

## EFEKTIVITAS PUNGUTAN PAJAK REKLAME TERHADAP TINGKAT KEMANDIRIAN KEUANGAN DAERAH KABUPATEN BATANG HARI TAHUN 2010-2014

BASUKI

Program Studi Keuangan Daerah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi

Email :

### **Abstract**

*The study aims to determine the development district Batang Hari advertisement tax years 2010-2014, the effectiveness of the advertisement tax levy Batang Hari district in 2010-2014, and the level of financial independence Batang Hari district in 2010-2014. The method used in this research is qualitative analysis method, data collected by structured interview to dependa Batang Hari district and regional development planning agency and county Batang Hari. Development of data analysis techniques using the advertisement tax ratio indicator development, the effectiveness of advertisement taxation using effectiveness ratio while the level of local financial independence using indicators of independence ratio. These result indicate that the development of the advertisement tax Batang Hari district of 10,14 % annually, the effectiveness of advertisement taxation has a very effective influence on the level of local financial independence by 133,39%, and the level of local financial independence is still low with an average percentage rate of 5,36 % per year, this study shows that the effectiveness of advertisement taxation can increase the level of financial independence of local government areas in the district particularly Batang Hari.*

**Keywords :** *Level of Independence, Regional Finance, Tax Levy Advertising Effectiveness.*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan pajak reklame Kabupaten Batang Hari tahun 2010-2014, efektivitas pungutan pajak reklame Kabupaten Batang Hari tahun 2010-2014, dan tingkat kemandirian keuangan daerah Kabupaten Batang Hari tahun 2010-2014. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kualitatif, pengumpulan data dilakukan dengan wawancara terstruktur kepada Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Batang Hari dan Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah Kabupaten Batang Hari. Teknik analisis data perkembangan pajak reklame menggunakan indikator rasio perkembangan, efektivitas pungutan pajak reklame menggunakan rasio efektivitas, sedangkan tingkat kemandirian keuangan daerah menggunakan indikator rasio kemandirian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perkembangan pajak reklame Kabupaten Batang Hari sebesar 10,14 % setiap tahun, efektivitas pungutan pajak reklame mempunyai pengaruh sangat efektif terhadap tingkat kemandirian keuangan daerah sebesar 133,39 %, dan tingkat kemandirian keuangan daerah masih rendah dengan tingkat persentase rata-rata sebesar 5,36 % setiap tahun. Penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas pungutan pajak reklame dapat meningkatkan tingkat kemandirian keuangan daerah pada pemerintah daerah khususnya pemerintah Kabupaten Batang Hari.

**Kata kunci :** Tingkat Kemandirian, Keuangan Daerah, Efektivitas Pungutan Pajak Reklame.

## PENDAHULUAN

Sejak diberlakukannya otonomi daerah di Indonesia pada tahun 2001 pemerintah daerah merupakan organisasi sektor publik yang diberikan kewenangan oleh pemerintah pusat dalam mengatur pemerintahannya sendiri. Kewenangan pemerintah daerah dalam pelaksanaan otonomi daerah telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 32 tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah yang kemudian disempurnakan kedalam Undang-Undang Nomor 23 tahun 2014, serta Undang-Undang Nomor 33 tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah. Pada intinya, Undang-Undang tersebut memberikan kebebasan kepada pemerintah daerah untuk mengatur dan mengurus rumah tangga daerahnya sendiri, menetapkan kebijaksanaan sendiri, serta melakukan pembiayaan dan pertanggungjawaban keuangan sendiri (Yani, 2013).

Pemerintahan daerah dapat terselenggara karena adanya dukungan berbagai faktor sumber daya yang mampu menggerakkan jalannya roda organisasi pemerintahan dalam mencapai tujuan, salah satunya adalah faktor keuangan. Salah satu kriteria penting untuk mengetahui secara nyata kemampuan daerah dalam mengatur dan mengurus rumah tangganya adalah kemampuan *self supporting* dalam bidang keuangan yang mempengaruhi dalam pelaksanaan otonomi daerah.

Otonomi daerah membawa konsekuensi bagi pemerintah daerah untuk mampu menggali dan mengembangkan potensi asli daerahnya secara optimal sebagai sumber keuangan daerah. Masalah kemandirian keuangan daerah merupakan masalah utama bagi banyak daerah dalam melaksanakan otonomi daerah.

Sebagai daerah otonom, ketergantungan pemerintah Kabupaten Batang Hari terhadap bantuan pemerintah pusat seharusnya dapat seminimal mungkin sehingga Pendapatan Asli Daerah (PAD) menjadi bagian dari sumber keuangan yang terbesar. Porsi Pendapatan Asli Daerah (PAD) dijadikan sebagai indikator tingkat kemandirian dari suatu daerah dalam menjalankan kewenangannya (Halim, 2007).

Halim (2008) menyatakan bahwa kemandirian keuangan daerah adalah kemampuan pemerintah daerah dalam membiayai sendiri kegiatan pemerintahan, pembangunan, dan pelayanan kepada masyarakat yang telah membayar pajak dan retribusi sebagai sumber pendapatan yang diperlukan daerah. Sedangkan tingkat kemandirian keuangan daerah itu sendiri ditunjukkan oleh besar kecilnya pendapatan asli daerah (PAD) dibandingkan dengan pendapatan daerah yang berasal dari sumber lain, misalnya bantuan pemerintah pusat ataupun dari pinjaman.

Untuk mewujudkan kemandirian keuangan daerah, maka sumber-sumber pendapatan asli daerah menurut Undang-Undang Nomor 23 tahun 2014, yang terdiri dari pajak daerah, retribusi daerah, hasil dari pengelolaan kekayaan milik daerah yang dipisahkan, dan lain-lain pendapatan yang sah. Harus digali secara optimal tanpa melanggar ketentuan yang berlaku. Maksimalisasi PAD akan berimplikasi pada peningkatan pungutan pajak daerah dan retribusi daerah, karena penyumbang terbesar PAD adalah dua komponen tersebut. Dari pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa pajak daerah merupakan salah satu komponen yang memegang peranan penting dalam pendapatan asli daerah.

Faktor yang mempengaruhi pendapatan asli daerah dari sektor pajak daerah adalah potensi wajib pajak, potensi besarnya pajak yang ditetapkan, efektivitas pemungutan pajak, tarif pajak, dan dasar pajak. Kewenangan dalam pengenaan pajak daerah diharapkan dapat lebih mendorong pemerintah daerah untuk terus berupaya mengoptimalkan pendapatan asli daerahnya. Merujuk pada pendapat yang dikemukakan diatas, maka salah satu upaya optimalisasi PAD dapat dilakukan dengan cara meningkatkan efektivitas pungutan pajak daerah sesuai dengan potensi riil daerahnya.

Berdasarkan Laporan Realisasi Pendapatan Daerah Kabupaten Batang Hari tahun 2010-2014 yang diperoleh dari Dinas Pendapatan Daerah (Dispenda) Kabupaten Batang Hari, diketahui bahwa terdapat 11 jenis pajak daerah yang dikelola oleh dispenda Kabupaten Batang Hari, antara lain, pajak hotel, pajak restoran, pajak hiburan, pajak reklame, pajak penerangan jalan, pajak parkir, pajak air tanah, pajak sarang burung walet, pajak mineral bukan logam dan batuan, pajak bumi dan bangunan pedesaan dan perkotaan, dan pajak bea perolehan hak atas tanah dan bangunan.

Kendati cukup beragam jenis pajak daerah yang dikelola oleh pemerintah Kabupaten Batang Hari, namun hanya sedikit yang bisa diandalkan sebagai sumber pemungutan pajak daerah. Sumber penerimaan pajak daerah terbesar diperoleh dari jenis pajak penerangan jalan, namun pajak tersebut tidak dikelola sepenuhnya oleh pihak dispenda Kabupaten Batang Hari melainkan dikelola oleh pihak PLN, yang kemudian dipungut oleh dispenda sesuai ketentuan yang berlaku.

Berdasarkan laporan realisasi penerimaan daerah Kabupaten Batang Hari tahun 2010-2014 diketahui bahwa, Pajak reklame merupakan sumber penerimaan pajak daerah yang memberikan kontribusi besar keempat setelah pajak penerangan jalan, bea perolehan hak atas tanah dan bangunan Kabupaten Batang Hari sebenarnya mempunyai potensi yang cukup besar dari sektor pajak reklame, oleh karena itu pemerintah daerah Kabupaten Batang Hari seharusnya dapat lebih meningkatkan efektivitas pungutan pajak reklame sesuai dengan potensi daerah yang dimilikinya sehingga dapat memberikan kontribusi yang lebih optimal terhadap pajak daerah dan pada akhirnya menyokong bagi pendapatan asli daerah (indikator kemandirian keuangan daerah).

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Syafitri (2013) yang meneliti tentang Analisis Peranan dan Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kota Jambi tahun 2007-2011, menyimpulkan bahwa Pajak Reklame memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penerimaan Pendapatan Asli Daerah Kota Jambi dilihat dari hasil analisis persamaan regresi yaitu sebesar 40,91% dan kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap PAD dari tahun 2007-2011 rata-rata sebesar 6,52%.

Penelitian yang dilakukan oleh Royani (2013) yang meneliti tentang Efektivitas Pungutan Pajak Reklame Terhadap Tingkat Kemandirian Keuangan Daerah Kabupaten Merangin Tahun 2002-2011 menyimpulkan bahwa efektivitas pungutan pajak reklame di Kabupaten Merangin periode 2002-2011, rata-rata sebesar 102,42 % pertahunnya, dengan kategori sangat efektif, efektivitas yang tertinggi terjadi pada tahun 2010 sebesar 125,52 % (sangat efektif), dan efektivitas terendah terjadi pada tahun 2009 sebesar 79,57 % (cukup efektif).

Merujuk pendapat yang telah dikemukakan sebelumnya, dapat diambil kesimpulan bahwa kemandirian keuangan daerah adalah kemampuan pemerintah daerah dalam menggali dan mengelola sumber daya atau potensi daerah yang dimilikinya secara efektif dan efisien sebagai sumber utama keuangan daerah yang berguna untuk membiayai kegiatan penyelenggaraan pemerintah di daerah. Sedangkan tingkat kemandirian keuangan daerah merupakan tingkat ketergantungan pemerintah daerah terhadap sumber dana ekstern (pemerintah pusat) untuk meningkatkan kemandirian keuangan daerah Kabupaten Batang Hari, pemerintah daerah cenderung menggali potensi PAD dengan lebih mengefektifkan pungutan pajak daerahnya, salah satunya adalah dengan cara meningkatkan efektivitas pajak reklame.

Penelitian ini mencoba mengulang kembali penelitian Royani (2013) yang meneliti Kabupaten Merangin Tahun 2002-2011, dengan rumusan masalah perkembangan pajak reklame, kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah dan efektivitas

pungutan pajak reklame. Hal yang membedakan penelitian ini adalah penelitian ini melakukan penelitian di Kabupaten Batang Hari tahun 2010-2014, dengan rumusan masalah perkembangan pajak reklame, efektivitas pungutan pajak reklame, dan tingkat kemandirian keuangan daerah di Kabupaten Batang Hari.

**METODE PENELITIAN**

**Jenis data**

Sunyoto (2013) Data sekunder adalah data yang bersumber dari catatan yang ada pada perusahaan/lembaga dan dari sumber lainnya, yaitu dengan mengadakan studi kepustakaan dengan mempelajari buku-buku yang ada hubungannya dengan obyek penelitian atau dapat dilakukan dilakukan dengan menggunakan data dari biro pusat statistik(BPS).

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder internal selama periode 2010-2014 yang meliputi :

1. Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Batang Hari
2. Penerimaan Pajak Daerah Kabupaten Batang Hari
3. Penerimaan Pajak Reklame Kabupaten Batang Hari

**Sumber Data**

Data yang di gunakan dalam penelitian ini berasal dari :

1. Dinas Pendapatan Daerah( DISPENDA ) Kabupaten Batang Hari.
2. Badan Pusat Statistik ( BPS ) Kabupaten Batang Hari.
3. Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah ( BAPPEDA ) Kabupaten Batang Hari.

**Metode Analisis Data**

Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif yaitu analisis yang menguraikan suatu keadaan atau persoalan yang didukung oleh fakta, sifat- sifat serta hubungan antara penomena yang dianalisis.

Menurut Sunyoto (2013) Analisis Kualitatif merupakan analisa nonstatistik yang membantu dalam penelitian. Data-data yang diperoleh baik yang berupa angka maupun yang berupa tabel kemudian ditafsirkan dengan baik. Sesuai dengan data yang diperoleh, analisis kualitatif digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel terpengaruh dengan yang mempengaruhi. Dengan kata lain, yang dikumpulkan dari riset eksploratori (wawancara).

**Alat Analisis**

- a. Untuk menjawab tujuan pertama digunakan rumus Rasio Perkembangan: (Mahmudi, 2007).

$$PPR_t = \frac{PR_{tahun\ t} - PR_{tahun\ t-1}}{PR_{tahun\ t-1}} \times 100 \%$$

Dimana :

- PPR<sub>tahun t</sub> = Perkembangan Pajak Reklame
- PR<sub>tahun t</sub> = Nilai Pajak Reklame tahun sekarang
- PR<sub>tahun t-1</sub> = Nilai Pajak Reklame tahun lalu

- b. Untuk menjawab tujuan kedua digunakan rumus rasio efektivitas: (Mahmudi, 2007)

$$KFPR = \frac{RPPR}{TPR} \times 100 \%$$

Dimana :

KFPR = Koefisien Efektifitas Pajak Reklame RPPR = Realisasi Penerimaan Pajak Reklame  
 TPR = Target Pajak Reklame

Adapun standar untuk mengukur efektifitas adalah :

- a. Koefisiensi efektifitas dibawah 40% : sangat tidak efektif
- b. Koefisiensi 40% - 60 % : tidak efektif
- c. Koefisiensi 61% - 80 % : cukup efektif
- d. Koefisiensi 81% - 100 % : efektif
- e. Koefisiensi efektifitas diatas 100% : sangat efektif

c. Untuk menjawab tujuan ketiga digunakan rumus rasio kemandirian (Mahmudi, 2007)

Dimana :

$$RKD = \frac{PAD}{TPD} \times 100\%$$

RKD = Rasio Kemandirian Daerah  
 PAD = Pendapatan Asli Daerah  
 TPD = Total Pendapatan Daerah

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Perkembangan Pajak Reklame di Kabupaten Batang Tahun 2010-2014.**

Perkembangan pajak reklame memegang peranan penting dalam memberikan pengaruh terhadap peningkatan penerimaan pajak daerah Kabupaten Batang Hari, dimana pajak reklame merupakan salah satu sumber dari peningkatan pendapatan untuk pemerintah daerah, terutama Kabupaten Batang Hari. Untuk mengetahui perkembangan pajak reklame terhadap penerimaan Kabupaten Batang Hari dapat terlihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 5.1.**

**Perkembangan Pajak Reklame di Kabupaten Batang Hari Tahun 2010-2014**

Tahun	Pajak Reklame (Rp)	Perkembangan (%)
2010	560.031.560,00	46,34
2011	529.339.720,00	-5,48
2012	642.031.850,00	21,29
2013	614.007.796,00	-4,36
2014	570.535.000,00	-7,08
<b>Rata-rata</b>		<b>10,14</b>

Sumber : DISPENDA Kabupaten Batang Hari (Data Diolah)

Berdasarkan tabel diatas, rata-rata perkembangan pajak reklame di Kabupaten Batang Hari periode 2010-2014 sebesar 10,14 % pertahunnya, pada tahun 2010 perkembangan pajak reklame sebesar 46,34 %, pada tahun 2011 mengalami penurunan sebesar -5,48, namun pada tahun 2012 perkembangan mengalami peningkatan kembali sebesar 21,29 %, pada tahun 2013 kembali mengalami penurunan sebesar -4,36, dan pada tahun 2014 sebesar -7,08 % perkembangan tertinggi pajak reklame terjadi pada tahun 2010, yaitu sebesar 46,34 %. Hal ini disebabkan oleh adanya peningkatan mutulayan terhadap objek pajak reklame di Kabupaten

Batang Hari. Perkembangan terendah terjadi pada tahun 2014 yaitu sebesar -7,08 %. Penurunan ini disebabkan oleh laju pertumbuhan pajak reklame lebih rendah dibandingkan laju pertumbuhan tahun sebelumnya. Objek pajak reklame yang ada di Kabupaten Batang Hari yaitu berjumlah 10 objek pajak yang mana paling banyak disumbangkan dari reklame Papan/Bill Board, Reklame kain, Reklame Melekat/Stiker, dan Reklame Baliho.

**Efektivitas Pungutan Pajak Reklame di Kabupaten Batang Hari Tahun 2010- 2014.**

Penerimaan yang bersumber dari pajak reklame sebagai sumber penerimaan yang berasal dari komponen pajak reklame, penerimaan pajak reklame akan meningkat jika penerimaan dari komponen pajak reklame yang di pungut tersebut juga besar, atau sebaliknya penerimaan pajak reklame akan rendah jika penerimaan dari komponen pajak reklame yang di pungut tersebut rendah.

Peningkatan penerimaan dapat terjadi tergantung dari upaya yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Batang Hari dalam menggali sumber penerimaan pajak reklame. Salah satu upaya adalah dengan mengetahui besarnya efektivitas dalam pemungutan pada pajak reklame tersebut.

**Tabel 5.2.**  
**Efektivitas Pungutan Pajak Reklame di Kabupaten Batang Hari Tahun 2010-2014**

Tahun	Pajak Reklame		Efektivitas (%)	Kategori
	Target (Rp)	Realisasi (Rp)		
2010	388.633.810,00	560.031.560,00	144,10	Sangat Efektif
2011	301.275.975,00	529.339.720,00	175,69	Sangat Efektif
2012	450.000.000,00	642.031.850,00	142,67	Sangat Efektif
2013	561.032.011,20	614.007.796,00	109,44	Sangat Efektif
2014	600.000.000,00	570.535.000,00	95,09	Efektif
<b>Rata-rata</b>			<b>133.39</b>	Sangat Efektif

Sumber : DISPENDA Kabupaten Batang Hari (Data Diolah)

Dari tabel diatas, rata-rata efektivitas pajak reklame di Kabupaten Batang Hari periode 2010-2014 sebesar 133,39 % pertahunnya dengan kategori sangat efektif, pada tahun 2010 efektivitas sebesar 144,10 % dengan kategori sangat efektif, pada tahun 2011 efektivitas meningkat kembali sebesar 175,69 % dengan kategori sangat efektif, pada tahun 2012, 2013 dan 2014 cenderung mengalami penurunan yang sangat rendah. Pada tahun 2012 efektivitas sebesar 142,67 % dengan kategori sangat efektif, pada tahun 2013 efektivitas sebesar 109,44 % dengan kategori sangat efektif, dan pada tahun 2014 efektivitas sebesar 95,09 % dengan kategori efektif. Efektivitas tertinggi terjadi pada tahun 2011 yaitu sebesar 175,69 % dengan kategori sangat efektif, hal ini disebabkan karena target lebih rendah di banding realisasi. Sedangkan efektivitas terendah terjadi pada tahun 2014 yaitu sebesar 95,09 % dengan kategori efektif, hal ini disebabkan karena pemerintah Kabupaten Batang Hari masih belum optimal dalam pemungutan pajak reklame, masih banyaknya jenis reklame yang belum efektif dilakukan pemungutan secara rutin oleh pihak Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Batang Hari. Belum sempurnanya mekanisme pendataan potensi pajak reklame yang terdapat di Kabupaten Batang Hari, pernyataan tersebut terbukti dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa dari 10 jenis reklame yang telah ditetapkan oleh peraturan daerah Kabupaten Batang Hari Nomor 23 tahun 2011 pasal tentang pajak reklame, hanya terdapat 4 jenis reklame saja yang menjadi potensi pajak

reklame selama tahun 2010-2014, yang antara lain terdiri dari reklame papan/billboard, reklame kain, reklame melekat/stiker, dan reklame baliho. Sedangkan 7 jenis reklame lainnya belum terdata sebagai potensi pajak reklame ditahun 2010-2014, yang antara lain terdiri dari reklame megatron/videotron/large electronic display (LED), reklame selebaran, reklame berjalan, reklame udara, reklame suara, reklame film/slide, dan reklame peragaan. belum terdatanya beberapa jenis reklame sebagai potensi pajak reklame, tentunya akan berdampak terhadap penerimaan pajak reklame, penerimaan pajak daerah, dan pendapatan asli daerah (PAD), yang pada akhirnya berdampak pula pada rendahnya tingkat kemandirian keuangan daerah Kabupaten Batang Hari.

#### **Tingkat Kemandirian Keuangan Daerah Kabupaten Batang Hari Tahun 2010-2014.**

Pada bagian berikut ini akan dibahas yang berkaitan dengan tingkat kemandirian Keuangan Daerah Kabupaten Batang Hari. Adapun indikator-indikator yang digunakan dalam menentukan tingkat kemandirian Keuangan Daerah yaitu Rasio perbandingan antara Pendapatan Asli Daerah (PAD) terhadap Total Pendapatan Daerah (TPD) Kabupaten Batang Hari selama tahun 2010-2014.

**Tabel 5.3.**

#### **Tingkat Kemandirian Keuangan Daerah Kabupaten Batang Hari Tahun 2010-2014.**

Tahun	Pendapatan Asli Daerah (PAD)	Total Pendapatan Daerah (TPD)	D/TPD(%)	Tingkat Kemandirian Keuangan Daerah
2010	22.251.818	547.502.663	4,06	Kurang
2011	34.553.020	648.751.992	5,33	Kurang
2012	37.229.501	803.791.649	4,63	Kurang
2013	50.623.238	948.697.436	5,34	Kurang
2014	70.804.984	949.766.204	7,45	Kurang
<b>Rata-rata</b>			<b>5,36</b>	<b>Kurang</b>

Sumber: DISPENDA kabupaten Batang Hari (Data dioalah)

Berdasarkan pada tabel 5.3 dapat diketahui rata-rata tingkat kemandirian keuangan daerah pemerintah Kabupaten Batang Hari selama tahun 2010-2014 berada pada tingkat 5,36 % tergolong kurang mandiri. Kurangnya tingkat kemandirian keuangan pemerintah Kabupaten Batang Hari menunjukkan bahwa tingkat ketergantungan pemerintah Kabupaten Batang Hari terhadap bantuan pihak eksternal (Pemerintah Pusat) masih tinggi, dengan kata lain peranan pemerintah pusat masih lebih dominan dari pada kemandirian pemerintah Kabupaten Batang Hari dalam mengoptimalkan pendapatan asli daerahnya sebagai salah satu sumber dalam pembiayaan penyelenggaraan daerah ataupun untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya. Pencapaian tingkat kemandirian tertinggi terjadi pada tahun 2014 dengan rasio sebesar 7,45. Tingkat kemandirian terendah pemerintah Kabupaten Batang Hari terjadi pada tahun 2010 dengan tingkat kemandirian sebesar Rp 4,06, penurunan tersebut terjadi karena kurang optimalnya pemerintah Kabupaten Batang Hari dalam menggali sumber-sumber pendapatan asli daerah (PAD) yang potensial di Kabupaten Batang Hari, terutama dari sektor pajak daerah, yang merupakan salah satu penyokong utama pendapatan asli daerah Kabupaten Batang Hari.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Perkembangan pajak reklame di Kabupaten Batang Hari periode 2010-2014, rata – rata sebesar 10,14 % pertahunnya, perkembangan tertinggi pajak reklame terjadi pada tahun 2010, yaitu sebesar 46,34 %, Perkembangan terendah terjadi pada tahun 2014 yaitu sebesar -7,08 %.
2. Efektivitas pungutan pajak reklame di Kabupaten Batang Hari periode 2010- 2014, rata – rata sebesar 102,42 % 133,39 % pertahunnya dengan kategori sangat efektif, efektivitas tertinggi terjadi pada tahun 2011 yaitu sebesar 175,69 % dengan kategori sangat efektif, Efektivitas terendah terjadi pada tahun 2014 yaitu sebesar 95,09 % dengan kategori efektif.
3. Tingkat kemandirian Kabupaten Batang Hari periode 2010-2014, rata-rata sebesar 5,36 % pertahunnya, dengan kategori kurang mandiri, Pencapaian tingkat kemandirian tertinggi terjadi pada tahun 2014 dengan rasio sebesar 7,45 %. Tingkat kemandirian terendah pemerintah Kabupaten Batang Hari terjadi pada tahun 2010 dengan tingkat kemandirian sebesar 4,06 %.

### Saran

Diharapkan kepada instansi terkait untuk lebih aktif menginformasikan secara optimal para wajib pajak yang belum memiliki kesadaran untuk membayar pajak.

Melihattingkat efektivitas pajak reklame di Kabupaten Batang Hari sudah seharusnya Pemerintah daerah lebih mengoptimalkan konsep pelayanan prima terhadap para wajib pajak, sehingga timbul kesadaran para wajib pajak untuk membayar pajak tersebut, dan diharapkan realisasi pajak reklame di Kabupaten Batang Hari akan semakin meningkat.

Dari hasil penelitian dan pembahasan tingkat kemandirian keuangan daerah Kabupaten Batang Hari perlu mendapat dorongan agar Pendapatan Asli Daerahnya tumbuh.

### DAFTAR PUSTAKA

- BAPPEDA Kabupaten Batang Hari, 2011, *Sejarah Perkembangan Pemerintahan dan Pembangunan Kabupaten Batang Hari*, Kabupaten Batang Hari.
- BPS Kabupaten Batang Hari, 2011, *Batang Hari Dalam Angka*, Kabupaten Batang Hari.
- DISPENDA Kabupaten Batang Hari, 2011, *PAD Kabupaten Batang Hari tahun 2010-2014*, Kabupaten Batang Hari.
- Halim, Abdul, 2007. *Akuntansi Keuangan Daerah*. Penerbit : Salemba Empat, Jakarta.
- Halim, Abdul, 2008. *Akuntansi Keuangan Daerah*. Penerbit : Salemba Empat, Jakarta
- Mahmudi, 2007. *Analisis Laporan Keuangan Pemerintah Daerah*, UPP STIM YKPM. Yogyakarta.
- Peraturan Daerah Kabupaten Batang Hari Nomor 3 Tahun 2011, *tentang Pajak Daerah*, Batang Hari.
- Royani, Ida, 2013. *Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame Terhadap Tingkat Kemandirian Keuangan Daerah di Kabupaten Merangin*. Skripsi.
- Rusyadi, 2005. *Peranan Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Brebes*. Skripsi Brebes.
- Resmi, Siti, 2013. *Perpajakan Teori dan Kasus*, Edisi 7. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Siahaan, Marhot P., 2013. *Pajak Daerah & Retribusi Daerah*, Edisi Revisi. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Sunyoto, Danang, 2013. *Metodologi Penelitian Akuntansi*, Penerbit: PT Refika Aditama,



Bandung.

- Syafitri, Lili, 2013. *Analisis Peranan dan Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah di Kota Jambi*. Skripsi.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014 *tentang Pemerintah Daerah*. Diakses melalui [http://www. Bappenas.go.id](http://www.Bappenas.go.id). Tanggal 2 Mei 2015.
- Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 *tentang Perimbangan Keuangan Antara Pusat dan Daerah*. Diakses melalui [http://www. Dilpe.esdm.go.id](http://www.Dilpe.esdm.go.id). Tanggal 2 Mei 2015
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 *tentang pajak daerah dan retribusi daerah*. Raja Grafindo Persada.
- Waluyo, 2014. *Perpajakan Indonesia*, Edisi 11. Penerbit Salemba Empat, Jakarta. Yani, Ahmad, 2013. *Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah Indonesia*, Edisi Revisi. Penerbit PT Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Yulianto, 2006. *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame di Kota Semarang*. Skripsi. Semarang.