

## Strategi Badan Pendapatan Daerah dalam Peningkatan Tahunan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Sikka

<sup>1\*</sup>Ananias Luis Ga'a, <sup>2</sup>Andreas Rengga, <sup>3</sup>Viktor Eko Transilvanus

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Manajemen Universitas Nusa Nipa, Indonesia

Email : [ananiasluisgaa@gmail.com](mailto:ananiasluisgaa@gmail.com)<sup>1\*</sup>, [andreasrengga30@gmail.com](mailto:andreasrengga30@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[transilvanusvictor@gmail.com](mailto:transilvanusvictor@gmail.com)<sup>3</sup>

Korespondensi penulis : [ananiasluisgaa@gmail.com](mailto:ananiasluisgaa@gmail.com)

**Abstract** Advertising tax is one of the significant sources of Local Revenue (PAD) in Sikka Regency, contributing up to 25% of the total PAD. This study discusses the strategies implemented by the Sikka Regency Regional Revenue Agency (BAPENDA) to increase advertising tax revenue annually. These strategies include digitalization of administrative services, intensive socialization to the community, strict law enforcement, and collaboration with related agencies such as Satpol PP and the Prosecutor's Office. The results of the study indicate that optimization of advertising tax revenue can be achieved through simplification of the administrative process, technology-based supervision, and revenue diversification by utilizing the potential of digital advertising. Supporting factors include proactive policies of the local government, while the main inhibiting factors are low taxpayer compliance and lack of socialization. Through a collaborative approach, innovation, and law enforcement, advertising tax is expected to provide a greater contribution to Sikka Regency's PAD, support regional development, and create a more modern, transparent, and sustainable tax management system.

**Keywords:** Advertising, Tax, Local Original Income (PAD).

**Abstrak** Pajak reklame merupakan salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang signifikan di Kabupaten Sikka, berkontribusi hingga 25% dari total PAD. Penelitian ini membahas strategi yang diterapkan oleh Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) Kabupaten Sikka untuk meningkatkan penerimaan pajak reklame secara tahunan. Strategi tersebut meliputi digitalisasi layanan administrasi, sosialisasi intensif kepada masyarakat, penegakan hukum yang tegas, dan kolaborasi dengan instansi terkait seperti Satpol PP dan Kejaksaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa optimalisasi penerimaan pajak reklame dapat dicapai melalui penyederhanaan proses administrasi, pengawasan berbasis teknologi, dan diversifikasi pendapatan dengan memanfaatkan potensi reklame digital. Faktor pendukung meliputi kebijakan proaktif pemerintah daerah, sedangkan faktor penghambat utama adalah rendahnya kepatuhan wajib pajak dan kurangnya sosialisasi. Melalui pendekatan kolaboratif, inovasi, dan penegakan hukum, pajak reklame diharapkan dapat memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap PAD Kabupaten Sikka, mendukung pembangunan daerah, dan menciptakan sistem pengelolaan pajak yang lebih modern, transparan, serta berkelanjutan.

**Kata kunci :** Pajak, Reklame, Pendapatan Asli Daerah (PAD).

### 1. PENDAHULUAN

Pada masa kini, perkembangan Teknologi dan Globalisasi telah membawa perubahan signifikan dalam dunia kerja dan Pendidikan. Digitaisasi telah membuka peluang baru bagi mahasiswa untuk mendapatkan pengalaman yang lebih Fleksibel dan Beragam. Teknologi seperti *Artificial Intelligence* (AI) dan *Internet of Things* (IoT) telah mengubah cara Perusahaan beroperasi, membuat Manusia semakin Inovatif dan Adaptif.

Dalam konteks perkembangan dunia saat ini, kita dapat melihat perubahan yang signifikan di berbagai sektor. Teknologi telah mengubah cara kita berinteraksi dan bekerja. Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) yang menjadi unsur penunjang urusan pemerintah di bidang keuangan merupakan Lembaga pemerintah daerah yang bertanggung jawab atas

pengelolaan pendapatan daerah dari berbagai sumber, seperti pajak daerah, retribusi, dan pendapatan lainnya. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa proses pengumpulan pendapatan berjalan efisien, transparan, dan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Dalam undang – undang No. 9 Tahun 2015 tentang Pemerintah Daerah dan Undang-Undang No. 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah telah diatur bahwa pendapatan pemerintah terdiri atas Pendapatan Asli Daerah, Dana Perimbangan dan lain – lain yang sah (Nasir, 2019).

Berdasarkan UU Nomor 34 Tahun 2000 tentang perubahan atas UU Nomor Tahun 1997 tentang pajak daerah dan retribusi daerah, yang dimaksud dengan pajak daerah adalah iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi dan badan kepada daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah (Rizqy Ramadhan, 2019:83). Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan salah satu komponen penting dalam struktur keuangan daerah yang mencerminkan kemampuan daerah untuk membiayai berbagai kebutuhan pembangunan secara mandiri (Shafwah & Mukhtar, 2024)

Tingkat kepatuhan wajib pajak, efektifitas sistem pengelolaan pajak, serta transparansi dan akuntabilitas penggunaan dana publik menjadi faktor-faktor yang krusial. Oleh karena itu, strategi yang tepat dan inovatif terus diperlukan untuk memastikan peningkatan PAD yang berkelanjutan dan efektif. Dengan fokus pada peningkatan PAD melalui pajak reklame dan sumber pendapatan lainnya, Kabupaten Sikka berupaya menciptakan sinergi antara pemerintah daerah dan masyarakat. Sinergi ini diwujudkan melalui upaya sosialisasi, peningkatan layanan publik, dan penggunaan teknologi informasi dalam administrasi pajak. Keberhasilan dalam mengelola PAD akan membawa dampak positif yang signifikan terhadap pembangunan daerah dan peningkatan kualitas hidup masyarakat di Kabupaten Sikka.

Reklame merupakan suatu benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca didengar, dirasakan, dan atau dinikmati oleh umum (Ariyanti, Setiawan, and Cahyati, 2020). Banyaknya reklame yang tidak membayar pajak merupakan reklame yang berada di daerah milik jalan (damija) dan taman. Dimana reklame tersebut pungutan sewanya sulit ditarik dan banyak yang perizinannya sudah mati, namun masih berdiri tegak tanpa adanya tindakan dari pemerintah kota (Rinawati, 2019). Menurut Undang-Undang

Nomor 28 tahun 2009 menjelaskan Pendapatan Asli Daerah merupakan sumber keuangan daerah yang berasal dari wilayah daerah yang bersangkutan yang terdiri dari hasil pajak daerah, retribusi daerah, pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan dan lain-lain (Natalia & Kusumaningtyas, 2023:121)

Kabupaten Sikka, yang terletak di Provinsi Nusa Tenggara Timur, Indonesia, memiliki potensi besar dalam pengelolaan pajak reklame untuk mendukung pendapatan daerah. Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan negara yang digunakan dalam melaksanakan pembangunan nasional untuk mewujudkan kesejahteraan umum bagi seluruh warga negara Indonesia. (Fadhila and Candrakirana, 2022:85)

Pajak reklame juga memiliki peranan yang cukup besar sebagai salah satu sumber pendukung pencapaian Pendapatan Asli Daerah. Melalui pemungutan pajak reklame yang banyak mengalami hambatan pada pelaksanaan pemungutan, mengakibatkan menjadi tidak tercapainya Pendapatan Asli Daerah yang telah ditetapkan (Yulia, 2020). Pajak reklame di Kabupaten Sikka juga berperan dalam penataan kota. Dengan pengawasan yang Pentingnya penerimaan pajak bagi daerah sehingga perlu adanya suatu fungsi yang efektif atas pengawasan pajak, khususnya pada penerimaan pajak reklame dan prosedur menyeluruh pada umumnya yang memadai. Untuk mencegah terjadinya kecurangan-kecurangan sehingga penerimaan pajak reklame salah satu sumber pendapatan asli daerah dapat ditingkatkan. Pajak reklame seharusnya cukup potensial untuk mempengaruhi peningkatan pendapatan asli daerah Kabupaten Sikka dikarenakan setiap tahunnya semakin banyak reklame yang dipasang sepanjang jalan. Realisasi penerimaan pajak reklame Kabupaten Sikka mencapai dari target Pendapatan Asli Daerah.

Berikut ini adalah data target dan realisasi pajak reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Sikka dalam kurun waktu lima tahun. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 1. Target dan Realisasi Pajak Reklame Hasil Audit Tahun 2019 – 2023**

Tahun	Target	Realisasi	%
2019	254,314,389.00	86,819,842.00	34.14 %
2020	200,976,000.00	277,025,935.00	137.84 %
2021	250,399,000.00	464,774,096.00	185.61 %
2022	460.399.000,00	588.626.891,00	127,85 %
2023	460,399,000.00	551,478,807.00	119.78 %

*Sumber data :data hasil audit Badan Pendapatan Daerah Kab. Sikka*

Dari data di atas, terlihat bahwa realisasi pajak reklame mengalami kenaikan yang signifikan pada tahun 2020 dan 2021, dengan persentase realisasi mencapai lebih dari 100%. Pada tahun 2022 dan 2023, meskipun realisasinya masih lebih tinggi dari target, namun tidak sebesar peningkatan pada tahun sebelumnya. Ada faktor-faktor tertentu yang mungkin mempengaruhi fluktuasi ini, seperti kebijakan daerah, kondisi ekonomi, serta kesadaran masyarakat dalam membayar pajak reklame.

Di sisi lain, fakta bahwa banyak masyarakat Kabupaten Sikka sendiri yang belum terdaftar pajak reklamenya, serta adanya reklame ilegal yang belum terdata, menunjukkan adanya tantangan dalam pengelolaan dan penegakan kebijakan pajak reklame di tingkat lokal. Beberapa faktor yang mungkin berkontribusi pada situasi ini termasuk kurangnya sosialisasi yang efektif tentang kewajiban pajak, minimnya pengawasan dan penegakan hukum terhadap pelanggaran, serta keterbatasan sumber daya untuk mendata dan memantau reklame secara menyeluruh.

Untuk mengatasi masalah ini, pemerintah daerah perlu meningkatkan upaya dalam melakukan pendataan reklame, baik yang legal maupun ilegal, serta meningkatkan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat mengenai pentingnya membayar pajak reklame. Pengawasan yang lebih ketat dan penegakan hukum yang tegas terhadap reklame ilegal juga diperlukan untuk memastikan bahwa semua pihak berkontribusi secara adil terhadap pendapatan daerah. Dengan demikian, diharapkan pendapatan dari pajak reklame dapat lebih merata dan tidak hanya bergantung pada vendor luar kabupaten.

Capaian ini menegaskan komitmen dan Upaya berkelanjutan Bapenda dalam meningkatkan efisiensi dan transparansi pengelolaan Pendapatan Daerah. Secara keseluruhan, periode 2019-2023 merupakan masa yang penuh tantangan tetapi juga peluang, di mana BAPENDA berhasil mengoptimalkan Penerimaan Pajak Reklame dengan Strategi yang Adaptif dan Proaktif.

## **2. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang dilakukan dengan pendekatan wawancara, observasi, dan studi dokumen. Pendekatan ini dirancang untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai fenomena yang diteliti melalui eksplorasi langsung terhadap sumber informasi. Objek penelitian difokuskan pada Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Sikka, yang menjadi pusat analisis untuk mengkaji proses, kebijakan, atau dinamika yang terkait dengan topik penelitian. Kombinasi teknik wawancara, observasi, dan studi

dokumen memungkinkan peneliti untuk mendapatkan data yang kaya dan terintegrasi, baik dari perspektif individu maupun dari sumber-sumber resmi yang relevan.

### **Jenis Data**

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder, untuk mendapatkan hasil analisis yang komprehensif. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan narasumber yang memiliki peran strategis, seperti dari Bidang Pendaftaran, Pendataan, dan Penagihan (P3), Bidang Pembukuan dan Pelaporan (P2), Perencanaan dan Pengembangan, serta instansi terkait lainnya. Data ini berfungsi sebagai sumber informasi utama untuk memahami secara langsung proses, pandangan, atau isu yang relevan dengan penelitian. Sementara itu, data sekunder berupa dokumen resmi, seperti hasil audit dari Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Sikka. Data sekunder ini berfungsi sebagai pendukung dan pelengkap untuk memvalidasi serta memperkuat temuan yang diperoleh dari data primer, sehingga memberikan gambaran yang lebih mendalam dan akurat tentang topik yang diteliti.

### **Teknik pengumpulan data**

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui data primer dan data sekunder untuk mendapatkan informasi yang komprehensif. Data primer diperoleh melalui instrumen wawancara semistruktur, yang termasuk dalam kategori in-depth interview. Metode ini dirancang untuk menggali informasi atau pandangan mendalam dari informan mengenai suatu isu. Wawancara semistruktur memberikan fleksibilitas kepada peneliti untuk menyesuaikan pertanyaan selama wawancara berlangsung, sehingga memungkinkan eksplorasi yang lebih terbuka terhadap permasalahan yang dihadapi. Tujuannya adalah untuk memahami sudut pandang informan secara mendalam dan menyeluruh.

Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui studi dokumen resmi dan observasi lapangan. Studi pustaka dilakukan untuk mengakses data sekunder yang relevan, seperti hasil audit dari Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Sikka, serta dokumen resmi terkait Pendapatan Asli Daerah (PAD). Data sekunder ini berfungsi sebagai pelengkap dan pembanding untuk memperkaya analisis data primer, sehingga menghasilkan temuan yang lebih valid dan terpercaya.

## **Metode Pengelolaan Data**

Proses pengelolaan data kualitatif dengan menggunakan teknik Reduksi Data, Penyajian Data, dan Penarikan Kesimpulan adalah pendekatan sistematis yang bertujuan untuk mengolah dan memahami data secara mendalam. Reduksi Data melibatkan penyaringan data mentah yang diperoleh dari wawancara, dokumen resmi, atau catatan lapangan, sehingga hanya informasi relevan yang dipilih. Dalam tahap ini, data diringkas, difokuskan, dan diorganisasi untuk mempermudah analisis selanjutnya.

Selanjutnya, pada tahap Penyajian Data, informasi yang telah disederhanakan disusun secara terstruktur dalam bentuk yang mudah dipahami, seperti narasi deskriptif, matriks, bagan, atau grafik. Penyajian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola, hubungan, dan informasi penting lainnya yang dapat mendukung pengambilan keputusan atau analisis lebih lanjut. Akhirnya, dalam Penarikan Kesimpulan, peneliti menganalisis informasi yang telah tersaji untuk menemukan makna, pola, atau hubungan yang mendalam. Proses ini dilakukan secara iteratif sejak awal pengumpulan data hingga akhir penelitian, dengan memperhatikan keteraturan, pola kausalitas, serta pengembangan proposisi yang relevan. Dengan pendekatan ini, data kualitatif dapat diolah menjadi wawasan yang bermakna dan sistematis.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pajak Reklame dapat memberikan kontribusi tersendiri terhadap penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD), sehingga pemerintah diharap dapat mengoptimalkan objek pajak ini guna menambah Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang akan di gunakan untuk membiayai kegiatan rutin pemerintah dan membiayai pembangunan. Sebagai sumber penerimaan yang dapat memberikan kontribusi tersendiri terhadap pendapatan asli daerah di Kabupaten Sikka, pemerintah diharap mampu mengoptimalkan potensi yang dimiliki pajak reklame.

### **Strategi Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) dalam Peningkatan Tahunan Pajak Reklame di Kabupaten Sikka**

Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah penerimaan yang didapatkan suatu wilayah Lewat sumber daya yang terdapat di wilayah itu sendiri, yang dikumpulkan berdasarkan dengan UndangUndang atau Peraturan Daerah yang berlaku dan telah diatur di Indonesia (Adha, Pohan, and Aslami, 2023:138). Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah pendapatan yang di peroleh suatu daerah dari hasil pemanfaatan sumber daya yang ada di daerah itu sendiri (Sugo, Kurniawan, and Muda, 2024:347).

Pajak reklame adalah salah satu jenis pajak daerah yang berkontribusi terhadap PAD. Di Kabupaten Sikka, optimalisasi penerimaan pajak reklame menjadi tantangan yang memerlukan strategi efektif dari Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA). Penulis membahas berbagai strategi yang diterapkan oleh BAPENDA Kabupaten Sikka dalam meningkatkan penerimaan pajak reklame secara tahunan.

Untuk meningkatkan penerimaan pajak reklame secara tahunan, Badan Pendapatan

Daerah (BAPENDA) Kabupaten Sikka memfokuskan upayanya pada pengelolaan yang terencana, inovasi, dan pendekatan kolaboratif. Hal ini bertujuan untuk mengatasi berbagai kendala yang dihadapi, seperti rendahnya kepatuhan wajib pajak, kurangnya pengawasan dan kesadaran wajib pajak dalam membayar Pajak. Dengan langkah-langkah yang komprehensif, BAPENDA berupaya tidak hanya meningkatkan pendapatan tetapi juga menciptakan sistem pengelolaan pajak yang transparan dan efisien.

### **Kebijakan dan Regulasi Pajak Reklame**

Untuk meningkatkan Pajak Reklame sebagai bagian dari Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Sikka, Badan Pendapatan Daerah dapat menerapkan dua strategi utama: penyederhanaan proses administrasi dan pengawasan serta penegakan hukum. Penyederhanaan administrasi melibatkan pengembangan layanan digital untuk pendaftaran dan pembayaran pajak secara online, penyediaan layanan terpadu di satu tempat, serta penyusunan dokumen dan panduan yang lebih sederhana dan mudah dipahami. Sementara itu, pengawasan dan penegakan hukum mencakup patroli rutin, penggunaan teknologi seperti GPS dan drone untuk pendataan reklame, serta pemberian sanksi tegas terhadap pelanggaran, seperti denda atau penertiban reklame ilegal. Kedua strategi ini dirancang untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak dan memastikan kebijakan berjalan efektif.

### **Peningkatan Penerimaan Pajak Reklame**

Untuk meningkatkan Pajak Reklame sebagai bagian dari Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Sikka, Badan Pendapatan Daerah dapat menerapkan dua strategi utama, yaitu penyesuaian tarif pajak dan optimalisasi pendapatan daerah. Strategi penyesuaian tarif pajak dilakukan dengan memastikan bahwa tarif pajak reklame bersifat fleksibel dan sesuai dengan dinamika ekonomi lokal. Langkah-langkah yang dapat diambil meliputi pelaksanaan survei berkala untuk menentukan tarif yang kompetitif berdasarkan lokasi, ukuran reklame, dan potensi pasar, sehingga dapat menciptakan tarif yang relevan dan menarik bagi pelaku usaha. Selain itu, tarif dapat disegmentasikan dengan membedakan tarif untuk lokasi strategis

seperti pusat kota dibandingkan dengan wilayah pinggiran. Upaya ini juga melibatkan konsultasi dengan asosiasi pelaku usaha reklame untuk memastikan kebijakan tarif yang diterapkan tidak hanya adil, tetapi juga diterima dengan baik oleh para pelaku usaha, sehingga mendorong kepatuhan mereka.

Selanjutnya, strategi optimalisasi pendapatan daerah bertujuan untuk memaksimalkan kontribusi pajak reklame terhadap PAD. Langkah pertama yang dapat dilakukan adalah mengidentifikasi dan mengelola lokasi-lokasi strategis yang berpotensi tinggi untuk pemasangan reklame legal, sehingga dapat meningkatkan pendapatan dari ruang reklame yang dikelola dengan baik. Selain itu, kerja sama dengan pihak swasta juga menjadi langkah penting, di mana investasi dalam pengelolaan ruang reklame dapat dilakukan melalui skema bagi hasil yang saling menguntungkan antara pemerintah daerah dan pelaku usaha. Strategi ini juga mencakup diversifikasi sumber pendapatan dengan memanfaatkan potensi reklame digital, yang tidak hanya modern tetapi juga memiliki nilai ekonomi yang lebih tinggi. Dengan kombinasi langkah-langkah tersebut, strategi ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi pengelolaan pajak reklame sekaligus memperbesar kontribusinya terhadap pendapatan daerah.

### **Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Reklame**

Untuk meningkatkan Pajak Reklame sebagai bagian dari Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Sikka, Badan Pendapatan Daerah dapat menerapkan strategi penyederhanaan proses pembayaran pajak dan peningkatan kapasitas pegawai BAPENDA. Penyederhanaan pembayaran dilakukan dengan mengembangkan layanan digital berupa portal online yang ramah pengguna, menyediakan opsi pembayaran yang fleksibel seperti transfer bank dan pembayaran elektronik, serta mengirimkan pengingat pajak secara berkala untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Di sisi lain, peningkatan kapasitas pegawai meliputi pelatihan teknologi informasi untuk mendukung pendataan dan pengawasan reklame secara digital, workshop kebijakan pajak untuk memperkuat pemahaman dan komunikasi dengan wajib pajak, serta pembentukan tim khusus yang fokus pada pengawasan dan pendataan lapangan. Dengan strategi ini, pengelolaan pajak reklame diharapkan menjadi lebih efisien, akurat, dan berkontribusi signifikan terhadap PAD.

### **Sosialisasi dan Edukasi**

Untuk meningkatkan Pajak Reklame sebagai bagian dari Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Sikka, Badan Pendapatan Daerah dapat mengadopsi strategi sosialisasi kolaboratif dengan pemangku kepentingan dan penyederhanaan informasi pajak. Sosialisasi

kolaboratif dilakukan dengan melibatkan tokoh masyarakat, pelaku usaha lokal, dan kepala desa sebagai mitra dalam menyebarkan informasi, bekerja sama dengan media lokal seperti radio dan surat kabar untuk memperluas jangkauan sosialisasi, serta membuka forum diskusi reguler untuk mendengarkan masukan dan memberikan edukasi langsung kepada masyarakat. Di sisi lain, penyederhanaan informasi pajak dilakukan dengan menggunakan infografis untuk menjelaskan proses dan manfaat pajak, memanfaatkan bahasa lokal untuk mendekatkan pesan kepada masyarakat, dan menyediakan panduan praktis berupa brosur atau pamflet yang berisi informasi penting. Kedua strategi ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan penerimaan masyarakat terhadap pajak reklame, sehingga mendorong kepatuhan wajib pajak dan mendukung optimalisasi PAD.

### **Partisipasi dan Kerjasama**

Untuk meningkatkan Pajak Reklame sebagai bagian dari Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Sikka, Badan Pendapatan Daerah dapat mengadopsi strategi penguatan kolaborasi dengan instansi pemerintah dan optimalisasi proses perizinan serta penertiban. Kolaborasi dengan instansi terkait, seperti Satpol PP, Dinas Perizinan, dan Kejaksaan, dilakukan melalui rapat rutin untuk menyelaraskan tugas, pelatihan tim gabungan terkait peraturan pajak reklame, dan penyusunan protokol tindakan untuk menangani reklame ilegal dari deteksi hingga proses hukum. Sementara itu, optimalisasi perizinan dan penertiban dilakukan dengan mengembangkan sistem perizinan berbasis digital untuk mempermudah pengajuan izin, memanfaatkan teknologi GPS untuk pengawasan reklame secara real-time, serta melaksanakan operasi penertiban berkala bersama Satpol PP. Kedua strategi ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi pengelolaan pajak reklame, mendorong kepatuhan wajib pajak, dan memaksimalkan kontribusinya terhadap PAD.

### **Penegakan Hukum**

Strategi peningkatan pajak reklame untuk Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Sikka mencakup pendekatan tegas dan humanis dalam penegakan hukum serta edukasi hukum yang terfokus. Penegakan hukum dilakukan secara persuasif melalui peringatan awal, program relaksasi pajak dengan denda ringan, dan konseling bagi Wajib Pajak (WP) yang membutuhkan bantuan. Di sisi lain, edukasi hukum dilakukan melalui penyuluhan khusus, penggunaan materi sosialisasi kreatif seperti infografis dan video animasi, serta pelibatan asosiasi pengusaha lokal untuk mendukung kampanye kepatuhan pajak. Strategi ini bertujuan meningkatkan kesadaran dan kepatuhan WP dalam memenuhi kewajiban pajak reklame.

## **Faktor Pendukung dan Penghambat Peningkatan Pajak Reklame di Kabupaten Sikka**

Peningkatan pajak reklame sebagai sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) dipengaruhi oleh berbagai faktor pendukung dan penghambat. Faktor pendukung meliputi kebijakan pemerintah daerah yang mendukung optimalisasi PAD melalui revisi peraturan daerah (Perda) dan peraturan bupati (Perbup) terkait pajak reklame, serta penyediaan anggaran untuk sosialisasi, pelatihan pegawai, dan digitalisasi administrasi. Selain itu, kerja sama antara Bapenda dengan instansi lain seperti Dinas Perizinan, Satpol PP, dan Kejaksaan membantu memastikan pendataan, penegakan hukum, dan penyelesaian sengketa pajak berjalan lebih efektif.

Di sisi lain, faktor penghambat meliputi belum adanya digitalisasi dalam proses pendaftaran dan pendataan pajak reklame yang menyebabkan inefisiensi, serta kurangnya kepatuhan dan pemahaman wajib pajak terhadap kewajiban mereka. Sistem manual yang rumit dan minimnya sosialisasi serta penegakan hukum menjadi kendala utama dalam meningkatkan penerimaan pajak. Solusi yang disarankan mencakup implementasi teknologi digital, edukasi intensif, dan penegakan hukum yang tegas untuk menciptakan sistem pengelolaan pajak reklame yang lebih efektif dan akuntabel.

## **Peningkatan Tahunan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Sikka**

Pajak reklame merupakan salah satu sumber penerimaan yang signifikan bagi Pendapatan Asli Daerah (PAD), termasuk di Kabupaten Sikka. Dalam beberapa tahun terakhir, kontribusi pajak reklame terhadap PAD menunjukkan tren yang positif, meskipun masih menghadapi sejumlah tantangan. Pemerintah daerah terus berupaya untuk mengoptimalkan penerimaan dari sektor ini dengan berbagai strategi yang terintegrasi.

Kontribusi pajak reklame terhadap PAD Kabupaten Sikka dapat dilihat dari perannya dalam mendanai berbagai program pembangunan daerah. Penerimaan dari pajak ini digunakan untuk meningkatkan kualitas infrastruktur, mendukung pelayanan publik, dan memperkuat sektor ekonomi lokal. Sebagai sumber pendapatan yang fleksibel, pajak reklame memberikan tambahan anggaran yang signifikan untuk memenuhi kebutuhan daerah yang tidak sepenuhnya ditutupi oleh dana transfer dari pemerintah pusat.

Salah satu faktor yang mendorong peningkatan pajak reklame adalah pelaksanaan pendataan reklame secara lebih sistematis. Pemerintah Kabupaten Sikka melakukan pemetaan wilayah untuk mengidentifikasi lokasi-lokasi strategis pemasangan reklame. Proses ini memungkinkan identifikasi reklame yang belum terdaftar, sehingga potensi pajak baru dapat

digali. Selain itu, adanya pengawasan lapangan secara rutin memastikan bahwa reklame yang terpasang telah memenuhi kewajiban perpajakan.

Upaya peningkatan penerimaan pajak reklame juga didukung oleh program sosialisasi yang lebih intensif kepada masyarakat dan pelaku usaha. Pemerintah daerah secara aktif memberikan edukasi mengenai pentingnya pajak reklame sebagai salah satu pilar pembangunan daerah. Sosialisasi dilakukan melalui media lokal, seminar, dan forum diskusi publik. Langkah ini berhasil meningkatkan kesadaran wajib pajak untuk mematuhi aturan yang berlaku. Di sisi lain, penggunaan teknologi informasi

Membantu pemerintah daerah dalam memonitor dan menganalisis data pajak reklame secara real-time. Sistem berbasis data ini memungkinkan identifikasi pola dan tren yang dapat digunakan untuk perencanaan strategis. Dengan teknologi ini, proses pengawasan dan penagihan juga menjadi lebih efisien, sehingga potensi kehilangan pendapatan akibat pelanggaran atau ketidakpatuhan dapat diminimalkan.

### **Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD)**

Di Kabupaten Sikka, pajak reklame berkontribusi sekitar 25% terhadap total Pendapatan Asli Daerah (PAD). Angka ini menunjukkan bahwa sektor reklame memiliki peran yang cukup signifikan dalam mendukung pembiayaan berbagai program pembangunan daerah. Dengan kontribusi sebesar seperempat dari total PAD, pajak reklame menjadi salah satu pilar utama yang membantu pemerintah daerah mengurangi ketergantungan terhadap dana transfer pusat.

Kontribusi ini juga mencerminkan efektivitas upaya pemerintah daerah dalam menggali potensi pajak dari sektor reklame. Meskipun angka ini cukup tinggi, pemerintah Kabupaten Sikka terus berupaya untuk meningkatkan kontribusi tersebut melalui perluasan basis pajak, digitalisasi layanan, dan penguatan pengawasan. Dengan mengoptimalkan potensi yang ada, pajak reklame diharapkan dapat memberikan kontribusi yang lebih besar di masa mendatang.

Meskipun berbagai langkah telah diambil, tantangan masih ada, seperti rendahnya tingkat kepatuhan sebagian wajib pajak dan keterbatasan sumber daya dalam pengawasan. Untuk mengatasi hal ini, pemerintah Kabupaten Sikka perlu memperkuat kolaborasi dengan instansi terkait, seperti Satpol PP dan Kejaksaan, dalam menegakkan aturan pajak reklame. Selain itu, pemberian insentif atau penghargaan kepada wajib pajak yang patuh dapat menjadi motivasi tambahan bagi masyarakat untuk berkontribusi.

Secara keseluruhan, kontribusi pajak reklame terhadap PAD Kabupaten Sikka mencerminkan komitmen pemerintah daerah untuk memperkuat PAD melalui pengelolaan yang lebih efektif dan efisien. Dengan terus meningkatkan layanan, memperkuat pengawasan, dan mengoptimalkan teknologi, sektor pajak reklame memiliki potensi besar untuk menjadi salah satu pilar utama pembangunan daerah. Langkah-langkah ini juga berkontribusi pada terciptanya sistem perpajakan yang lebih modern, transparan, dan berkelanjutan di masa depan.

#### **4. PENUTUP**

##### **Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pajak reklame memiliki peran penting dalam peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Sikka. Pajak reklame berkontribusi sekitar 25% terhadap total PAD Kabupaten Sikka. Hal ini menunjukkan bahwa sektor pajak reklame memiliki potensi besar untuk memberikan tambahan pendapatan yang digunakan untuk mendanai program pembangunan, baik dalam sektor infrastruktur, pelayanan publik, maupun penguatan ekonomi lokal. Pajak reklame juga mendukung anggaran daerah dan mengurangi ketergantungan terhadap dana transfer pusat.

Peningkatan penerimaan pajak reklame dapat dilihat dari upaya pemerintah daerah yang terus berinovasi dalam meningkatkan pengelolaan pajak tersebut, seperti melalui pendataan reklame secara sistematis dan pengawasan yang lebih intensif. Langkah-langkah strategis yang dilakukan oleh Badan Pendapatan Daerah dalam peningkatan pajak reklame terhadap PAD Kabupaten Sikka meliputi kebijakan dan regulasi pajak reklame, penerimaan pajak reklame, tingkat kepatuhan wajib pajak, sosialisasi dan edukasi, partisipasi dan kerjasama, serta penegakan hukum.

Terdapat faktor pendukung dan penghambat dalam peningkatan pajak reklame. Faktor pendukung meliputi kebijakan pemerintah daerah yang mendukung optimalisasi pendapatan daerah serta kerja sama antara BAPENDA dan instansi lain. Sedangkan faktor penghambatnya adalah belum adanya digitalisasi dalam proses pendaftaran dan pendataan pajak reklame, serta kurangnya kepatuhan dan pemahaman wajib pajak.

Secara keseluruhan, kontribusi pajak reklame terhadap PAD Kabupaten Sikka mencerminkan komitmen pemerintah daerah untuk memperkuat PAD melalui pengelolaan yang lebih efektif dan efisien. Dengan terus meningkatkan layanan, memperkuat pengawasan, dan mengoptimalkan teknologi, sektor pajak reklame memiliki potensi besar untuk menjadi salah satu pilar utama pembangunan daerah di masa depan. Namun, tantangan dalam hal kepatuhan wajib pajak dan efektivitas sistem administrasi pajak perlu diatasi melalui langkah-

langkah strategis yang lebih efektif, terutama dalam hal digitalisasi dan peningkatan pemahaman masyarakat tentang kewajiban perpajakan.

## **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian ini, beberapa saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan pengelolaan pajak reklame dan kontribusinya terhadap PAD Kabupaten Sikka adalah sebagai berikut:

### **1. Peningkatan Sistem Digitalisasi Pajak Reklame**

Pemerintah daerah perlu mempercepat implementasi sistem digital dalam proses pendaftaran, pendataan, dan pembayaran pajak reklame. Digitalisasi ini akan mempercepat proses administrasi, meminimalkan kesalahan pencatatan, serta meningkatkan transparansi dalam pengelolaan data pajak reklame. Dengan adanya sistem berbasis digital, pemerintah juga akan lebih mudah melakukan pemantauan reklame yang terpasang dan menganalisis potensi pajak yang belum teroptimalkan.

### **2. Peningkatan Sosialisasi dan Edukasi kepada Masyarakat**

Sosialisasi mengenai pajak reklame perlu ditingkatkan melalui berbagai kanal komunikasi, seperti media sosial, seminar, forum diskusi, dan penyuluhan langsung kepada masyarakat. Dengan meningkatkan pemahaman tentang kewajiban pajak reklame, diharapkan masyarakat dapat lebih patuh dan terlibat aktif dalam memenuhi kewajiban perpajakan mereka. Program edukasi ini juga dapat mengurangi ketidaktahuan yang menjadi salah satu penyebab rendahnya tingkat kepatuhan.

### **3. Penguatan Kerja Sama Antarinstansi**

Untuk meningkatkan pengawasan terhadap reklame yang terpasang, diperlukan penguatan kerja sama antara BAPENDA dan instansi-instansi terkait, seperti Dinas Perizinan, Satpol PP, dan Kejaksaan. Sinergi antarinstansi ini akan memastikan bahwa reklame yang terpasang memenuhi aturan perpajakan yang berlaku. Selain itu, kerja sama ini dapat mempercepat penanganan reklame yang melanggar ketentuan, baik yang tidak terdaftar maupun yang tidak membayar pajak.

### **4. Peningkatan Pengawasan dan Penegakan Hukum**

Pemerintah daerah perlu meningkatkan pengawasan lapangan terhadap reklame yang terpasang. Pengawasan yang lebih ketat dapat mengurangi pelanggaran dan meminimalkan kehilangan potensi pendapatan daerah. Selain itu, penegakan hukum yang tegas terhadap reklame yang tidak mematuhi kewajiban pajak harus diperkuat agar

menciptakan efek jera bagi pelanggar dan memberikan rasa keadilan kepada wajib pajak yang telah patuh.

5. Pengembangan Kebijakan Insentif bagi Wajib Pajak Patuh Pemerintah daerah dapat mempertimbangkan pemberian insentif bagi wajib pajak yang patuh, seperti pengurangan tarif atau pemberian penghargaan. Insentif ini dapat mendorong wajib pajak untuk lebih aktif dalam memenuhi kewajiban mereka, serta menciptakan iklim yang kondusif untuk meningkatkan kepatuhan pajak reklame.

Dengan melaksanakan langkah-langkah tersebut, diharapkan pajak reklame dapat menjadi sumber pendapatan yang lebih optimal bagi Kabupaten Sikka dan mendukung pembangunan daerah yang berkelanjutan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Adha, R., Pohan, R., & Aslami, N. (2023). Analisis penerimaan pajak reklame guna meningkatkan pendapatan asli daerah (Studi kasus Badan Pendapatan Daerah Kota Medan). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(12), 137–142. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10429029>
- Alfreda, A. A., & Goo, E. E. K. (2024). Analisis biaya operasional dan simpanan dalam memaksimalkan sisa hasil usaha pada KSP Kopdit Tuke Jung Nele. *AKUNTANSI* 45, 5(1), 30–43.
- Aquinaldo, T. N., Ghetta, A. P. K., & Juru, P. (2024). Analisis konsistensi perencanaan dan penganggaran serta implikasinya terhadap kinerja pemerintah Kabupaten Sikka. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 7(2), 3810–3814.
- Ariyanti, R., Setiawan, S., & Cahyati, N. (2020). Analisis efektivitas dan kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah Kabupaten Pekalongan. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 17(1), 49. <https://doi.org/10.30651/blc.v17i1.4183>
- Bunga, F. M., Obon, W., & Meylano, N. H. (2024). The effect of emotional branding and experiential marketing on Chosik (chocolate Sikka) purchasing decisions in Sikka Regency. *International Journal of Research in Social Science and Humanities (IJRSS)*, 5(8), 61–75.
- Bure, M. R., Wisang, I. V., & Juru, P. (2024). Kinerja pegawai ditinjau dari pengembangan karir dan motivasi kerja, studi kasus pada kantor Badan Perencanaan, Penelitian dan Pengembangan. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 7(3), 6600–6606.
- Buu, A. L., Dekrita, Y. A., & Rangga, Y. D. P. (2024). Implementasi pemberian Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada KSP Kopdit Obor Mas Cabang Pasar Tingkat. *Jurnal Simki Economic*, 7(1), 156–167.

- Chuesta, R. N. B., Sanga, K. P., & Gheta, A. P. (2024). Peran agency theory terkait manajemen risiko kredit dalam upaya meminimalisir kredit bermasalah pada KSP Kopdit Obor Mas Kanca Pasar Alok. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 5(2), 1354–1359.
- Da Rato, E. Y., Dekrita, Y. A., & Aek, K. R. (2024). Analisis perencanaan laba dengan penerapan titik impas pada Perumda Air Wair Pu'an Kabupaten Sikka. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 25(2).
- Da Silva, Y. O., Temu, T. J., & Lamawitak, P. L. (2024). Knowledge management-based efforts to improve MSME performance (Credit Union intervention for MSME actors in Sikka Regency). *Dinasti International Journal of Education Management and Social Science*, 5(4), 429–434.
- Daud, A., Dj, A. A., Adianita, H., & Mado, Y. J. (2024). The influence of participative leadership style on job satisfaction with organizational citizenship behavior as a moderating variable. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(4), 2192–2200.
- Dekrita, Y. A., & Goo, E. E. K. (2024). Manajemen keuangan perusahaan teori & praktik. *Eureka Media Aksara*.
- Dekrita, Y. A., Afrianti, M., Della, M. F. C., Devance, M. R., Seka, G. F., Nunuhitu, P. C., ... & Bunga, M. A. V. (2024). Pentingnya pengetahuan dan kesadaran pajak bagi UMKM dalam rangka menciptakan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan di Desa Bangkoor, Kecamatan TaliburA. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(5), 9942–9947.
- Elni, Y., Wellem, I., & Wulandari, C. A. (2024). Analisis proses pemberian pinjaman dalam mitigasi risiko kredit sebagai solusi kredit macet pada KSP Kopdit Pintu Air. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 7(2), 3579–3585.
- Fadhila, A., & Candrakirana, R. (2022). Pelaksanaan pemungutan pajak reklame oleh Badan Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Surakarta berdasarkan Peraturan Walikota Nomor 58 Tahun 2019. *Jurnal Discretie*, 3(2), 85. <https://doi.org/10.20961/jd.v3i2.53343>
- Febronia, V., & Goo, E. E. K. (2024). Prosedur pengajuan dan realisasi kredit pada KSP Kopdit Hiro Heling Cabang Utama. *EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 11(2), 67–76.
- Florantino, A., Wellem, I., & Transilvanus, V. E. (2024). Efektivitas perencanaan penanganan dalam upaya percepatan pengentasan permukiman kumuh. *Kaganda: Jurnal Pendidikan Sejarah dan Riset Sosial Humaniora*, 7(1), 563–568.
- Florida, M. I., Rengga, A., & Luju, E. (2024). Analisis anggaran kas dalam meningkatkan likuiditas pada KSP Kopdit Pintu Air Rotat Indonesia. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 4358–4368.
- Goo, E. E. K. (2024). Pengaruh total assets turn over terhadap return on assets pada KSP Kopdit Pintu Air. *AKUNTANSI 45*, 5(1), 86–91.

- Hastuti, Y., Sanga, K. P., & Kurniawan, A. P. (2024). Implementasi sistem Daperma (PT. Pandai) pembayaran klaim asuransi dalam pelunasan hutang anggota meninggal dunia pada KSP Kopdit Obor Mas Cabang Pasar Tingkat. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 5(2), 1280–1290.
- Lorang, M. H. D., Obon, W., & Yulianti, M. (2024). Peran Badan Perencanaan Penelitian Dan Pengembangan (Bapelitbang) dalam perencanaan pembangunan di Kabupaten Sikka. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 7(2), 3682–3686.
- Mado, Y. J., Irwansyah, R., Kasnowo, K., Irdhayanti, E., & Khairunnisa, K. (2024). The influence of organizational culture on service quality with compensation as a moderate variable. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(2), 1638–1648.
- Maristela, T. N., Mitan, W., & Goo, E. E. K. (2024). Analisis strategi keunggulan bersaing usaha penjahit rumahan dengan pendekatan analisis SWOT: Studi kasus pada usaha jahit Ibu Mersi di Desa Habi. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 20(2), 01–10.
- Nasir, M. S. (2019). Analisis sumber-sumber pendapatan asli daerah setelah satu dekade otonomi daerah. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 2(1), 30–45. <https://doi.org/10.14710/jdep.2.1.30-45>
- Natalia, I., & Kusumaningtyas, K. (2023). Efektivitas dan kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah. *Jurnal Akuntansi*, 17(2), 120–126. <https://doi.org/10.37058/jak.v17i2.6745>
- Noeng, A. Y., & Nuwa, C. A. W. (2024). Pengaruh quality of work life dan beban kerja terhadap kinerja karyawan KSP Kopdit Pintu Air Cabang Maumere. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 25(2).
- Nuwa, C. A. W., Luju, E., Wisang, I. V., & Fatima, T. A. (2023). Pengaruh pengelolaan dana desa terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat desa Ilin Medo Kecamatan Waiblama. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(1), 705–713.