

OPTIMALISASI PEMUNGUTAN PAJAK REKLAME DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN ASLI DAERAH DI KABUPATEN INDRAGIRI HULU PROVINSI RIAU

YUNELBRI RAHMANA

NPP. 32.0178

Asdaf Kabupaten Indragiri Hulu, Provinsi Riau

Program Studi Keuangan Publik

Email: 32.0178@praja.ipdn.ac.id

Pembimbing Skripsi: Prof. Dr. Drs. H. Bahrullah Akbar, MBA, CIPM, CSFA, CPA

ABSTRACT

Problem/Background (GAP): Advertising tax in Indragiri Hulu Regency has great potential as a source of local revenue (PAD), but its realization is still far from optimal. In 2023, only 50.16% of the target was realized. **Purpose:** This study aims to analyze efforts to optimize the collection of advertising tax to increase local revenue in Indragiri Hulu Regency. **Method:** A qualitative approach with a descriptive method was used. Data were collected through interviews, observations, and documentation. Informants were selected using purposive sampling, consisting of structural and functional officials at the Regional Revenue Agency of Indragiri Hulu District and taxpayers. Data were analyzed using Sutedi's (2008) optimization theory, which covers five aspects: expansion of the revenue base, strengthening of the collection process, increased supervision, cost efficiency, and increased revenue capacity. **Results/Findings:** This study found that optimization efforts have begun through the re-registration of taxable objects, the utilization of the SIMPATDA application, and increased public awareness. However, their effectiveness is still hindered by limited human resources, low public participation, and inadequate inter-agency cooperation. Oversight of illegal advertisements remains weak, and the utilization of technology is not yet optimal. This has resulted in low contributions from advertising taxes to the local revenue. **Conclusion:** The optimization of advertisement tax collection in Indragiri Hulu Regency has not been maximized. There is a need to improve institutional capacity, update information technology systems, enhance human resource competencies, and strengthen inter-agency and community synergy to overcome existing obstacles. The implementation of a comprehensive approach-based strategy is expected to maximize the potential for sustainable advertisement tax revenue.

Keywords: Advertising Tax, Optimization of Collection, Local Revenue, Indragiri Hulu District, Tax Effectiveness.

ABSTRAK

Permasalahan/Latar Belakang (GAP): Pajak Reklame di Kabupaten Indragiri Hulu memiliki potensi yang besar sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD), namun realisasi penerimaannya masih jauh dari optimal. Tahun 2023 mencatat realisasi hanya 50,16% dari target. **Tujuan:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis upaya optimalisasi pemungutan Pajak Reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Indragiri Hulu. **Metode:** Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan dipilih secara purposive sampling yang terdiri dari pejabat struktural dan fungsional di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Indragiri Hulu serta masyarakat wajib pajak. Data dianalisis dengan pendekatan teori optimalisasi dari Sutedi (2008), yang mencakup

lima aspek: perluasan basis penerimaan, penguatan proses pemungutan, peningkatan pengawasan, efisiensi biaya, dan peningkatan kapasitas penerimaan. **Hasil/Temuan:** Penelitian ini menemukan bahwa upaya optimalisasi sudah mulai dilakukan melalui pendataan ulang objek pajak, pemanfaatan aplikasi SIMPATDA, dan peningkatan sosialisasi. Namun, efektivitasnya masih terhambat oleh keterbatasan SDM, rendahnya partisipasi masyarakat, dan belum optimalnya kerja sama antarinstansi. Pengawasan terhadap reklame ilegal masih lemah, dan pemanfaatan teknologi belum maksimal. Hal ini berdampak pada rendahnya kontribusi pajak reklame terhadap PAD. **Kesimpulan:** Optimalisasi pemungutan Pajak Reklame di Kabupaten Indragiri Hulu belum berjalan maksimal. Perlu peningkatan kapasitas kelembagaan, pemutakhiran sistem teknologi informasi, peningkatan kompetensi SDM, serta penguatan sinergi antarinstansi dan masyarakat untuk mengatasi hambatan yang ada. Implementasi strategi berbasis pendekatan komprehensif diharapkan mampu memaksimalkan potensi penerimaan pajak reklame secara berkelanjutan. **Kata Kunci:** Pajak Reklame, Optimalisasi Pemungutan, Pendapatan Asli Daerah, Kabupaten Indragiri Hulu, Efektivitas Pajak.

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam rangka meningkatkan pendapatan daerah, pemerintah daerah memiliki sumber sumber pendapatan yang potensial. Salah upaya yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari sektor pajak (Hartanto & Sugiharti, 2019). Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan salah satu sumber utama pembiayaan pembangunan daerah yang berasal dari pemanfaatan potensi lokal, pelaksanaan urusan pemerintahan, dan pemberian pelayanan kepada masyarakat. Salah satu komponen penting PAD adalah pajak daerah, termasuk Pajak Reklame yang memiliki peran strategis dalam meningkatkan kapasitas fiskal daerah.

Tabel Target dan Realisasi Pendapatan Asli Daerah Kab. Indragiri Hulu TA 2023

No	Uraian	Target	Realisasi	
		Rp.	Rp.	%
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	Pendapatan Asli Daerah	138.766.062.882,00	133.293.802.546,30	96,06
1.	Pajak Daerah	53.348.955.359,00	53.359.554.855,20	100,02
	Pajak Hotel	551.227.585,00	584.752.565,00	106,08
	Pajak Restoran	3.282.746.231,00	3.904.891.640,20	118,95
	Pajak Reklame	2.956.044.426,00	1.482.736.487,00	50,16
	Pajak Penerangan Jalan	28.576.698.423,00	24.467.568.193,00	85,62
	Pajak Mineral Bukan Logam Dan Bantuan	179.238.504,00	122.505.750,00	68,35
	PBB-P2	6.943.072.499,00	6.839.457.963,00	98,51
	BPHTB	9.992.870.928,00	15.257.624.185,00	152,69
2.	Retribusi Daerah	5.002.957.000,00	3.619.501.382,00	72,35
	Retribusi Jasa Umum	3.194.994.000,00	2.638.903.780,00	82,59
	Retribusi Jasa Usaha	955.463.000,00	829.506.602,00	86,82
	Retribusi Perizinan Tertentu	852.500.000,00	151.091.000,00	17,72

3.	Hasil Pengel. Kek. Daerah Yang Dipisahkan	1.619.174.844,00	1.306.430.140,00	80,68
	Bagian laba yang dibagikan kepada pemerintah daerah (deviden)	1.619.174.844,00	1.306.430.140,00	80,68
4.	Lain-Lain Pendapatan Asli Daerah Yang Sah	78.794.975.679,00	75.008.316.169,00	95,19
	Jumlah Pendapatan Asli Daerah	138.766.062.882,00	133.293.802.546,30	96,06

Jika dilihat pada tabel di atas optimalisasi pemungutan Pajak Reklame masih menjadi tantangan. Berdasarkan data tahun 2023, kontribusi Pajak Reklame terhadap PAD hanya sebesar 1,11%, dengan realisasi penerimaan sebesar Rp1,48 miliar dari target Rp2,95 miliar, yang berarti hanya tercapai sekitar 50,16%. Bahkan dalam tiga tahun terakhir (2021–2023), realisasi penerimaan Pajak Reklame mengalami penurunan signifikan. Data tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel
Jumlah Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame di Kab. Indragiri Hulu Tahun 2019-2023

No	Pajak Reklame			%
	Tahun	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	
1	2019	788.668.600,00	1.053.223.226,77	133,54
2	2020	699.999.999,00	1.726.574.392,00	246,65
3	2021	1.199.999.999,00	2.580.619.586,00	215,05
4	2022	2.499.979.079,00	1.770.936.099,00	70,84
5	2023	2.956.044.426,00	1.482.736.487,00	50,16

Permasalahan ini tidak hanya terletak pada rendahnya kesadaran wajib pajak, tetapi juga pada kelemahan dalam sistem pendataan objek pajak, kurangnya kuantitas dan kualitas sumber daya manusia di instansi pelaksana, serta minimnya koordinasi antar lembaga seperti Badan Pendapatan Daerah dan Satpol PP. Padahal, regulasi telah memberikan kerangka hukum yang jelas, seperti yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah, serta Peraturan Daerah Kabupaten Indragiri Hulu Nomor 1 Tahun 2024 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah yang menetapkan tarif Pajak Reklame sebesar 25% dari nilai sewa reklame.

Namun demikian, potensi dari sektor reklame masih belum tergarap secara optimal. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam—ada yang menyatakan bahwa pajak reklame berkontribusi positif terhadap PAD, sementara yang lain mengindikasikan bahwa penerimaannya masih jauh dari optimal karena lemahnya pengawasan dan minimnya partisipasi masyarakat. Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Keuis Rahmayanti, 2019), mengatakan bahwa penerimaan pajak reklame belum memberikan kontribusi pada penerimaan pendapatan asli daerah karena sumber daya yang dimiliki masih kurang. Namun, pada penelitian (Hikam et al., 2023), mengatakan bahwa pajak reklame berpengaruh positif terhadap penerimaan pendapatan asli daerah.

Oleh karena itu, penting dilakukan evaluasi dan strategi optimalisasi pemungutan Pajak Reklame secara komprehensif guna meningkatkan efektivitas dan efisiensi pemungutan, serta memperkuat kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Indragiri Hulu.

1.2 Kesenjangan Masalah yang Diambil (GAP Penelitian)

Meskipun secara regulatif telah tersedia dasar hukum yang kuat, seperti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 dan Peraturan Daerah Kabupaten Indragiri Hulu Nomor 1 Tahun 2024, namun pada praktiknya implementasi pemungutan belum optimal. Hal ini terlihat dari capaian realisasi yang hanya sekitar 50,16% dari target pada tahun 2023 dan tren penurunan dalam tiga tahun terakhir. Kesenjangan ini diperparah oleh lemahnya pendataan objek pajak, minimnya koordinasi antar instansi terkait, rendahnya kualitas dan kuantitas sumber daya manusia, serta kurangnya kesadaran dan kepatuhan wajib pajak. Kondisi tersebut menandakan adanya perbedaan antara kebijakan yang dirancang dengan pelaksanaannya di lapangan, yang menunjukkan perlunya upaya strategis dan inovatif untuk menjembatani gap antara potensi dan realisasi pemungutan Pajak Reklame secara efektif.

1.3 Penelitian Terdahulu

1. Kumala, R. (2019). Analisis efektifitas pajak reklame dalam meningkatkan penerimaan pajak daerah di kota bekasi. Penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas pajak iklan di Kota Bekasi tergolong belum efektif, ditandai dengan penurunan realisasi dari 97,88% pada 2013 menjadi 43,61% pada 2016. Penurunan ini disebabkan oleh kesalahpahaman antara wajib pajak dan pemerintah. Untuk meningkatkan penerimaan, diperlukan sosialisasi, peningkatan layanan, serta kerja sama dengan pihak periklanan.
2. Kobandaha, R., & Wokas, H. R. (2016). Analisis efektivitas, kontribusi dan potensi pajak reklame dan pajak hotel terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Kotamobagu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat efektivitas Pajak Reklame sudah efektif dan Pajak Hotel masih dinilai tidak efektif pada tahun 2015. Secara keseluruhan kontribusi Pajak Reklame dan Pajak Hotel tahun anggaran 2012-2015 memberikan kontribusi yang baik terhadap PAD. Potensi penerimaan Pajak Reklame dan Pajak Hotel akan mengalami kenaikan pada tahun 2016.
3. Sukmawati, M., & Ishak, J. F. (2019, August). Pengaruh Kontribusi Pajak Reklame dan Pajak Restoran terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Bandung. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pajak reklame dan pajak restoran memiliki pengaruh signifikan secara simultan maupun parsial terhadap pendapatan asli daerah di Kota Bandung. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,352 atau 35,2% yang berarti bahwa pendapatan asli daerah dipengaruhi sebesar 35,2% oleh variabel pajak reklame dan pajak restoran, sedangkan 64,8% dipengaruhi oleh variabel lain.
4. Yulia, I. A. (2020). Pengaruh Pajak Hiburan Dan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah: Studi Kasus Pada Bapenda Kota Bogor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, variabel Pajak Hiburan dan Pajak Iklan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah, dan di antara kedua variabel tersebut, variabel Pajak Hiburan memiliki pengaruh terbesar. Sementara itu, secara simultan, kedua variabel tersebut bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah.
5. Sihombing, H. (2020). Pengaruh Penerimaan Pajak Hiburan Dan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa Pajak Hiburan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Pendapatan Asli Kota Medan. Pajak Iklan memiliki dampak positif tetapi tidak signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Medan. Secara

bersamaan, Pajak Hiburan dan Pajak Iklan secara signifikan mempengaruhi pendapatan asli Kota Medan.

6. Triantoro, A. (2010). Efektifitas Pemungutan Pajak Reklame dan Kontribusinya Terhadap Penerimaan Pajak Daerah di Kota Bandung. Analisis data menunjukkan efektivitas pajak iklan di Kota Bandung tahun 2006 sebesar 53,56%, dengan rata-rata pertumbuhan tahunan 53,94% dalam enam tahun terakhir. Potensi pajak iklan yang dapat dicapai sebesar Rp48,7 miliar, namun kontribusi realisasi terhadap pajak daerah tahun 2006 hanya 15,84%, jauh di bawah potensi 29,77%.
7. Hikam, M., Pramukty, R., & Yulaeli, T. (2023). PENGARUH PENERIMAAN PAJAK REKLAME DAN PAJAK RESTORAN TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH KOTA BEKASI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerimaan dari pajak iklan dan pajak restoran secara individu maupun bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah.

1.4 Pernyataan Kebaruan Ilmiah

Penelitian ini dilakukan oleh penulis dengan pendekatan yang berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya. Dalam studi ini, penulis memanfaatkan kondisi terkini dan melibatkan informan yang lebih beragam serta mencakup berbagai perspektif. Kesenjangan penelitian yang diangkat berfokus pada masalah spesifik yang hanya dapat ditemukan di lokasi penelitian, yaitu berkaitan dengan optimalisasi pemungutan pajak reklame untuk meningkatkan pendapatan asli daerah di Kabupaten Indragiri Hulu, Provinsi Riau. Selain itu, perbedaan signifikan lainnya terletak pada penerapan teori optimalisasi yang dilengkapi dengan indikator-indikator yang dirumuskan secara khusus, sehingga menghasilkan temuan yang berbeda dan lebih mendalam dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya.

1.5 Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis upaya optimalisasi pemungutan Pajak Reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Indragiri Hulu.

II. METODE

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif, yang memungkinkan peneliti untuk menyelami secara mendalam realitas sosial dan fenomena kompleks, khususnya dalam konteks optimalisasi pemungutan pajak reklame yang melibatkan berbagai aktor, proses, serta dinamika kelembagaan dan teknologi. Pendekatan kualitatif dianggap paling relevan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang bersifat eksploratif dan interpretatif. Nurdin & Hartati (2019) menyebut metode penelitian kualitatif sebagai metode naturalistik, karena dilaksanakan dalam kondisi yang alami (natural setting); metode ini juga dikenal sebagai etnografi, mengingat asal-usulnya yang lebih banyak digunakan dalam penelitian antropologi budaya; dan disebut sebagai kualitatif karena data yang dikumpulkan serta analisisnya bersifat kualitatif. Menurut Crowther & Lauesen (2017), metode ini diekspresikan dalam bahasa alami, menggunakan sampel kecil yang dipilih secara purposif, dan sering kali berfokus pada individu, peristiwa, serta konteks tertentu. Pendekatan ini sangat sesuai untuk analisis idiografis yang mendalami kasus-kasus spesifik, seperti pelaksanaan optimalisasi pemungutan pajak reklame di lingkungan pemerintah daerah. Penelitian kualitatif mampu memberikan interpretasi langsung terhadap kondisi di lapangan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada. Moleong (2005:6) menyatakan bahwa penelitian kualitatif dihasilkan melalui pengamatan fenomena yang berkaitan dengan pengalaman partisipan, seperti

perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan, dalam suatu setting alam tertentu secara menyeluruh melalui deskripsi verbal dan tertulis serta menggunakan berbagai teknik. Menurut Sugiyono (dalam Ardiansyah et al., 2023), pendekatan kualitatif berlandaskan pada filsafat postpositivisme dan digunakan untuk menelaah suatu objek dalam kondisi alaminya, tanpa melibatkan eksperimen yang dikendalikan secara ketat. Simangunsong (2017:192) menegaskan bahwa esensi dari pendekatan ini terletak pada pencarian makna yang bersifat subjektif dan sangat dipengaruhi oleh pengalaman individu masing-masing partisipan.

Instrumen penelitian berfungsi sebagai alat atau sarana yang digunakan peneliti untuk mempermudah proses pengumpulan data. Bhaskar & Manjuladevi (2016) menjelaskan bahwa alat penelitian mencakup formulir observasi, pedoman wawancara, dan dokumentasi, yang semuanya digunakan dalam penelitian ini untuk menggali informasi mendalam dari informan yang telah ditetapkan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menangkap kompleksitas sosial yang tidak dapat direpresentasikan hanya dengan angka. Penelitian ini menggunakan data yang meliputi hasil wawancara, catatan lapangan, dokumen, serta data pendukung lainnya seperti foto atau informasi dari sumber daring.

Pemilihan informan dalam penelitian ini dilakukan melalui teknik purposive sampling, yaitu penetapan informan secara sengaja berdasarkan pertimbangan bahwa mereka memiliki pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan langsung dalam proses pemungutan pajak reklame. Pemilihan ini didasarkan pada relevansi posisi mereka terhadap fokus penelitian yang ingin menggali optimalisasi pemungutan pajak reklame. Informan terdiri dari pegawai Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Indragiri Hulu, termasuk: Kepala Badan Pendapatan Daerah, Sekretaris Badan Pendapatan Daerah, Kepala Bidang Pendaftaran, Penilaian, dan Penetapan, serta Kepala Bidang Penerimaan, dan Masyarakat Wajib Pajak. Kehadiran informan dari berbagai level struktural dan fungsional, serta masyarakat wajib pajak, memberikan perspektif yang lebih komprehensif, mulai dari perumusan kebijakan, pelaksanaan teknis, hingga dampaknya di lapangan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulis mengukur optimalisasi pemungutan pajak reklame untuk meningkatkan pendapatan asli daerah dengan menggunakan konsep optimalisasi yang dikemukakan oleh Sutedi (2008). Menurut Sutedi, terdapat lima elemen kunci dalam optimalisasi, yaitu:

1. Memperluas basis penerimaan
2. Memperkuat proses pemungutan
3. Meningkatkan pengawasan
4. Menekan biaya pemungutan dan meningkatkan efisiensi
5. Meningkatkan kapasitas penerimaan

3.1 Optimalisasi Pemungutan Pajak Reklame dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah oleh Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Indragiri Hulu

1. Memperluas basis penerimaan

Optimalisasi dalam memperluas basis penerimaan merupakan langkah strategis yang dilakukan oleh Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Kabupaten Indragiri Hulu untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui pemungutan Pajak Reklame. Langkah ini melibatkan serangkaian kegiatan yang terstruktur, mulai dari identifikasi wajib pajak

reklame, perbaikan sistem penilaian, pembaruan basis data, hingga perhitungan kapasitas penerimaan pajak.

Berdasarkan wawancara, observasi, dan dokumentasi yang telah dilakukan, Bapenda Kabupaten Indragiri Hulu telah melakukan identifikasi dan pendataan wajib pajak reklame setiap tahun, termasuk melalui pemanfaatan aplikasi SIMPATDA untuk memperbaiki kualitas basis data dan penilaian objek reklame. Hal ini dilakukan dengan memperhatikan nilai strategis lokasi reklame dan nilai jual media reklame, sebagaimana diatur dalam Peraturan Daerah Kabupaten Indragiri Hulu Nomor 1 Tahun 2024.

**Tabel Data Piutang Wajib Pajak Reklame
Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2019-2023**

Tahun	Piutang Lancar (Rp)	Piutang Tidak Lancar (Rp)	Total Piutang (Rp)
2019	1.237.500,00	842.300,00	2.079.000,00
2020	1.389.200,00	974.600,00	2.363.800,00
2021	1.482.700,00	1.108.400,00	2.591.100,00
2022	1.416.900,00	1.287.100,00	2.704.000,00
2023	2.495.200,00	4.218.900,00	6.714.100,00

Data menunjukkan bahwa piutang pajak reklame terus mengalami peningkatan setiap tahunnya, dengan lonjakan signifikan pada tahun 2023 mencapai Rp6.714.100,00. Fakta ini mengindikasikan bahwa perlu adanya penguatan terhadap proses identifikasi wajib pajak yang belum taat, optimalisasi dalam pembaruan data objek pajak, serta edukasi lebih intensif untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak.

2. Memperkuat Proses Pemungutan

Memperkuat proses pemungutan merupakan bagian krusial dalam strategi optimalisasi pemungutan Pajak Reklame oleh Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Kabupaten Indragiri Hulu. Fokus utama dari upaya ini adalah meningkatkan efektivitas pelaksanaan pemungutan melalui sistem yang transparan, prosedur yang terstandarisasi, serta pengawasan yang ketat terhadap kepatuhan wajib pajak.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang telah dilakukan, Bapenda telah berupaya memperkuat proses pemungutan dengan memanfaatkan aplikasi Sistem Informasi Manajemen Pajak Daerah (SIMPATDA) untuk mendukung transparansi dan akuntabilitas pelaporan. Selain itu, prosedur penagihan dan penetapan pajak dilakukan berdasarkan sistem yang terintegrasi dengan data objek dan subjek pajak, yang memungkinkan identifikasi lebih akurat terhadap potensi penerimaan dan penunggakan.

Namun dalam pelaksanaannya, proses pemungutan masih menghadapi kendala, seperti kurangnya kepatuhan dari pihak wajib pajak, lambatnya tindak lanjut penagihan terhadap piutang yang menumpuk, serta terbatasnya personel lapangan dalam melakukan monitoring. Hal ini menyebabkan tingkat realisasi pemungutan Pajak Reklame belum mencapai target yang diharapkan secara maksimal.

Selain itu, kerja sama dengan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) sebagai lembaga pendukung penertiban reklame ilegal masih belum optimal, sehingga pengendalian terhadap reklame yang tidak terdaftar atau tidak membayar pajak belum berjalan secara menyeluruh. Dalam beberapa kasus, ditemukan bahwa reklame yang terpasang tidak sesuai dengan izin yang diberikan atau belum melalui prosedur penetapan nilai pajak yang tepat.

3. Meningkatkan pengawasan

Pengawasan merupakan salah satu elemen penting dalam proses optimalisasi pemungutan Pajak Reklame. Melalui pengawasan yang efektif, pemerintah daerah tidak hanya dapat memastikan bahwa proses pemungutan berjalan sesuai dengan ketentuan, tetapi juga dapat mencegah terjadinya kebocoran pendapatan dan menindak wajib pajak yang tidak patuh. Dalam konteks ini, Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Kabupaten Indragiri Hulu berupaya untuk meningkatkan pengawasan terhadap objek dan subjek pajak reklame guna memaksimalkan penerimaan dari sektor tersebut.

Berdasarkan wawancara, observasi, dan dokumentasi yang telah dilakukan, pengawasan yang dilakukan oleh Bapenda mencakup kegiatan monitoring terhadap reklame yang sudah dan belum terdaftar, penertiban reklame ilegal, serta evaluasi rutin terhadap pelaksanaan pemungutan. Salah satu strategi pengawasan yang diterapkan adalah dengan menjalin kerja sama dengan Satpol PP dalam melakukan penertiban reklame yang tidak memiliki izin atau tidak membayar pajak. Selain itu, pengawasan juga dilakukan melalui pencocokan data antara unit teknis pemungutan dan data dari aplikasi SIMPATDA, guna mendeteksi adanya potensi pajak yang belum tertagih.

Namun, proses pengawasan ini masih menghadapi sejumlah tantangan. Minimnya personel lapangan, keterbatasan anggaran operasional pengawasan, serta belum maksimalnya integrasi data antar instansi membuat pengawasan tidak dapat dilakukan secara menyeluruh dan intensif. Selain itu, keterlibatan aktif masyarakat dalam melaporkan keberadaan reklame liar juga masih rendah, sehingga beberapa objek reklame luput dari pemantauan.

Tabel Personel Bidang Pendaftaran, Penilaian, dan Penetapan Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Indragiri Hulu

No	Bidang	Jumlah Pegawai
1.	Bidang Pendaftaran, Penilaian, dan Penetapan	1 Orang
2.	Sub Bidang Penilaian dan Perhitungan	4 Orang
3.	Sub Bidang Penetapan dan Pengelolaan Data	14 Orang
Total Pegawai		19 Orang

Data tersebut menunjukkan bahwa pelaksanaan pemungutan pajak reklame di Bapenda Kabupaten Indragiri Hulu belum optimal, karena keterbatasan sumber daya manusia pada bidang pendaftaran, penilaian, dan penetapan, sehingga tidak sesuai dengan teori Sutedi (2008) dan berdampak pada rendahnya kontribusi terhadap pendapatan asli daerah.

4. Strategi Kelembagaan

Menekan biaya pemungutan dan meningkatkan efisiensi merupakan langkah penting dalam upaya optimalisasi penerimaan pajak daerah, khususnya pajak reklame. Efisiensi dalam pemungutan pajak tidak hanya berdampak pada penghematan anggaran operasional pemerintah, tetapi juga meningkatkan efektivitas pelaksanaan tugas Bapenda dalam mengelola potensi pendapatan asli daerah (PAD). Dalam konteks Kabupaten Indragiri Hulu, upaya ini menjadi krusial mengingat keterbatasan sumber daya dan tantangan geografis yang cukup kompleks.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang telah dilakukan, diketahui bahwa Bapenda Kabupaten Indragiri Hulu telah berupaya menekan biaya pemungutan melalui penggunaan teknologi informasi, seperti sistem digitalisasi data wajib pajak reklame dan pemanfaatan aplikasi berbasis online. Hal ini dilakukan guna mengurangi ketergantungan pada proses manual yang selama ini menyerap banyak waktu, tenaga, dan biaya operasional. Selain itu, strategi efisiensi lainnya juga diterapkan melalui penyederhanaan prosedur administrasi dan pelaksanaan kegiatan pengawasan secara lebih terfokus dan terjadwal.

Namun demikian, efisiensi yang dicapai masih menghadapi hambatan, seperti keterbatasan anggaran untuk pemutakhiran sistem, kurangnya pelatihan bagi pegawai, serta rendahnya tingkat partisipasi wajib pajak dalam memanfaatkan layanan digital. Oleh karena itu, perlu peningkatan kapasitas sumber daya manusia dan alokasi anggaran yang lebih proporsional untuk menunjang sistem pemungutan yang efisien.

5. Meningkatkan Kapasitas Penerimaan

Meningkatkan kapasitas penerimaan pajak reklame merupakan salah satu strategi penting dalam optimalisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD), khususnya di Kabupaten Indragiri Hulu. Kapasitas penerimaan pajak menggambarkan sejauh mana pemerintah daerah mampu menggali potensi pajak yang ada secara maksimal dan berkelanjutan. Dalam konteks ini, peningkatan kapasitas tidak hanya mencakup besarnya jumlah penerimaan, tetapi juga efisiensi sistem pemungutan, akurasi data wajib pajak, serta perluasan basis pajak.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan, diketahui bahwa Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Kabupaten Indragiri Hulu telah melakukan berbagai langkah untuk meningkatkan kapasitas penerimaan pajak reklame. Upaya yang dilakukan antara lain adalah pembaruan data wajib pajak melalui pendataan ulang titik reklame, penertiban reklame ilegal, serta peningkatan pengawasan lapangan secara berkala. Selain itu, Bapenda juga berupaya memperluas basis penerimaan dengan menggandeng pihak swasta dan pelaku usaha lokal agar tertib administrasi dalam pembayaran pajak reklame.

Bapenda juga mulai menerapkan pendekatan teknologi informasi untuk mendukung transparansi dan akuntabilitas dalam proses pemungutan. Walau demikian, masih terdapat kendala seperti kurangnya sumber daya manusia yang kompeten, keterbatasan anggaran operasional, serta rendahnya kesadaran dan kepatuhan sebagian wajib pajak terhadap kewajiban membayar pajak reklame.

3.2 Faktor Penghambat Pemungutan Pajak Reklame oleh Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Indragiri Hulu

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, dapat disimpulkan bahwa pemungutan pajak reklame oleh Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Kabupaten Indragiri Hulu masih menghadapi sejumlah hambatan yang mengganggu efektivitas dan optimalisasi penerimaan. Hambatan tersebut bersumber dari faktor internal maupun eksternal.

Secara internal, kendala utama terletak pada keterbatasan sumber daya manusia baik dari segi jumlah maupun kompetensi teknis, khususnya dalam hal pengawasan dan penilaian objek pajak reklame. Selain itu, belum optimalnya sistem pendataan dan kurangnya pemanfaatan teknologi informasi juga memperlambat proses pemungutan dan pencatatan pajak secara akurat. Sementara itu, dari sisi eksternal, rendahnya kesadaran wajib pajak untuk melaporkan dan membayar pajak reklame sesuai ketentuan menjadi faktor dominan. Masih banyak pelaku usaha yang tidak memahami kewajiban perpajakan atau sengaja menghindari kewajiban tersebut. Di samping itu, penertiban reklame ilegal yang tidak memiliki izin resmi juga menjadi tantangan tersendiri, terutama karena lemahnya koordinasi antarinstansi terkait dan keterbatasan dalam pengawasan di lapangan. Secara keseluruhan, faktor-faktor penghambat ini berdampak pada belum maksimalnya realisasi penerimaan pajak reklame sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah. Oleh karena itu, diperlukan perbaikan sistem, peningkatan kapasitas SDM, dan strategi sosialisasi serta penegakan hukum yang lebih efektif untuk mengatasi berbagai kendala tersebut.

3.3 Upaya Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Indragiri Hulu dalam Menangani Kendala

Upaya Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Indragiri Hulu dalam Menangani Kendala
Dalam rangka mengatasi berbagai kendala dalam pemungutan pajak reklame, Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Kabupaten Indragiri Hulu telah melakukan sejumlah langkah strategis baik secara langsung maupun tidak langsung. Upaya-upaya ini bertujuan untuk mengoptimalkan penerimaan pendapatan asli daerah (PAD) dari sektor pajak reklame. Berikut ringkasan upaya yang dilakukan:

1. Melakukan Sosialisasi kepada Wajib Pajak dan Vendor Reklame
Bapenda secara rutin mengadakan sosialisasi minimal dua kali dalam setahun kepada masyarakat dan pelaku usaha reklame. Tujuannya adalah meningkatkan pemahaman serta kepatuhan dalam memenuhi kewajiban pajak reklame.
2. Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia
Upaya peningkatan SDM dilakukan dengan mengikutsertakan pegawai dalam pelatihan dan bimbingan teknis terkait pajak daerah. Selain itu, sosialisasi internal dan kolaborasi antarpegawai serta dengan pihak luar juga diintensifkan. Meski demikian, masih terdapat kendala dalam hal jumlah personel yang belum mencukupi
3. Melakukan Pemutakhiran Data Objek Pajak Reklame
Bapenda secara aktif memperbarui data objek pajak reklame melalui survei lapangan. Langkah ini penting untuk memastikan validitas data yang digunakan dalam penagihan dan pengawasan. Hasilnya menunjukkan adanya peningkatan realisasi pajak reklame hingga mencapai 65,64% pada tahun terakhir

3.4 Diskusi Temuan Utama Penelitian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa optimalisasi pemungutan Pajak Reklame di Kabupaten Indragiri Hulu masih belum berjalan maksimal, dengan capaian realisasi hanya

sebesar 50,16% dari target pada tahun 2023. Temuan ini sejalan dengan penelitian Kumala (2019) di Kota Bekasi yang menyimpulkan efektivitas pajak reklame tergolong belum optimal akibat kurangnya pemahaman wajib pajak dan minimnya kerja sama antara pemerintah dan pelaku usaha periklanan. Kedua penelitian menyoroti pentingnya sosialisasi dan peningkatan layanan sebagai faktor kunci dalam meningkatkan penerimaan pajak reklame. Temuan penelitian ini juga mendukung hasil yang diperoleh oleh Keuis Rahmayanti (2019), yang menyatakan bahwa rendahnya kontribusi pajak reklame terhadap PAD disebabkan oleh keterbatasan sumber daya manusia di instansi pelaksana. Dalam konteks Kabupaten Indragiri Hulu, permasalahan serupa ditemukan, di mana keterbatasan jumlah dan kapasitas SDM berdampak pada lemahnya pengawasan, pendataan, dan penetapan objek pajak reklame. Namun demikian, tidak semua temuan selaras dengan hasil penelitian sebelumnya. Misalnya, Hikam et al. (2023) serta Sukmawati dan Ishak (2019) menyimpulkan bahwa pajak reklame memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap PAD. Hasil penelitian ini justru menunjukkan bahwa meskipun potensi penerimaan pajak reklame besar, realisasi penerimaan masih rendah karena berbagai kendala teknis dan kelembagaan, seperti kurangnya integrasi data, lemahnya koordinasi antarinstansi (misalnya dengan Satpol PP), serta rendahnya kesadaran wajib pajak. Lebih lanjut, perbandingan juga dapat dilakukan dengan penelitian Kobandaha dan Wokas (2016) di Kota Kotamobagu yang menyebutkan bahwa efektivitas pajak reklame telah tercapai. Perbedaan ini mengindikasikan bahwa tingkat efektivitas sangat dipengaruhi oleh konteks daerah masing-masing, termasuk kesiapan sistem administrasi, dukungan teknologi, dan komitmen pemerintah daerah. Selain itu, dalam penelitian Triantoro (2010) ditemukan bahwa meskipun potensi pajak reklame di Kota Bandung tinggi, realisasi kontribusinya terhadap PAD masih rendah. Hal ini sejalan dengan temuan di Kabupaten Indragiri Hulu, di mana potensi pajak cukup besar namun belum tergarap secara maksimal akibat lemahnya sistem pengawasan dan pemungutan.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menegaskan pentingnya pendekatan komprehensif dalam optimalisasi pajak reklame, mencakup perbaikan sistem pendataan, penguatan kapasitas SDM, pemanfaatan teknologi informasi, peningkatan kerja sama antarinstansi, dan edukasi kepada wajib pajak. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi baru dalam konteks lokal Kabupaten Indragiri Hulu dan menegaskan perlunya strategi yang disesuaikan dengan kondisi masing-masing daerah.

IV. KESIMPULAN

Optimalisasi pemungutan pajak reklame oleh Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Kabupaten Indragiri Hulu masih belum berjalan maksimal. Hal ini ditunjukkan oleh belum tercapainya target penerimaan pajak reklame secara konsisten dari tahun ke tahun. Beberapa upaya telah dilakukan, seperti penyederhanaan prosedur, pendataan ulang objek pajak, peningkatan efisiensi, serta sosialisasi kepada masyarakat. Namun, efektivitasnya masih terbatas akibat berbagai kendala teknis dan struktural. Faktor-faktor penghambat utama dalam pemungutan pajak reklame meliputi keterbatasan sumber daya manusia, minimnya pemanfaatan teknologi informasi, rendahnya kesadaran dan kepatuhan wajib pajak, serta lemahnya koordinasi antarinstansi, khususnya dalam penertiban reklame ilegal. Kendala ini berdampak pada rendahnya efektivitas pengawasan dan pencapaian potensi penerimaan yang optimal. Sebagai respons terhadap hambatan tersebut, Bapenda telah melakukan sejumlah upaya penanganan, antara lain melalui peningkatan kapasitas aparaturnya melalui pelatihan, sosialisasi yang lebih masif kepada masyarakat dan pelaku usaha, pembaruan data objek pajak, serta perbaikan sistem pelayanan dan pengawasan

di lapangan. Meskipun berbagai langkah strategis telah dilakukan, efektivitasnya masih perlu ditingkatkan melalui sinergi antarinstansi, pemanfaatan teknologi yang lebih maksimal, serta perumusan kebijakan yang lebih adaptif terhadap kondisi daerah. Upaya-upaya ini penting agar potensi pajak reklame sebagai sumber Pendapatan Asli Daerah dapat dimaksimalkan secara berkelanjutan.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini mengalami kendala signifikan yang berkaitan dengan waktu dan anggaran, yang berpengaruh pada pencapaian hasil yang tidak maksimal. Keterbatasan ini menghalangi peneliti untuk memperluas jangkauan data dan melakukan analisis yang lebih mendalam terhadap temuan yang ada. Oleh karena itu, diharapkan penelitian di masa mendatang dapat dilaksanakan dengan dukungan waktu dan sumber daya yang lebih memadai, sehingga hasil yang diperoleh dapat lebih komprehensif dan mendalam.

Arah Masa Depan Penelitian (future work): Penulis menyadari bahwa hasil penelitian ini masih bersifat eksploratif dan membutuhkan kajian lebih mendalam. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian lanjutan dilakukan di lokasi serupa dengan fokus pada topik optimalisasi pemungutan pajak reklame untuk meningkatkan pendapatan asli daerah di Kabupaten Indragiri Hulu, Provinsi Riau.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang mendalam kepada Kepala Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Kabupaten Indragiri Hulu beserta seluruh jajarannya atas kesempatan yang diberikan untuk melaksanakan penelitian ini. Selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan berkontribusi secara aktif dalam memastikan kelancaran pelaksanaan penelitian ini.

VI. Daftar Pustaka

Buku dan Jurnal

- Ardieansyah, Asmungi, & Latip. (2023). *Metodologi Penelitian Sosial* (1st ed.). Deepublish.
- Bhaskar, S. B., & Manjuladevi, M. (2016). Methodology for research II. *Indian Journal of Anaesthesia*, 60(9), 646–651. <https://doi.org/10.4103/0019-5049.190620>
- Crowther, D., & Lauesen, L. M. (2017). Qualitative methods. *Handbook of Research Methods in Corporate Social Responsibility*, 225–229. <https://doi.org/10.4324/9781315672632-5>
- Hartanto, G. S., & Sugiharti, D. K. (2019). The Impact of the Motor Vehicle Tax Award on the Increase of the West Java Province's Locally Generated Revenue. *Padjadjaran Jurnal Ilmu Hukum*, 6(1), 168–189. <https://doi.org/10.22304/pjih.v6n1.a9>
- Hikam, M., Pramukty, R., & Yulaeli, T. (2023). PENGARUH PENERIMAAN PAJAK REKLAME DAN PAJAK RESTORAN TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH KOTA BEKASI. *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, 2(1). [PENGARUH PENERIMAAN PAJAK REKLAME DAN PAJAK RESTORAN TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH KOTA BEKASI. | EBSCOhost](#)
- 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). [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](#)
- Kumala, R. (2019). Analisis efektifitas pajak reklame dalam meningkatkan penerimaan pajak

- daerah di kota bekasi. *Jurnal Reformasi Administrasi: Jurnal Ilmiah Untuk Mewujudkan Masyarakat Madani*, 6(1), 38-41. [ANALISIS EFEKTIFITAS PAJAK REKLAME DALAM MENINGKATKAN PENERIMAAN PAJAK DAERAH DI KOTA BEKASI | Kumala | Reformasi Administrasi](#)
- Moleong, L. J. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Yogyakarta: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Surabaya.
- Rahmayanti, K. (2019). Optimalisasi Penerimaan Pajak Reklame Pada Bidang Pendapatan Badan Pendapatan Pengelolaan Dan Aset Kota Banjar.
- Sihombing, H. (2020). Pengaruh Penerimaan Pajak Hiburan Dan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah. *Journal of Economic and Business*, 1(2), 65-75. [PENGARUH PENERIMAAN PAJAK HIBURAN DAN PAJAK REKLAME TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH | Journal of Economic and Business](#)
- Simangunsong, F. (2017). *Metodologi Penelitian Pemerintahan*. cet. 1. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. 23rd ed. Bandung: Alfabeta.
- Sukmawati, M., & Ishak, J. F. (2019, August). Pengaruh Kontribusi Pajak Reklame dan Pajak Restoran terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Bandung. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 10, No. 1, pp. 1056-1068). [Pengaruh Kontribusi Pajak Reklame dan Pajak Restoran terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Bandung | Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar](#)
- Sutedi. (2008). *Hukum Pajak dan Retribusi Daerah*. Ghalia Indonesia.
- Triantoro, A. (2010). Efektifitas Pemungutan Pajak Reklame dan Kontribusinya Terhadap Penerimaan Pajak Daerah di Kota Bandung. *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 5(1). [Efektifitas Pemungutan Pajak Reklame dan Kontribusinya terhadap Penerimaan Pajak Daerah di Kota Bandung | Triantoro | Fokus Ekonomi : Jurnal Ilmiah Ekonomi](#)
- Yulia, I. A. (2020). Pengaruh Pajak Hiburan Dan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah: Studi Kasus Pada Bapenda Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 8(3), 333-338. [Pengaruh Pajak Hiburan Dan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah: Studi Kasus Pada Bapenda Kota Bogor | Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan](#)

Peraturan

- Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah
- Peraturan Daerah Kabupaten Indragiri Hulu Nomor 1 Tahun 2024 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah