuan, pajak parkir, pajak sarang burung walet, pajak bumi dan bangunan perdesaan dan perkotaan serta bea perolehan hak atas tanah dan bangunan (BPHTB). Pajak daerah berfungsi untuk mengisi kas daerah (*budgetair*) dan mengatur (*regulated*) (djpk.kemenkeu.go.id).

Reklame Rokok

Reklame rokok merupakan media promosi rokok yang biasanya dipasang di lokasi-lokasi strategis dengan desain yang menarik dan terkesan mewah serta menampilkan gambaran perokok dengan ciri khas glamor (Daulay, Harahap, Lubis, & Batubara, 2018). Reklame rokok yang dipasang di lokasi strategis mempengaruhi remaja untuk mengkonsumsi rokok (Liem, 2014; Lovato et al., 2011; Widiensyah, 2014). Sebagai upaya pembatasan pemasangan reklame rokok, beberapa pemerintah kota/kabupaten menerapkan kebijakan tertentu seperti penambahan beban pajak untuk reklame rokok (Pesik, 2013) dan penerapan kawasan tanpa rokok dengan pelarangan pemasangan iklan rokok di lokasi-lokasi tertentu (Dewanti, Purnomo, & Kasiwi, 2020; Prasetya, Marom, & Subowo, 2014)

Efektivitas Pajak Reklame Produk Rokok terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Menurut Mahmudi (2010), efektivitas didefinisikan sebagai hubungan antara keluaran dengan sasaran yang harus dicapai. Jika proses kegiatan berhasil mencapai tujuan atau sasaran akhir program maka dapat dikatakan telah efektif. Apabila keluaran yang dihasilkan terhadap pencapaian tujuan dan sasaran yang telah ditentukan semakin besar, maka semakin efektif proses kerja program tersebut. Efektivitas pajak reklame produk rokok dihitung dengan membandingkan antara realisasi penerimaan pajak reklame rokok dengan target penerimaan pajak reklame produk rokok. Tabel 2 berikut merupakan kriteria efektifitas.

Tabel 2. Intepretasi Kirteria Efektifitas

Presentase	Kriteria
>100%	Sangat Efektif
90 – 100%	Efektif
80 – 90%	Cukup Efektif
60 – 80%	Kurang Efektif
<60%	Tidak Efektif

Sumber: Mahmudi (2010)

Kontribusi Pajak Reklame Produk Rokok terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Kontribusi pajak reklame produk rokok terhadap PAD merupakan ukuran besarnya pajak reklame rokok dalam menyumbang penerimaan Pendapatan Asli Daerah. Besaran kontribusi diukur menggunakan rasio yang membandingkan realisasi penerimaan pajak reklame rokok dalam periode tertentu dengan realisasi penerimaan

PAD di periode yang sama. Rasio yang semakin besar menunjukkan peranan pajak reklame rokok dalam menyumbang PAD tinggi. Begitupun sebaliknya, nilai rasio yang rendah menunjukkan bahwa peranan pajak reklame rokok dalam menyumbang penerimaan PAD rendah (Mahmudi, 2010). Berdasarkan penelitian Akbar, Brata, Herlina, & Prabowo (2019), urutan tingkatan kontribusi secara rinci dapat dilihat pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Tingkatan Kontribusi Pajak terhadap PAD

Nilai kontribusi	Kriteria
0 – 25%	Sangat rendah
26 - 50%	Rendah
51 – 75%	Sedang
76 – 100%	Tinggi

Sumber: (Akbar et al., 2019)

METODE

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dalam mengkaji fenomena di bidang ekonomi. Jenis penelitian termasuk dalam penelitian deskriptif yang bertujuan untuk menyiapkan gambaran lengkap mengenai *setting social* atau hubungan antara fenomena yang diuji. Metode deskriptif merupakan metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian, akan tetapi tidak digunakan untuk kesimpulan yang lebih luas (Sugiyono, 2011).

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu:

1. Studi lapangan (*field research*) dengan melaksanakan wawancara. Wawancara dilakukan dengan metode semi terstruktur dengan staf Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (BPKAD). Pada tahap ini, dilakukan juga pengumpulan data melalui dokumentasi informasi tertulis seperti laporan data target dan realisasi penerimaan pendapatan daerah Kota Magelang.
2. Studi kepustakaan (*library research*) dengan mencari dan memperoleh data yang diperlukan dengan membaca dan mempelajari literatur berupa jurnal, berita dan buku yang berhubungan dengan masalah yang dikaji.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi:

1. Reduksi data, yaitu dengan menyimpulkan dengan cara mengumpulkan, menyeleksi dan mengelompokkan seluruh catatan lapangan yang diperoleh melalui wawancara dan dokumentasi. Hasil dari reduksi data ini adalah simpulan yang bermakna dari analisis data.
2. Penyajian data, merupakan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dalam pengambilan tindakan.
3. Kesimpulan dan verifikasi, penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dari analisis data. Data yang telah terkumpul kemudian dibandingkan satu sama lain untuk ditarik kesimpulan atas jawaban dari permasalahan yang ada. Kesimpulan dalam penelitian

kualitatif yang diharapkan merupakan temuan baru yang sebelumnya belum ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pertumbuhan Pajak Reklame

Perkembangan pajak reklame dari tahun 2019-2020 di wilayah Kota Magelang dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Pertumbuhan Pajak Reklame Kota Magelang

Tahun	Realisasi Penerimaan Pajak Reklame	Pertumbuhan	
		(Rp)	(%)
2019	1.645.814.100	597.310.757	56,97
2020	1.850.859.400	205.045.300	13,65

Sumber: data sekunder, 2021

Realisasi penerimaan pajak reklame pada tahun 2019 mencapai Rp1.645.814.100,-. Penerimaan pajak reklame tersebut mengalami peningkatan yang cukup besar dari tahun sebelumnya yakni sebesar Rp597.310.757,- dengan persentase pertumbuhan sebesar 56,97%. Jumlah realisasi penerimaan pajak reklame semakin meningkat pada tahun 2020, yakni mencapai Rp1.850.859.400,-. Peningkatan penerimaan pajak reklame pada tahun 2020 adalah sebesar Rp205.045.300,- dengan persentase kenaikan sebesar 13,56%.

Secara khusus, realisasi penerimaan pajak reklame dari produk rokok dari tahun 2019 hingga tahun 2020 mengalami peningkatan sebesar 30,20% atau sebesar Rp125.674.906,-. Hal ini bisa dilihat pada Tabel 2, bahwa realisasi penerimaan pajak reklame produk rokok pada tahun 2020 mencapai Rp528.468.263,-.

Tabel 5. Pertumbuhan Pajak Reklame Produk Rokok Kota Magelang

Tahun	Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Produk Rokok	Pertumbuhan	
		(Rp)	(%)
2020	528.468.263	125.674.906	30,20

Sumber: data sekunder, 2021

Efektifitas Pajak Reklame Produk Rokok

Tabel 6 merupakan gambaran dari efektifitas pajak reklame produk rokok di Kota Magelang.

Tabel 6. Efektifitas Pajak Reklame Produk Rokok Kota Magelang

Tahun	Target Penerimaan Pajak Reklame Produk Rokok	Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Produk Rokok	Efektifitas (%)	Kriteria
2019	379.344.000	402.793.357	106,18	Sangat Efektif
2020	485.394.000	528.468.263	108,87	Sangat Efektif
Rata-rata			107,53	Sangat Efektif

Sumber: data sekunder, 2021

Target penerimaan pajak reklame produk rokok pada tahun 2019 sebesar Rp379.344.000,-, sementara realisasi penerimaannya adalah sebesar Rp402.793.357,-. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame adalah sebesar 106,18% yang artinya bahwa tingkat efektivitas penerimaan pajak pada tahun 2019 termasuk dalam kriteria sangat efektif, karena persentasenya melebihi 100%. Berbeda dengan tahun 2020, dengan target penerimaan pajak sebesar Rp485.394.000,- dan realisasi penerimaan pajak sebesar Rp528.468.263,-, tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame mencapai 108,87%. Oleh karena itu, tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame produk rokok pada tahun 2020 termasuk dalam kriteria sangat efektif karena persentasenya melebihi 100%.

Kontribusi Pajak Reklame Produk Rokok

Pajak reklame produk rokok memberikan kontribusi terhadap penerimaan Pendapatan Asli Daerah Kota Magelang. Tabel 7 menunjukkan persentase kontribusi pajak reklame produk rokok terhadap pajak reklame Kota Magelang dan Tabel 8 menunjukkan persentase kontribusi pajak reklame produk rokok terhadap pajak daerah. Sementara, pada Tabel 9 menunjukkan persentase kontribusi pajak reklame produk rokok terhadap PAD Kota Magelang.

Tabel 7. Kontribusi Pajak Reklame Produk Rokok terhadap Pajak Reklame Kota Magelang

Tahun	Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Produk Rokok	Realisasi Pajak Reklame	Kontribusi (%)
2019	402.793.357	1.645.814.100	24,47
2020	528.468.263	1.850.859.400	28,55
Rata-rata			26,51

Sumber: data sekunder, 2021

Kontribusi pajak reklame produk rokok terhadap pajak reklame Kota Magelang mengalami peningkatan sebesar 4,08% dari tahun 2019 hingga tahun 2020. Tabel 7 menunjukkan bahwa pada tahun 2019 penerimaan pajak reklame produk rokok memberikan kontribusi sebesar 24,47% dan 28,55% pada tahun 2020 terhadap total pajak reklame. Dengan demikian rata-rata kontribusi pajak reklame produk rokok terhadap pajak reklame Kota Magelang adalah sebesar 26,51%.

Tabel 8. Kontribusi Pajak Reklame Produk Rokok terhadap Pajak Daerah Kota Magelang

Tahun	Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Produk Rokok	Realisasi Pajak Daerah	Kontribusi (%)
2019	402.793.357	40.432.696.639	1,00
2020	528.468.263	35.958.686.531	1,47
Rata-rata			1,23

Sumber: data sekunder, 2021

Pada tahun 2019, 1,00% dari jumlah realisasi pajak daerah merupakan penerimaan dari pajak reklame produk rokok. Kontribusi pajak reklame produk rokok terhadap realisasi pajak daerah mengalami peningkatan sebesar 0,47% pada tahun 2020. Selama tahun 2019 hingga tahun 2020, jumlah realisasi pajak daerah yang bersumber dari penerimaan pajak reklame produk rokok mencapai 1,23%.

Tabel 9. Kontribusi Pajak Reklame Produk Rokok terhadap PAD Kota Magelang

Tahun	Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Produk Rokok	Realisasi PAD	Kontribusi (%)
2019	402.793.357	273.582.932.151	0,15
2020	528.468.263	290.754.033.683	0,18
Rata-rata			0,16

Sumber: data sekunder, 2021

Realisasi penerimaan pajak reklame produk rokok memberikan kontribusi sebesar 0,15% terhadap penerimaan PAD Kota Magelang pada tahun 2019. Pada tahun 2020, penerimaan pajak reklame rokok memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap penerimaan PAD Kota Magelang, yakni sebesar 0,18%. Dengan kata lain, kontribusi pajak reklame produk rokok terhadap PAD Kota Magelang selama tahun 2019 hingga tahun 2020 mengalami peningkatan sebesar 0,03%. Adapun rata-rata kontribusi pajak reklame produk rokok terhadap PAD Kota Magelang adalah sebesar 16%.

Pembahasan

Laju Pertumbuhan Pajak Reklame

Penerimaan pendapatan dari sektor pajak reklame mengalami peningkatan pada tahun 2019 yakni sebesar Rp1.645.814.100,- dengan jumlah pertumbuhan sebesar Rp597.310.757,- atau sekitar 56,97% dari tahun sebelumnya. Kenaikan ini disebabkan adanya pendataan ulang subjek dan objek pajak di lapangan. Reklame yang semula belum dikenakan pajak, setelah dilakukan verifikasi langsung di lapangan oleh pihak Dinas Pendapatan kemudian dikenakan pajak reklame.

Pada tahun 2020, penerimaan pajak reklame juga mengalami peningkatan sebesar Rp205.045.300,- dengan jumlah realisasi penerimaan pajak reklame total sebesar Rp1.850.859.400,-. Meskipun jumlah penerimaan pajak mengalami peningkatan, akan tetapi peningkatan ini lebih kecil dari pada tahun 2019, yakni hanya sebesar 13,65%. Hal ini, disebabkan adanya pandemi Covid-19 yang kemungkinan menyebabkan subjek pajak menunda pembayaran pajak. Selain itu, adanya kebijakan pemerintah terkait keringanan pembayaran pajak bagi para pengusaha berupa penurunan tarif pajak, mengakibatkan jumlah pembayaran pajak yang tidak sebesar tahun sebelumnya.

Dari sejumlah kenaikan realisasi penerimaan pajak reklame, kenaikan juga terjadi pada sektor penerimaan pajak reklame produk rokok. Realisasi penerimaan pajak reklame produk rokok mengalami pertumbuhan sebesar Rp125.674.906,- atau sekitar 30,20% dari tahun sebelumnya. Peningkatan penerimaan pajak reklame dari produk rokok dinilai cukup besar. Hasil ini menunjukkan

bahwa kondisi pandemi Covid-19 kemungkinan kurang berdampak pada pemasangan iklan produk rokok.

Efektifitas Pajak Reklame Produk Rokok

Efektifitas pajak reklame produk rokok menunjukkan seberapa besar usaha pemerintah Kota Magelang dalam merealisasikan penerimaan pajak reklame produk rokok dari penerimaan pajak yang telah ditargetkan atau ditetapkan. Secara keseluruhan, realisasi penerimaan pajak reklame produk rokok telah sesuai dengan penerimaan pajak reklame produk rokok yang telah ditetapkan, bahkan cenderung lebih. Rata-rata, realisasi penerimaan pajak reklame mencapai 107,53% yang berarti bahwa usaha yang dilakukan oleh pihak pemerintah Kota Magelang dalam menarik pajak reklame dari produk rokok sangat efektif. Hal ini sesuai dengan kriteria efektivitas Mahmudi (2010) yang menyatakan bahwa jika persentase realisasi pajak reklame terhadap target penerimaan pajak reklame melebihi 100% maka usaha yang dilakukan untuk memungut pajak reklame tersebut tergolong sangat efektif.

Dinas Pendapatan Kota Magelang melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan penerimaan pajak reklame produk rokok. Selain memberikan sosialisasi kepada subjek pajak terkait peraturan dan tata cara pembayaran pajak reklame, pemerintah Kota Magelang juga melakukan *cross chek* data dengan Dinas Perijinan Kota Magelang. *Cross chek* data ini dilakukan untuk menentukan pihak-pihak yang berpotensi untuk dijadikan subjek pajak reklame termasuk subjek pajak reklame produk rokok.

Dinas Pendapatan Kota Magelang terjun ke lapangan untuk melihat langsung reklame produk rokok. Hal ini dilakukan untuk menentukan kebenaran lokasi, jenis reklame dan ukuran reklame yang dipasang dengan data yang didaftarkan oleh wajib pajak. Jika terdapat perbedaan, maka pihak Dinas akan menerbitkan surat pemberitahuan kepada wajib pajak.

Kontribusi Pajak Reklame Produk Rokok

Realisasi penerimaan pajak reklame produk rokok terhadap total pajak reklame Kota Magelang cukup besar yakni sebesar 26,51%. Hal ini menunjukkan bahwa lebih dari seperempat jumlah pajak reklame Kota Magelang bersumber dari pajak reklame produk rokok. Pajak reklame produk rokok menjadi salah satu jenis pajak reklame yang mendominasi pendapatan pajak reklame.

Penerimaan pajak reklame produk rokok di Kota Magelang kemungkinan disebabkan oleh faktor jumlah, lokasi dan jenis reklame yang digunakan. Reklame produk rokok tersebar di seluruh wilayah Kota Magelang, sehingga jumlahnya cukup banyak dan mudah ditemukan. Selain itu, kemungkinan, masih banyak reklame yang berada di lokasi-lokasi strategis yang banyak diakses oleh masyarakat umum khususnya pelajar atau mahasiswa. Tarif pajak reklame yang berada di lokasi strategis lebih tinggi dari pada reklame yang berada di lokasi kurang strategis, sehingga mengakibatkan jumlah penerimaan pajak reklame dari produk rokok menjadi cukup tinggi. Jenis reklame yang menggunakan spanduk, baliho dan pamflet lebih banyak dari pada jenis videotron. Meskipun tarif pajak reklame

untuk jenis spanduk, pamflet dan baliho lebih kecil dari jenis videotron, tetapi jumlahnya banyak dan mengakibatkan penerimaan pajak reklame produk rokok tetap besar.

Pada tahun 2020, jumlah realisasi penerimaan pajak daerah mengalami penurunan sebesar. Akan tetapi, realisasi penerimaan pajak reklame produk rokok mengalami peningkatan. Hal ini kemungkinan terdapat penurunan penerimaan pajak daerah dari sektor lain seperti misalnya dari sektor pajak hiburan, restoran dan hotel. Adanya pandemi Covid 19 membatasi aktivitas masyarakat di luar rumah seperti misalnya pergi ke tempat hiburan, restoran dan hotel. Sementara, pajak reklame tidak terpengaruh oleh aktivitas masyarakat, sehingga pemungutan pajak tetap dapat dilakukan.

Realisasi penerimaan pajak reklame produk rokok hanya memberikan sumbangan sebesar 0,16% terhadap realisasi PAD Kota Magelang. Nilai ini relatif kecil, karena dari sektor pajak reklame, sumber penerimaan PAD Kota Magelang tidak hanya berasal dari penerimaan pajak reklame produk rokok saja, tetapi juga dari penerimaan pajak reklame lainnya seperti produk makanan, minuman, otomotif, dsb. Selain itu, sumber PAD Kota Magelang juga berasal dari pajak hotel, pajak restoran, pendapatan retribusi daerah, pendapatan hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, penerimaan jasa giro, pendapatan BLUD, dsb.

Pada tahun 2019 dan 2020 realisasi penerimaan pajak reklame dari produk rokok mencapai Rp402.793.357,- dan Rp528.468.263. Persentase kontribusi pajak reklame produk rokok terhadap PAD Kota Magelang hanya sebesar 0,15% pada tahun 2019 dan 0,18% pada tahun 2020. Meskipun mengalami peningkatan, akan tetapi nilai ini terlalu kecil dalam memberikan sumbangan terhadap PAD Kota Magelang. Hal ini menunjukkan bahwa sejauh ini, penerimaan pajak reklame dari produk rokok bukan menjadi sumber penerimaan utama bagi pemerintah Kota Magelang. Oleh karena itu, ada atau tidaknya reklame produk rokok tidak berdampak besar bagi pemerintah Kota Magelang.

PENUTUP

Simpulan dan Saran

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas dan kontribusi pajak reklame produk rokok terhadap PAD Pemerintah Kota Magelang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pajak reklame produk rokok yang diterima oleh pemerintah daerah tergolong efektif, karena realisasi penerimaan pajak reklame produk rokok melebihi target penerimaan. Kontribusi pajak reklame produk rokok terhadap pajak reklame dan pajak daerah, cukup besar. Pajak reklame produk rokok berkontribusi terhadap PAD pemerintah daerah, meskipun persentase kontribusinya masih rendah. Rendahnya kontribusi pajak reklame produk rokok menunjukkan bahwa penerimaan yang berasal dari pajak reklame belum menjadi salah satu sumber utama bagi pemerintah daerah, sehingga ada atau tidak adanya pajak reklame produk rokok tidak berdampak besar terhadap PAD pemerintah daerah untuk saat ini.

Hasil penelitian ini berdasar pada jumlah pajak reklame produk rokok yang diterima pada tahun 2019

hingga tahun 2020, karena pada tahun sebelumnya pemerintah kota Magelang belum melakukan identifikasi terhadap penerimaan pajak berdasarkan jenisnya dan baru dimulai pada tahun 2019. Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi efektifitas pajak reklame produk rokok untuk periode selanjutnya, sehingga dapat diketahui tinggi rendahnya efektifitas pajak reklame produk rokok terhadap PAD Kota Magelang, terutama setelah pandemi covid 19. Penelitian selanjutnya dapat melakukan investigasi lebih lanjut mengenai kemungkinan penyebab peningkatan jumlah pajak reklame produk rokok dan hubungannya dengan peningkatan jumlah perokok, khususnya perokok usia sekolah.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, D., Brata, Y., Herlina, E., & Prabowo, F. H. (2019). Assessing Local Tax Contributions to Local Own Revenue: Evidence in One Region in Indonesia. *Jurnal Media Riset Akuntansi, Auditing & Informasi*, 19(1), 1–18. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.25105/mraai.v19i1.3881>
- Daulay, M., Harahap, J., Lubis, B., & Batubara, S. (2018). Hubungan Reklame Rokok Dengan Perilaku Merokok Pelajar SMA Negeri 4 di Kota Pematangsiantar Tahun 2017. *Biology Educational Science & Technology Journal*, 1(2), 44–52.
- Dewanti, M., Purnomo, E. P., & Kasiwi, A. N. (2020). Upaya Pemerintah Kabupaten Kulon Progo dalam Pengendalian Tembakau. *KEMUDI: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 5(1), 45–59.
- Korengkeng, R. R., Karamoy, H., & Pontoh, W. (2017). Analisis Potensi, Efektifitas, Efisiensi, dan Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Penerimaan Pajak Daerah Di Kabupaten Minahasa Utara. *Jurnal Riset Akuntansi Going Concern*, 12(1), 210–219.
- Liem, A. (2014). Pengaruh Media Massa, Keluarga, dan Teman terhadap Perilaku Merokok Remaja di Yogyakarta. *Makara Hubs-Asia*, 18(1), 41–52.
- Retrieved from <https://doi.org/10.7454/mssh.v18i1.3460>
- Lovato, C., Watts, A., & Stead, L. (2011). Impact of tobacco advertising and promotion on increasing adolescent smoking behaviours (Review). *Cochrane Database of Systematic Reviews*. Retrieved from <https://doi.org/10.1002/14651858.CD003439.pub2>. www.cochranelibrary.com
- Mahmudi, M. (2010). *Analisis Laporan Keuangan Pemerintah Daerah*. Yogyakarta: Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen.
- Nugraheni, I. P., Rusmijati, R., & Indrawati, L. R. (2019). Pengaruh Pajak Daerah, Retribusi Daerah dan Jumlah Penduduk Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Di Kabupaten Magelang Tahun 2009-2018. *DINAMIC: Directory Journal of Economic*, 1(3), 338–347.
- Pesik, V. F. (2013). Faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3).
- Prasetya, H. E., Marom, A., & Subowo, A. (2014). Implementasi Kebijakan Kawasan Tanpa Rokok di Stasiun Tawang Kota Semarang. *Journal of Public Policy and Management Review*, 3(4), 290–308.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: ALFABETA.
- Widiansyah, M. (2014). Faktor-Faktor Penyebab Perilaku Remaja Perokok Di Desa Sidorejo Kabupaten Penajam Paser Utara. *EJournal Sosiologi*, 2(4), 1–12.