

**ANALISIS POTENSI PAJAK REKLAME DALAM
MENINGKATAN PENERIMAAN PAJAK REKLAME DI
KABUPATEN OKI**

SKRIPSI



Nama : Yacub Ilhamsyah

Nim : 222014255

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2021

SKRIPSI

**ANALISIS POTENSI PAJAK REKLAME DALAM
MENINGKATAN PENERIMAAN PAJAK REKLAME DI
KABUPATEN OKI**

**Diajukan untuk Menyusun Skripsi pada
Program Strata Satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang**



Nama : Yacub Ilhamsyah

Nim : 222014255

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2021

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Yacub Ilhamsyah

NIM : 222014255

Program Studi : Akuntansi

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis sendiri dan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Palembang, September 2021

Penulis



Yacub Ilhamsyah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : **ANALISIS POTENSI PAJAK REKLAME DALAM
MENINGKATAN PENERIMAAN PAJAK REKLAME
DI KABUPATEN OKI**

Nama : Yacub Ilhamsyah

Nim : 222014255

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Akuntansi

Mata Kuliah Pokok : Akuntansi Sektor Publik

Pembimbing I



Drs. Sunardi, S.E., M.Si
NIDN/NBM:0206046303/784021

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal, 2020
Pembimbing II



Darmayanti, S.E., M.M., Ak., CA
NIDN/NBM : 0219057901/1187172

Mengetahui,
Dekan
Ketua Program Studi Akuntansi



Betri Sirajuddin, S.E., M.Si., Ak., CA
NIDN/NBM: 0216106902/944806

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“Kebahagiaan adalah ketika apa yang anda pikirkan,
apa yang anda katakan, dan apa yang anda lakukan selaras”*

(Mahatma Gandhi)

”

(Yacub Ilhamsyah)

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

- ❖ **Bapakku (AHMAD MASRURI) dan
Ibukku (YUNIARSILAWATI)**
- ❖ **Kedua Adikku (AISYAH AGUSTINA) &
(ROKIMAH RAHMADANTI)**
- ❖ **Dosen Pembimbing Skripsi**
- ❖ **Almamater Kebanggaanku**
- ❖ **Organisasi Tercinta MAPALA ALFEDYA**
- ❖ **ANGKATAN AGRA RIMBA”28**
- ❖ **Support sytem (L.A)**



PRAKATA

AssalamualaikumWr.Wb

Alhamdulillahirobbilalamin, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan nikmat hidup dan segala karunia-Nya. Shalawat serta salam selalu tercurah limpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan seluruh umatnya hingga akhir zaman. Atas rahmat dan hidayah-Nyalah penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul Analisis Potensi Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten OKI, sebagai upaya melengkapi syarat untuk mencapai jenjang Sarjana Strata 1 pada jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Palembang.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada Allah SWT yang selalu memberikan rezeki dan nikmat baik kesehatan jasmani dan rohani kepada penulis dan kedua orang tuaku Bapak Ahmad Masruri dan Ibu Yuniarsi lawati, dan kedua adik saya Aisyah Agustina dan Rokimah Rahmadanti yang selalu menjadi penyejuk hati dikala penat menghadapi skripsi, perhatian dan senantiasa memberikan semangat, dan dukungan serta doa yang tiada hentinya bagi penulis. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada bapak Dr. Drs. Sunardi, S.E.,M.Si dan ibu Darmayanti,S.E.,M,M,Ak.,CA. yang telah membimbing dan memberikan pengarahan serta saran dengan tulus dan ikhlas. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Abid Djazuli, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang beserta staf.
2. Bapak Yudha Marom Darma Saputra S.E.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Bapak Betri Sirajuddin, S.E., Ak.,M.Si., CA selaku Ketua Jurusan Prodi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Nina Sabrina S.E., M.Si selaku Sekretaris Jurusan Prodi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Palembang.
5. Ibu Nurul Hutami Ningsih selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Bapak dan Ibu dosen beserta staf pengajar Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
7. Pemerintah Kabupaten Ogan Komering Ilir (BPPD)
8. Seluruh pihak yang membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis.

Semoga Allah SWT membalas budi baik untuk seluruh bantuan yang telah diberikan guna menyelesaikan tulisan ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Meskipun demikian semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, Aamiin

Palembang, September 2021

Penulis

Yacub Ilhamsyah

HALAMAN DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN/COVER	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	v
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN PRAKATA	vii
HALAMAN DAFTAR ISI	viii
HALAMAN DAFTAR TABEL	x
HALAMAN DAFTAR GAMBAR	xi
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C.Tujuan penelitian	9
D.Manfaat penelitian	
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
A.Landasan Teori.....	11
1.Pengertian Potensi Pajak Reklame	11

2.Target Penerimaan Pajak Reklame.....	14
3.Pajak Reklame.....	15
4.Realisasi Penerimaan Pajak Reklame.....	16
5.Penerimaan Pajak	17
6.Objek Pajak.....	17
7.Dasar Pengenaan Pajak Reklame	21
8.Jaminan Biaya Bongkar	23
9.Tarif Pajak Reklame	24
10.Tata Cara Perhitungan Pajak Reklame	24
B. Penelitian Sebelumnya.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Jenis Penelitian.....	35
B. Lokasi Penelitian	35
C. Operasionalisi Variabel.....	36
D. Data yang diperlukan.....	37
E. Metode Pengumpulan data	38
F. Analisis Data dan Tehnik Analisis	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
A. Hasil Penelitian	41
1.Sejarah Dinas Pendapatan Pengelola Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten OKI.....	41

2.Dasar Hukum	43
3.Bidang Keuangan	45
4.Struktur Organisasi.....	46
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	55
1. Potensi Pajak Reklame	55
2. Penerimaan Pajak Reklame.....	59
3. Analisis Potensi Pajak Reklame Terhadap Penerimaan Pajak Reklame....	61
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	64
A. Simpulan	64
B. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	
Lampiran.....	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Penerimaan Pajak Reklame Asli Daerah Kabupaten OKI	8
Tabel II.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Sebelumnya.....	27
Tabel III.1 Operasionalisasi Variabel.....	36
Tabel IV.1 Penggolongan Jenis Reklame dan Jumlah Reklame Kabupaten OKI	54
Tabel IV.2 Analisis Ukuran Potensi Pajak Reklame Kabupaten OKI tahun 2017-2020	58
Tabel IV.3 Potensi Pajak Reklame Kabupaten OKI tahun 2017.....	59
Tabel IV.4 Potensi Pajak Reklame Kabupaten OKI tahun 2018.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV.1 Struktur Organisasi.....	54
Gambar IV.2 Perbandingan Target, Realisasi, Potensi Pajak reklame Kabupaten OKI 2017-2020.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran1 : Fotocopy Surat Izin Melakukan Penelitian

Lampiran2 : Fotocopy Sertifikat Membaca dan Menghapal Al-Quran

Lampiran3 : Fotocopy Sertifikat SPSS

Lampiran4 : Lembar Persetujuan Skripsi

Lampiran5 : Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi

Lampiran6 : Plagiarism Checker

Lampiran7 : BiodataPenulis

ABSTRAK

Yacub Ilhamsyah/222014255/2021/Analisis Potensi Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak Reklame Survei Pada Badan Pengelolaan Pajak Daerah Kabupaten OKI

Penelitian ini dilakukan untuk menjawab masalah yang ada yaitu bagaimanakah Potensi Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak Reklame pada Badan Pengelolaan Pajak Kabupaten OKI. Tujuan Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Potensi Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak Reklame pada Badan Pengelolaan Pajak Kabupaten OKI. Jenis Penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Penelitian ini dilakukan pada Badan Pengelolaan Pajak Daerah di Kabupaten OKI. Variabel yang digunakan adalah Potensi Pajak dan Penerimaan Pajak. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan dokumentasi dan wawancara. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis indikator rasio dengan rumus. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa potensi pajak reklame pada Kabupaten OKI dari tahun 2017 sampai 2020 berada diatas target dan realisasinya

Kata Kunci : Potensi Pajak, Penerimaan Pajak

ABSTRACT

Yacub Ilhamsyah / 222014255/2021 / Analysis of the Potential of Advertising Taxes in Increasing Survey Billboard Tax Revenues at the OKI Regency Regional Tax Management Agency

This research was conducted to answer the existing problem, namely how is the potential for advertisement tax in increasing advertisement tax revenue at the OKI regency tax management agency. The purpose of this study was conducted to determine the potential of advertisement tax in increasing advertisement tax revenue at the OKI Regency Tax Management Agency. This type of research is a descriptive study. This research was conducted at the Regional Tax Management Agency in OKI Regency. The variables used are Tax Potential and Tax Revenue. The data used are primary data and secondary data. Data collection techniques using documentation and interviews. The data analysis technique uses the ratio indicator analysis technique with a formula. The results of this study indicate that the advertising tax potential in OKI Regency from 2017 to 2020 is above the target and its realization

Keywords: Tax Potential, Tax Revenue

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia merupakan negara berkembang yang terdiri dari ribuan pulau yang memiliki budaya yang beraneka ragam, lautan, dan sumber daya alam yang melimpah. Dengan perkembangan yang terjadi saat ini mendorong pemerintah untuk melakukan perubahan di segala sektor demi meningkatkan pendapatan atau kas negara guna membiayai pembangunan. Dalam melakukan perubahan tersebut, pastilah memerlukan dana yang sangat besar, dan dana itu berasal dari anggaran pendapatan Belanja Negara (APBN) dan Anggaran pendapatan Belanja Daerah (APBD), dimana sebagian besar bersumber dari penerimaan pajak. Ini menjelaskan bahwa pajak memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan bernegara.

Pembiayaan pemerintah daerah dalam melaksanakan tugas pemerintah dan pembangunan senantiasa memerlukan sumber penerimaan yang dapat diandalkan. Kebutuhan ini semakin dirasakan oleh daerah terutama sejak diberlakukannya otonomi daerah di Indonesia, yaitu mulai 1 januari 2001. Dengan adanya otonomidaerah dipacu untuk dapat berkreasi mencari sumber penerimaan daerah yang dapat mendukung pembiayaan pengeluaran daerah.

Sesuai undang-undang nomor 28 tahun 2009 pasal 1 angka 26 dan 27, pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Sedangkan yang dimaksud Reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan

corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, memperkenalkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati umum.

Zuraida (2012:59) Pajak Reklame adalah benda. alat, perbuatan atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang dengan tujuan komersial memperkenalkan.menganjurkan. mempromosikan. atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa. orang atau badan yang dapat dilihat. dibaca. didengar. dirasakan atau dinikmati oleh umum.

Andriani dalam Waluyo (2013:2) Pajak adalah iuran kepada negara (yang dapat dipaksakan) yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan – peraturan, dengan tidak mendapat prestasi kembali, yang langsung dapat ditunjuk, dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran – pengeluaran umum berhubungan dengan tugas negara yang menyelenggarakan pemerintah.

Soemitro dalam Resmi (2014:1) pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang – undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal balik (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan, dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum.

Djajadiningrat dalam Resmi (2014:1) pajak sebagai suatu kewajiban menyerahkan sebagian dari kekayaan ke kas negara yang disebabkan suatu keadaan , kejadian, dan perbuatan yang memberikan kedudukan tertentu, tetapi

bukan sebagai hukuman, menurut peraturan yang ditetapkan pemerintah serta dapat dipaksakan, tetapi tidak ada jasa timbal balik dari negara secara langsung, untuk memelihara kesejahteraan umum.

Pohan (2017:233) Penerimaan Pajak adalah tulang punggung sumber keuangan Negara terbesar untuk pembiayaan APBN yang sangat dominan pajak yang dipungut dikelompokkan kepada pajak pusat, bea dan cukai, pajak daerah, maupun retribusi daerah dan penerimaan lain bukan pajak.

Berdasarkan Pasal 1 ayat 3 Undang-Undang no 14 tahun 2015 tentang Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara tahun anggaran 2016, Penerimaan Pajak adalah semua penerimaan Negara yang terdiri atas Pendapatan Pajak Dalam Negeri dan Pendapatan Pajak Perdagangan Internasional.

Potensi Pajak Reklame sebagai suatu kemampuan ekonomi yang ada di daerah yang mungkin dan layak untuk dikembangkan sehingga bisa berkembang menjadi sumber penghidupan rakyat setempat bahkan dapat mendorong perekonomian daerah secara keseluruhan untuk berkembang dengan sendirinya dan berkesinambungan dalam bentuk reklame yang digunakan untuk kepentingan komersil dimana hal ini menghasilkan pajak bagi Negara.

Sebagai salah satu sumber penerimaan yang memiliki potensi cukup besar, pajak daerah seharusnya mendapatkan perhatian khusus dalam pengelolaannya. Hal ini ditunjang banyaknya penggunaan jasa yang disediakan oleh pemerintah kepada orang pribadi maupun pihak swasta, sehingga pemerintah memiliki

peluang dalam mengoptimalkan pemungutan pajak daerah secara maksimal.

Teori diatas dapat disimpulkan bahwa Pajak adalah iuran kepada negara (yang dapat dipaksakan) yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan – peraturanserta dapat dipaksakan, tetapi tidak ada jasa timbal balik dari negara secara langsung, untuk memelihara kesejahteraan umum.

Kabupaten OKI adalah salah satu kota yang terletak di provinsi sumatra selatan, Indonesia. Secara geografis kota ini terletak antara 3°20'09,1" – 3°34'24,7" Lintang Selatan dan 104°07' 50,4" – 104°19'41,6" Bujur Timur, dengan luas daerah sebesar 144,53 km², memiliki penduduk ± 64.584 ribu jiwa (Warisan Budaya Tak Ternilai) Kabupaten OKI memiliki khasanah budaya yang kuat dan kental. Kabupaten OKI yang mendiami wilayah Sumatera Selatan dan sekitarnya selalu menjunjung tinggi adat istiadat dalam kehidupan sehari-hari berbagai segi kehidupan seperti kelahiran bayi, pernikahan, sampai kematian diatur dan dituntun oleh adat istiadat budaya setempat. dan salah satu daerah otonomi yang telah melaksanakan program-program pembangun, baik program jangka pendek maupun program jangka panjang. Untuk merealisasikan program pembangunan tersebut dibutuhkan tersedianya dana yang cukup besar untuk melaksanakan dan menyelenggarakan pembangunan daerahnya yang sebagian besar harus dengan kekuatan daerahnya sendiri, disamping bantuan dari pemerintah pusat.

Potensi pajak reklame yang dimaksud adalah segala kemampuan yang dimiliki pajak reklame untuk menjadi sumber penerimaan bagi suatu daerah, sehingga pajak reklame dapat pula dikatakan sebagai target penerimaan pajak reklame yang telah ditetapkan oleh Dinas Pendapatan Daerah Kota Kayuagung berdasarkan hasil perhitungan yang akan dicapai dalam suatu periode.

Untuk dapat memenuhi pembiayaan pembangunan, pemerintah Kota Kayuagung berusaha untuk meningkatkan pendapatan daerah dengan mengoptimalkan jenis-jenis pendapatan yang dikendalikan oleh pemerintah daerah melalui perbaikan administrasi dan pelayanan pajak, memonitoring dan mengevaluasi pelaksanaan Perda tentang pajak. Seperti apa yang disebutkan diatas, diantara berbagai macam pajak kota yang mempunyai andil terbesar dalam kontribusinya terhadap pajak daerah salah satu pajak reklame. Kota kayuagung sebagai kota metropolis memiliki banyak sekali tempat-tempat strategis untuk pemasangan reklame, baik reklame yang berupa spanduk, baliho bahkan yang lebih canggih lagi yaitu berupa *Laser Compact Disk* (LCD) raksasa atau yang disebut juga dengan reklame megatron. Yang menjadi permasalahan saat ini adalah banyaknya permasalahan reklame yang belum terselesaikan, mulai dari masalah reklame liar yang tidak memiliki surat izin sampai terjadi kebocoran di penerimaan pajak reklame, sehingga dapat mengurangi Pendapatan Asli Daerah. Erfitria (2014).

Potensi adalah daya kekuatan; kemampuan; kesanggupan. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa potensi pajak reklame yang dimaksud adalah segala kemampuan yang dimiliki pajak reklame untuk menjadi sumber

penerimaan bagi suatu daerah, sehingga pajak reklame dapat pula dikatakan sebagai target penerimaan pajak reklame yang telah ditetapkan oleh Dinas Pendapatan Daerah Kota Kayuagung berdasarkan hasil perhitungan yang akan dicapai dalam suatu periode.

Tempat pemasangan reklame sendiri dibagi menjadi dua yaitu Reklame luar ruang. Reklame luar ruang merupakan reklame yang operasinya diluar rumah atau gedung. Bentuk reklame luar ruang biasanya lebih bebas dibandingkan reklame dalam ruang. Reklame jenis ini misalnya papan nama, papan reklame, spanduk, pamflet dan LED. Reklame dalam ruang Gambar reklame yang cocok dipasang didalam ruangan (indoor) adalah gambar reklame yang berukuran kecil atau sedang dengan bahan yang tidak perlu tahan oleh air dan matahari. Seperti reklame yang terdapat didalam rumah atau gedung seperti di toko-toko, supermarket, digedung bioskop, dan sebaliknya.

Di Kabupaten OKI lokasi pemasangan reklame sendiri berada di depan Polres Kayuagung, Jalan Pahlawan Kota Kayuagung, Simpang Pasar Kota Kayuagung, Rumah Dinas Bupati Kota Kayuagung, Pemda Kota Kayuagung, dan di sepanjang jalan perlintasan setiap Kecamatan yang terletak di Kabuapten OKI Lokasi ini sangat berpotensi dalam menyebarkan maksud dan tujuan dari isi reklame itu sendiri. Dimana reklame ini bertujuan untuk penanganan secara baik, cepat dan tepat dalam menyampaikan informasi pemerintahan kepada masyarakat luas dan masyarakat dapat mengikuti kebijakan pemerintah Kabupaten OKI

Jika terdapat pihak reklame yang diduga tanpa ijin dan tidak membayar pajak ijin mendirikan bangunan reklame, maka pemerintah akan mendatangi dan menelpon langsung Kepala BKD Pemkot Kayuagung untuk dipertanggungjawabkan diproses hukum.

Penelitian Sebelumnya yang dilakukan oleh Muhaimin, dkk (2019) yang berjudul Analisis Potensi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Di Kota Makassar. Hasil Penelitian Potensi Pajak reklame yang dimiliki kota makassar tahun 2012 kurang efektif karena hanya mampu mencapai 73,4%. Tahun 2013 masih kurang efektif karena hanya mampu mencapai 70,4%. Tahun 2014 telah efektif karena mencapai 109,1% dan tahun 2015 efektif karena mampu mencapai 105,%. Berdasarkan penelitian dari Muhaimin, dkk (2019) yang berjudul analisis potensi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah di kota makassar, menunjukkan bahwa tingkat efektivitas pajak reklame terhadap target pajak reklame yang dilakukan oleh Dispenda kota makassar tahun 2012 “kurang efektif”.

Penelitian Sebelumnya dari Santhya Widowati (2013) yang Berjudul Analisis Kontribusi Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Sidoarjo tahun 2011-2013. Hasil Penelitian Pajak reklame berkontribusi dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah memiliki pengaruh yang cukup besar sehingga pada kriteria klasifikasian ini dapat disimpulkan sesuai tahun 2011-2013 dengan rata-rata 1,33 % dilihat dari mulai tahun 2011 sebesar 1,68 %, tahun 2012 sebesar 1,28 %, dan tahun 2013 sebesar 1,03 %.

Tabel I.1
Penerimaan Pajak Reklame Kabupaten OKI
Tahun 2017-2020

Tahun	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	Presentasi %
2017	800.000.000	582.270.178	72,78
2018	532.000.000	474.831.538	89,25
2019	430.000.000	651.597.474	151,53
Juli2020	530.000.000	142.928.203	26,97

Sumber : Badan Pengelolaan Pajak Daerah, 2020

Berdasarkan tabel I.1 dapat dilihat perkembangan penerimaan pajak Reklame Kabupaten OKI dari tahun 2017 sampai juli 2020 diasumsikan untuk pencapaian di pertengahan tahun belum sampai 50% dan hanya mencapai 26,97% sampai juli 2020. Hal ini berdasarkan potensi pajak reklame yang ada di Kabupaten OKI menunjukkan potensi yang cukup besar untuk itu penulis ingin menghitung berapa besar potensi reklame yang ada di Kabupaten OKI.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang pajak reklame pada tahun 2017-2020 adalah salah satu pajak daerah yang diharapkan dapat memberikan andil yang besar dalam peningkatan pendapatan asli daerah sehingga dapat mensukseskan pembangunan daerah. Maka penelitian ini mengambil judul: “ **Analisis Potensi Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak Reklame Di Kabupaten OKI**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang, maka permasalahan yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah Bagaimanakah Potensi Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten OKI?

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan dari perumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Potensi Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak Reklame Di Kabupaten OKI.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan di atas, maka penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi semua pihak diantaranya sebagai berikut;

1. Bagi penulis

Sebagai bukti empiris yang ada tentang Analisis Potensi Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak Reklame Di Kabupaten OKI.

2. Bagi Pemerintah Kota

Hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu masukan mengenai tentang analisis potensi pajak reklame dalam meningkatkan penerimaan pajak reklame di Kabupaten OKI.

3. Bagi almamater

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi tambahan dan menambah ilmu pengetahuan mengenai analisis potensi pajak reklame dalam meningkatkan penerimaan pajak reklame di Kabupaten OKI.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Yani. 2004. *Hubungan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Daerah*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Adriani, P.J.A, waluyo 2009. *Akuntansi pajak*. Jakarta penerbit: Salemba Empat.
- Prakosa Kesit, 2005, *Pajak dan Retribusi Daerah*, Yogyakarta, UII Press.
- Diana dan Djajadiningrat. 2013. *Konsep Dasar Perpajakan*. Bandung: Refika Adiatama
- Erfitria, Rahmawati.(2014). *Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Guna Pertumbuhan Pembangunan Daerah di Kota Surabaya*. Universitas Wijaya Putra. Surabaya
- Hamrolie, Harun. 2003. *Menghitung Potensi Pajak dan Retribusi Daerah*. BPFU UGM, Yogyakarta.
- Hapsari, Sri. 2005. *Bimbingan dan Konseling SMA Untuk Kelas XII*. PT Grasindo: Jakarta.
- Jovanly, 2016. *Penelitian Terdahulu. Analisis Efektivitas Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Di Kota Manado Tahun 2011-2015*.
- Kota Kayuagung. *Peraturan Daerah Kota Kayuagung Nomor 4 tahun 2011 tentang Pajak Daerah*.
- Kota Kayuagung. *Peraturan Daerah Kota Kayuagung Nomor 16 tahun 2010 Tentang Pajak Daerah*.
- Kota Kayuagung. *Peraturan Bupati Kota Kayuagung Nomor 70 Tahun 2010 Tentang Perhitungan Nilai Sewa Reklame*.

Kota Kayuagung. Peraturan Daerah Kota Kayuagung Nomor 06 tahun 2012
Tentang Pembentukan Susunan Organisasi Perangkat Daerah

Kota Kayuagung. Peraturan Bupati Kota Kayuagung Nomor 79 tahun 2012
tentang Tata Cara menyelenggaraan Reklame.

Muhaimin, DKK (2019), *Penelitian Sebelumnya. Analisis Potensi Pajak Reklame
Terhadap Pendapatan Asli Daerah Di Kota Makasar.*

Nur, Indriantoro, dan Bambang, Supomo (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis
untuk Akuntansi dan Manajemen*, BFFE, Yogyakarta.

Undang- Undang no 6 tahun 2001 tentang Pembentukan Kota Kayuagung

Undang- Undang no 10 tahun 2004 tentang Peraturan Perundang- Undangan

Undang- Undang no 25 tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan
Nasional

Undang- Undang no 32 tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah

Undang-Undang no 14 tahun 2015 tentang Anggaran Pendapatan dan Belanja
Negara tahun anggaran 2016

Pohan, Chairil Anwar. 2017. *Pengantar Perpajakan*. Jakarta: Mitra Wacana
Media.

Prihadhi, Endra K. (2004). *My Potensi*. Jakarta: Elek Media Komputindo.

Teguh, 2016. Penelitian terdahulu. Analisis Efektivitas Dan Efesien Pajak Parkir,
Pajak Hiburan, Produk Dosmestiik Regiona; Bruto (PDRB) Dan
Pendapatan Asli Daerah (PAD) Di Kabupaten Bantul.

Santhya Widowati (2013). Penelitian Terdahulu. Analisis Kontribusi Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Sidoarjo tahun 2011-2013.

Siahaan, Marihot Pahala. 2013. *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. Rajawali Pers : Jakarta.

Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

Sugiyono,(2018) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press. Sujarweni, Wiratna. 2012. Statistik.

Soemitro, Rochmat. 2009. *Asas dan Dasar Perpajakan*. Bandung : Refika Aditama.

Tristi,2015. Penelitian terdahulu, Analisis Pontensi Dan Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame Di Kota Bitung

Zuraida, Ida (2012). *Teknik Penyusunan Peraturan Daerah tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. Jakarta: Sinar Grafika.

WEB:

<https://blog.showus.biz/post/20183929101/macam-macam-reklame>