ANALISIS KUALITATIF IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PEMUNGUTAN PAJAK REKLAME MELALUI SIMPADA BPKAD KOTA YOGYAKARTA

Reynaldo Rafidi[1], Ahmad Fahronil Musthofa[2], Eva Hany Fanida[3], Melda Fadiyah Hidayat[4]

[1,2,3,4]*Universitas Negeri Surabaya*
E-mail : 25040674394@mhs.unesa.ac.id[1], 25040674393@mhs.unesa.ac.id[2], evafanida@unesa.ac.id[3], meldahidayat@unesa.ac.id[4]

ABSTRACT

This research aims to analyze the implementation of advertisement tax collection policies at Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (BPKAD) of Yogyakarta City, specifically through the use of Sistem Informasi Manajemen Pendapatan Daerah (SIMPADA). The study employs a qualitative descriptive method with a secondary data analysis approach. Data was gathered through literature reviews and documentation from official government sources, budget realization reports, and credible relevant literature. The findings show that the implementation of SIMPADA has significantly improved the effectiveness of advertisement tax management in Yogyakarta City. Quantitatively, the tax collection performance is categorized as "very effective" because the actual revenue consistently exceeded the set annual targets, reaching an average effectiveness rate of **112.74%**. However, an in-depth analysis of the data reveals that policy implementation on the ground still faces several latent obstacles. These challenges include low technical understanding among taxpayers regarding the electronic system, sub-optimal data integration between BPKAD and related agencies, and the prevalence of illegal advertisements that remain difficult to track accurately.

Keywords : *Implementasi Kebijakan, Pajak Reklame, SIMPADA, BPKAD Kota Yogyakarta, Efektivitas Pajak.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi kebijakan pemungutan pajak reklame pada Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (BPKAD) Kota Yogyakarta, khususnya melalui penggunaan Sistem Informasi Manajemen Pendapatan Daerah (SIMPADA). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis data sekunder. Data dikumpulkan melalui studi pustaka dan dokumentasi terhadap sumber-sumber resmi pemerintah, laporan realisasi anggaran, serta literatur relevan yang kredibel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan SIMPADA telah secara signifikan meningkatkan efektivitas pengelolaan pajak reklame di Kota Yogyakarta. Secara kuantitatif, kinerja pemungutan pajak dikategorikan sangat efektif karena realisasinya secara konsisten melampaui target tahunan yang ditetapkan, dengan rata-rata tingkat efektivitas mencapai **112,74%**. Namun, melalui analisis mendalam terhadap data-data tersebut, ditemukan bahwa implementasi kebijakan di lapangan masih menghadapi berbagai hambatan laten.

Kata Kunci : *Implementasi Kebijakan, Pajak Reklame, SIMPADA, BPKAD Kota Yogyakarta, Efektivitas Pajak.*

PENDAHULUAN

Implementasi otonomi daerah di Indonesia memberikan mandat bagi pemerintah daerah untuk mengelola sumber daya dan keuangan secara mandiri guna membiayai pembangunan dan pelayanan publik. Kunci utama dari kemandirian fiskal ini terletak pada optimalisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD) agar ketergantungan terhadap dana perimbangan dari pemerintah pusat dapat diminimalisir. Kota Yogyakarta, sebagai pusat pariwisata, pendidikan, dan budaya, memiliki potensi sektor jasa yang sangat dinamis, di mana pajak daerah menjadi tulang punggung utama PAD.

Salah satu komponen pajak yang memiliki prospek pertumbuhan tinggi seiring dengan kemajuan teknologi media informasi adalah Pajak Reklame. Guna mengoptimalkan pemungutan pajak ini, Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (BPKAD) Kota Yogyakarta telah menerapkan Sistem Informasi Manajemen Pendapatan Daerah (SIMPADA) untuk menciptakan administrasi yang lebih transparan, akurat, dan efisien. Secara kuantitatif, kinerja pemungutan pajak reklame di Yogyakarta dinilai sangat berhasil dengan rata-rata tingkat efektivitas mencapai 112,74% selama periode 2019-2023, yang berarti realisasinya konsisten melampaui target. Namun, di balik angka-angka tersebut, masih terdapat persoalan laten dalam tahap implementasi kebijakan yang bersifat kualitatif dan teknis di lapangan.

Penelitian ini menjadi sangat mendesak karena adanya kesenjangan (*gap*) antara capaian target anggaran yang tinggi dengan realitas administratif yang belum ideal. Jika kendala-kendala teknis dan kepatuhan tidak segera diidentifikasi, dikhawatirkan efektivitas pemungutan pajak tidak akan berkelanjutan dalam jangka panjang. Rasionalisasi dari kegiatan penelitian ini adalah untuk "membedah" proses tata kelola pajak reklame guna memastikan bahwa sistem yang ada tidak hanya mengejar angka, tetapi juga memiliki fondasi kepatuhan dan integritas sistem yang kuat.

Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan salah satu indikator penting dalam menggambarkan kemandirian fiskal suatu daerah, yang mencerminkan kontribusi masyarakat dalam mendukung pembiayaan pembangunan lokal. Dalam konteks ini, pajak daerah, termasuk pajak reklame, menjadi salah satu komponen strategis yang berperan dalam meningkatkan PAD. Efektivitas pemungutan pajak sendiri diartikan sebagai tingkat keberhasilan pemerintah dalam mencapai target yang telah ditetapkan, yang dapat diukur melalui rasio realisasi terhadap anggaran (Halim, 2014).

Dalam upaya meningkatkan efektivitas tersebut, pemerintah daerah menerapkan sistem digital seperti Sistem Informasi Manajemen Pajak Daerah (SIMPADA). Sistem ini dirancang untuk mempercepat proses administrasi, meminimalisir kesalahan perhitungan, serta memungkinkan validasi data secara real-time. Meskipun demikian, beberapa penelitian menunjukkan bahwa implementasi SIMPADA belum sepenuhnya optimal. Ningrum (2025) menemukan bahwa meskipun sistem ini mampu meningkatkan efisiensi, masih terdapat kendala dalam integrasi data antarinstansi. Hal serupa juga disampaikan oleh Natalia & Kusumaningtyas (2022) yang menunjukkan efektivitas pemungutan pajak cukup tinggi, namun kontribusinya terhadap PAD masih rendah akibat kurangnya kesadaran wajib pajak.

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan analisis data sekunder, seperti laporan realisasi anggaran, dokumen kebijakan BPKAD, serta literatur relevan lainnya. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi hambatan implementasi SIMPADA, termasuk masalah sinkronisasi data antarinstansi dan pengawasan terhadap reklame

ilegal, serta merumuskan strategi optimalisasi kebijakan agar kontribusi pajak reklame terhadap PAD dapat meningkat.

Secara konseptual, penelitian ini juga mengacu pada beberapa faktor yang memengaruhi keberhasilan pemungutan pajak daerah, yaitu pemahaman wajib pajak, intensitas sosialisasi, ketegasan sanksi, serta integrasi sistem informasi antarinstansi. Faktor-faktor tersebut diasumsikan memiliki pengaruh positif terhadap efektivitas pemungutan pajak reklame, sehingga menjadi dasar dalam merumuskan kerangka analisis penelitian ini.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk memberikan penjelasan yang mendalam dan komprehensif mengenai fenomena implementasi kebijakan di lapangan, yang tidak sekadar berfokus pada angka statistik, melainkan pada dinamika administratif dan teknis dalam pengelolaan pajak (Ningrum, 2025). Ruang lingkup penelitian ini difokuskan pada proses pemungutan pajak reklame dengan bantuan sistem digital Sistem Informasi Manajemen Pendapatan Daerah (SIMPADA). Objek penelitiannya adalah efektivitas pengelolaan, kendala implementasi, dan upaya optimalisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD) pada Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (BPKAD) Kota Yogyakarta. Fokus penelitian diarahkan pada tiga aspek utama:

- Mekanisme implementasi kebijakan pemungutan pajak melalui sistem SIMPADA.
- Analisis tingkat efektivitas pemungutan berdasarkan perbandingan target dan realisasi (Alfitho, 2024).
- Identifikasi faktor penghambat kualitatif seperti integrasi sistem antar-instansi, kepatuhan teknis wajib pajak, dan penanganan reklame ilegal.

Penelitian ini berlokasi secara administratif di Kota Yogyakarta, dengan fokus utama pada Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (BPKAD) Kota Yogyakarta sebagai instansi pengelola pajak daerah. Namun, karena penelitian ini menggunakan data sekunder, lokus penelitian mencakup data-data resmi yang dipublikasikan secara daring maupun fisik oleh instansi terkait. Dalam penelitian kualitatif dengan pendekatan data sekunder, subjek penelitian tidak merujuk pada informan wawancara, melainkan pada **sumber data dokumen**. Sampel data yang digunakan adalah Laporan Realisasi Anggaran (LRA) BPKAD Kota Yogyakarta khususnya pada sektor Pajak Reklame periode 2019-2023, dokumen regulasi daerah, serta naskah publikasi ilmiah yang relevan (Alfitho, 2024; Natalia & Kusumaningtyas, 2022). Bahan utama penelitian meliputi dokumen laporan keuangan pemerintah daerah, Peraturan Daerah (Perda) tentang pajak reklame, dan literatur akademik. Alat utama yang digunakan adalah perangkat lunak pengolah data dan kata untuk melakukan kompilasi, tabulasi sederhana data efektivitas, serta analisis teks secara sistematis. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui **studi dokumentasi** dan **studi pustaka**. Peneliti mengumpulkan data dari sumber-sumber resmi pemerintah (seperti situs bpkad.jogjakota.go.id), portal data terbuka, serta menelaah literatur terdahulu guna memperkuat dasar analisis terhadap hambatan implementasi kebijakan.

Data dianalisis menggunakan teknik **analisis isi (content analysis)** yang meliputi tahapan:

- Reduksi Data: Menyeleksi dan menyaring data sekunder dari laporan anggaran dan literatur agar relevan dengan fokus implementasi SIMPADA.
- Penyajian Data: Menyajikan data efektivitas dalam bentuk narasi deskriptif dan tabel pendukung untuk memperjelas perbandingan target dan realisasi.

- Penarikan Kesimpulan: Menghubungkan temuan data sekunder dengan teori implementasi kebijakan guna merumuskan kendala yang ada serta strategi penguatan sistem di masa depan (Ningrum, 2025).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame (2019-2023)

Berdasarkan data sekunder yang dihimpun dari laporan realisasi anggaran BPKAD Kota Yogyakarta, kinerja pemungutan pajak reklame selama lima tahun terakhir menunjukkan performa yang sangat impresif. Implementasi kebijakan yang didukung oleh sistem digital mampu mendorong pencapaian angka yang konsisten melampaui target.

Berikut adalah ringkasan target dan realisasi pajak reklame:

Tabel 1. Target dan Realisasi Pajak Reklame Kota Yogyakarta (2019-2023)

Tahun	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	Efektivitas (%)	Kriteria
2019	28.000.000.000	30.125.000.000	107,59%	Sangat Efektif
2020	25.500.000.000	27.850.000.000	109,22%	Sangat Efektif
2021	24.000.000.000	28.560.000.000	119,00%	Sangat Efektif
2022	26.500.000.000	29.800.000.000	112,45%	Sangat Efektif
2023	29.000.000.000	33.480.000.000	115,45%	Sangat Efektif
Rata-rata			**112,74%**	**Sangat Efektif**

Sumber: Data diolah dari Alfitho (2024) dan Laporan BPKAD.

Grafik efektivitas di atas menunjukkan bahwa meskipun terjadi fluktuasi ekonomi—terutama pada masa pandemi di tahun 2020-2021—pemerintah Kota Yogyakarta tetap mampu menjaga rasio efektivitas di atas 100%. Rata-rata efektivitas sebesar **112,74%** menempatkan pengelolaan pajak reklame dalam kategori Sangat Efektif.

Implementasi Kebijakan melalui SIMPADA

Keberhasilan angka di atas tidak lepas dari peran Sistem Informasi Manajemen Pendapatan Daerah (SIMPADA). Berdasarkan analisis dokumen, SIMPADA memberikan perubahan signifikan dalam tata kelola pajak:

- Transparansi: Wajib pajak dapat memantau kewajiban mereka secara mandiri, mengurangi risiko pungutan liar atau ketidakteraturan administratif.
- Akurasi Data: Proses perhitungan pajak dilakukan secara otomatis oleh sistem berdasarkan dimensi dan durasi tayang reklame, sehingga meminimalisir *human error*.

Hal ini sejalan dengan temuan Ningrum (2025) yang menyatakan bahwa digitalisasi perpajakan di Yogyakarta telah memangkas birokrasi yang sebelumnya berbelit-belit menjadi lebih ringkas dan terkendali.

Hambatan Laten dalam Implementasi Kualitatif

Meskipun secara kuantitatif hasilnya memuaskan, analisis kualitatif terhadap data sekunder menunjukkan adanya beberapa hambatan "tersembunyi" yang mengganggu kesempurnaan implementasi kebijakan:

1. Kesenjangan Kompetensi Digital: Masih ditemukan kendala pada sisi wajib pajak yang belum sepenuhnya paham cara mengoperasikan fitur-fitur teknis di SIMPADA. Hal ini menyebabkan penundaan pelaporan manual yang seharusnya sudah bisa dilakukan secara

mandiri.

2. Lemahnya Integrasi Antar-Instansi: Terdapat *gap* data antara sistem izin di Dinas Perizinan dengan sistem pungutan di BPKAD. Akibatnya, sinkronisasi data untuk memvalidasi apakah sebuah reklame sudah berizin atau belum sering kali memakan waktu lama.
3. Fenomena Reklame Ilegal: Angka efektivitas yang tinggi didasarkan pada target yang ditetapkan dari data yang "terdaftar". Namun, analisis lapangan (Ningrum, 2025) menunjukkan masih banyak reklame ilegal (terutama reklame sementara) yang tidak tersentuh pajak karena luput dari pendataan.

Pembahasan dan Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

Temuan penelitian ini memberikan perspektif menarik jika dikaitkan dengan rujukan relevan lainnya:

- Dukungan terhadap Penelitian Terdahulu: Hasil efektivitas rata-rata 112,74% ini sangat konsisten dengan temuan Natalia & Kusumaningtyas (2022) di daerah lain yang mencatatkan angka 112,27%. Hal ini mengonfirmasi bahwa potensi pajak reklame di kota-kota besar di Indonesia memang sangat tinggi jika dikelola dengan fokus pada pencapaian target.
- Konflik dengan Realitas Kontribusi: Meskipun efektivitasnya sangat tinggi (melampaui target), namun jika merujuk pada data Alfitho (2024), kontribusi pajak reklame terhadap total Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Yogyakarta masih relatif kecil (sering kali di bawah 10%). Hal ini menimbulkan paradoks: pengelolaan pajak sudah sangat efektif secara administratif, namun belum mampu menjadi pilar utama pendapatan daerah.
- Faktor Kepatuhan: Sesuai dengan teori determinasi kepatuhan dari Candrakusuma (2018), hambatan teknis pada SIMPADA dapat menurunkan niat wajib pajak untuk patuh. Jika sistem sulit diakses atau sering terjadi kesalahan sinkronisasi, maka efektivitas jangka panjang akan terancam meski angka tahunan saat ini terlihat bagus.

Secara keseluruhan, implementasi kebijakan melalui SIMPADA di BPKAD Kota Yogyakarta sudah berada pada jalur yang benar secara manajerial. Namun, pemerintah tidak boleh terlena dengan angka 112,74%. Fokus ke depan harus bergeser dari sekadar "mengejar target angka" menjadi "memperbaiki kualitas sistem". Sinkronisasi data antar-dinas dan edukasi teknologi bagi wajib pajak menjadi kunci agar efektivitas ini benar-benar mencerminkan potensi pajak yang sebenarnya, termasuk menekan angka reklame ilegal yang selama ini menjadi potensi kehilangan pendapatan (*revenue loss*).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data sekunder dan pembahasan mengenai implementasi kebijakan pemungutan pajak reklame di BPKAD Kota Yogyakarta, dapat disimpulkan bahwa penerapan Sistem Informasi Manajemen Pendapatan Daerah (SIMPADA) telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan efektivitas pemungutan pajak reklame. Selama periode 2019–2023, tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame tergolong sangat efektif dengan rata-rata mencapai 112,74%, yang menunjukkan bahwa realisasi penerimaan secara konsisten melampaui target yang telah ditetapkan. Hal ini mengindikasikan bahwa digitalisasi melalui SIMPADA telah mampu menciptakan proses administrasi yang lebih transparan, terukur, dan efisien dalam pengelolaan pajak daerah. Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan adanya hambatan implementasi yang bersifat kualitatif di lapangan. Hambatan tersebut meliputi rendahnya

pemahaman wajib pajak terhadap mekanisme sistem elektronik, belum optimalnya integrasi data antarinstansi seperti BPKAD dan Dinas Perizinan, serta masih ditemukannya reklame ilegal yang belum terdata secara maksimal. Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia dalam menguasai teknologi informasi turut menjadi faktor penghambat dalam optimalisasi sistem pemungutan pajak secara menyeluruh. Ke depan, peningkatan efektivitas pemungutan pajak tidak hanya berfokus pada pencapaian target anggaran, tetapi juga pada penguatan sistem dan kepatuhan wajib pajak. Upaya yang perlu dilakukan antara lain adalah sinkronisasi data antarinstansi secara real-time, peningkatan edukasi dan sosialisasi kepada wajib pajak terkait penggunaan sistem digital, serta penguatan kapasitas sumber daya manusia dalam pengelolaan teknologi informasi. Pengawasan terhadap reklame ilegal juga perlu diperketat guna meminimalisir potensi kebocoran pendapatan daerah dan mengoptimalkan kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD).

DAFTAR PUSTAKA

Ramadhani, A. P. (2022). Analisis Efektivitas dan Kendala Pemungutan Pajak Reklame di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik*, 8(2), 145-158.

Setiawan, B. (2021). Problematika Penegakan Hukum terhadap Penyelenggaraan Reklame Tanpa Izin. *Jurnal Hukum dan Tata Negara*, 4(1), 12-25.

Surtikanti, S., & Shidiq, J. (2021). Implementasi Sistem Informasi Manajemen Pajak Daerah (SIMPADA) Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah. *Moneter: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 8(1), 55-62.

Wahyudi, M. R. (2023). Transformasi Digitalisasi Pajak Daerah: Studi Kasus Pengelolaan Pajak Reklame. *Jurnal Manajemen Perbendaharaan*, 2(1), 88-102.