

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Review Hasil Penelitian Terdahulu**

Sebagai acuan dari penelitian ini dikemukakan hasil-hasil penelitian yang telah dilaksanakan sebelumnya.

Penelitian yang pertama dilakukan oleh A, Lintong.,dkk (2015) dengan tujuan untuk mengetahui perbandingan kontribusi pajak reklame Kabupaten Minahasa Selatan dan Kabupaten Minahasa terhadap pajak daerah tahun 2009-2013. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif untuk memperoleh gambaran mengenai mekanisme penerimaan pajak reklame di kabupaten Minahasa Selatan dan kabupaten Minahasa, serta melihat kontribusinya terhadap penerimaan pajak daerah di masing-masing daerah pada tahun 2009-2013. Hasil penelitian menunjukkan penerimaan rata-rata pajak reklame lima tahun terakhir Kabupaten Minahasa Selatan lebih kecil dibandingkan dengan Kabupaten Minahasa, tetapi dilihat dari presentase pertumbuhan penerimaan pajak reklame Kabupaten Minahasa Selatan mengalami peningkatan yang lebih baik dari Kabupaten Minahasa, sehingga menunjukkan bahwa rata-rata lima tahun terakhir pada periode 2009-2013 Kabupaten Minahasa Selatan memberikan kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah lebih besar dibandingkan dengan Kabupaten Minahasa.

Penelitian selanjutnya di lakukan oleh Papang dan Ariyadi (2014) dengan tujuan untuk menganalisa kontribusi pajak daerah terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Gunung Kidul. Metode penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif untuk menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik objek dan subjek yang diteliti secara tepat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis pertumbuhan pajak daerah dan Kontribusi pajak daerah menunjukkan bahwa pertumbuhan dan kontribusi pajak dalam PAD di Kabupaten Gunung Kidul

masih dalam kondisi moderat dan masih bisa diupayakan peningkatannya. Identifikasi kendala dalam meningkatkan PAD secara umum diantaranya:

- a. Belum tergalinya potensi sumber-sumber pendapatan daerah
- b. Potensi riil pendapatan daerah belum dapat dioptimalkan sebagai sumber pendapatan daerah
- c. Terbatasnya sarana dan prasarana mobilitas operasional

Adapun solusi dalam penyelesaian atas permasalahan dimaksud, diantaranya adalah:

- a. Pengembangan usaha daerah melalui peningkatan kemampuan sumber daya manusia, dengan menambah permodalan maupun mengupayakan informasi melalui berbagai sumber pendanaan dari pemerintah
- b. Ektensifikasi dan intensifikasi dan diversifikasi terhadap sumber-sumber pendapatan
- c. Meneliti dan mengkaji potensi, eksplorasi potensi serta penerapan manajemen pengelolaan pendapatan yang efektif
- d. Melakukan perbaikan mekanisme pemungutan pendapatan daerah dalam rangka peningkatan dan percepatan penerimaan pendapatan daerah
- e. Peninjauan terhadap berbagai peraturan daerah tentang Pendapatan Daerah yang disesuaikan dengan perkembangan sosial ekonomi masyarakat.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Sri Watini dan Ita Salsalina (2010) dengan tujuan untuk mengetahui pengeruh pemungutan pajak reklame terhadap penerimaan pajak daerah Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi sederhana. Suatu model regresi dikatakan model empirik yang baik apabila telah lulus uji asumsi klasik. Berdasarkan hasil analisis pengolahan data dapat disimpulkan bahwa pemungutan pajak reklame tidak berpengaruh terhadap penerimaan pajak daerah Kota Bandung dan antara pemungutan pajak reklame dengan penerimaan pajak daerah Kota Bandung memiliki hubungan yang sangat lemah dan positif atau searah.

Penelitian yang selanjutnya oleh Raksaka Mahi (2005) bertujuan untuk mengetahui peran pendapatan asli daerah di era otonomi. Dari penelitian tersebut diketahui bahwa peran dari PAD dalam pembiayaan publik di daerah cenderung berkurang, dari hasil perhitungan elastif pajak ditemukan bahwa jenis-jenis pajak daerah saat ini memiliki basis pajak yang kurang sensitif terhadap perkembangan perekonomian, pemungutan pajak di daerah belum mampu mengelola seluruh basis pajaknya, kecuali yang basis pajaknya berhubungan dengan konsumsi listrik maupun perumahan, seperti pajak penerangan jalan umum (PPJU). Hal ini terjadi karena kemudahan pengelolaan jenis pajak tersebut. Kemudian banyaknya kritikan dan keluhan terhadap pemungutan pajak daerah yang mengganggu iklim usaha, dapat terjadi karena kurangnya pemahaman pemerintah daerah dalam implementasi kriteria-kriteria pemungutan pajak pada UU No.34 tahun 2000.

Jurnal Penelitian yang terakhir oleh Winda Ayu Mustika (2014) tentang kontribusi pajak daerah dan retribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah di Pemerintah Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Gambaran dari obyek penelitian yang diamati adalah mengenai kontribusi Pajak Daerah dan Retribusi Daerah terhadap perolehan Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang diperoleh dari Dinas Pendapatan Pemerintah Kota Surabaya dari tahun 2009 sampai dengan 2013. Simpulan hasil penelitian ini adalah:

1. Pertumbuhan Pajak Daerah dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 cenderung mengalami peningkatan yang cukup besar yaitu dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 49% pertahun.
2. Pertumbuhan Retribusi Daerah dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 cenderung mengalami peningkatan yang relatif kecil yaitu dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 8,55% pertahun meskipun pada tahun 2012 pertumbuhan Retribusi Daerah sedikit mengalami penurunan.
3. Kontribusi Pajak Daerah terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 memberikan kontribusi yang

tinggi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) dengan persentase kontribusi rata-rata sebesar 69,97%.

4. Kontribusi Retribusi Daerah terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 memberikan kontribusi yang sangat rendah terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) dengan persentase kontribusi rata-rata sebesar 13,47%.
5. Kontribusi Pajak Daerah terhadap Pendapatan Daerah dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 memberikan kontribusi yang rendah terhadap Pendapatan Daerah dengan persentase kontribusi rata-rata sebesar 31,07%.
6. Kontribusi Retribusi Daerah terhadap Pendapatan Daerah juga memberikan kontribusi yang sangat rendah terhadap Pendapatan Daerah dengan persentase kontribusi rata-rata sebesar 5,23%.
7. Kontribusi Pendapatan Asli Daerah (PAD) terhadap Pendapatan Daerah dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 memberikan kontribusi yang cukup terhadap Pendapatan Daerah dengan persentase kontribusi rata-rata sebesar 42,74%.
8. Upaya-upaya yang dilakukan Dinas Pendapatan Pemerintah Kota Surabaya untuk meningkatkan penerimaan Pajak Daerah dan Retribusi Daerah adalah melakukan Intensifikasi dan Ekstensifikasi.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Professor The-wei Hu (2001) Dalam penelitian ini penulis berfokus pada analisis peraturan mengenai kesehatan publik dengan penerimaan dari pajak rokok di China. Penelitian ini menggunakan data statistik yang dipublikasikan dari tahun 1980 sampai 1997 untuk memperkirakan pengaruh dari pemakaian dan produksi rokok terhadap penerimaan pemerintah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan estimasi tambahan biaya pajak 10% per bungkus (dari 40% ke 50% pajak rokok), pendapatan pajak pemerintah pusat akan meningkat sebesar dua kali dari total kerugian perusahaan rokok, pendapatan petani tembakau, dan pajak pendapatan lokal. Dengan tambahan, sekitar 1,44 sampai 2,16 juta jiwa akan diselamatkan dengan pajak ini.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh N Wilson, et al (2009). Fokus dari penelitian ini adalah untuk memastikan konsumsi rokok asing dan memperkirakan kerugian penerimaan pajak di daerah yang sulit terjangkau. Metode yang digunakan adalah dengan melakukan razia rokok yang di kumpulkan dari sepanjang jalan di empat kota besar dan enam daerah di New Zealand selama bulan November 2008 sampai Januari 2009. Dari total 1310 bungkus rokok yang dikumpulkan, teridentifikasi ada 42 bungkus rokok asing, yang diindikasikan sebagai barang ilegal karena pendistribusian tidak sesuai dengan peraturan, yang dilakukan oleh pemerintah atau perusahaan distributor rokok. Pada setiap 3,2% rokok asing' tersebut, pemerintah New Zealand mengalami kerugian sekitar 36 juta dollar per tahun dalam penerimaan pajak yang berkaitan dengan rokok.

Penelitian yang terakhir oleh Teh-wei Hu, et al (2009). Fokus pada penelitian ini adalah untuk membandingkan keefektivan peraturan pajak rokok tahun 2009 dengan pajak sebelumnya dan pengaruhnya. Penelitian ini menggunakan data statistik dan perkiraan permintaan harga rokok untuk mengetahui pengaruh penerapan pajak rokok terbaru terhadap pemakaian rokok dan kesehatan publik. Penyesuaian tarif pajak baru sebesar 11,7% pada level produksi, maka akan meningkatkan harga jual sehingga pendapatan pajak rokok akan meningkat sebesar 3,4% dari rokok yang beredar. Sehingga tarif baru pajak rokok yang beredar di China akan meningkat sebesar 43,4% dari yang sebelumnya 40%. Pada akhirnya, tujuan utama dari peraturan pajak rokok terbaru di China adalah untuk meningkatkan pendapatan pemerintah. Akan tetapi, karena peningkatan penerimaan ini belum disalurkan kepada masyarakat sehingga belum ada manfaat pada kesehatan publik. Diharapkan peningkatan tarif pajak ini akan mempengaruhi harga eceran sehingga sekitar 640 ribu sampai 2 juta perokok akan berhenti merokok dan sekitar 210 ribu sampai 700 ribu perokok yang telah berhenti terhindar dari bahaya kematian.

## 2.2. Landasan Teori

### 2.2.1 Pajak Asli Daerah (PAD)

Pembangunan merupakan upaya pemanfaatan segala potensi yang ada di masing-masing daerah, untuk kepentingan daerah tersebut sehingga pelaksanaannya diserahkan langsung pada tiap-tiap daerah. Untuk itu, pada tahun 2000 diberlakukan otonomi daerah dan juga undang-undang yang mengatur tentang hal tersebut yang terus mengalami perubahan hingga sampai saat ini yaitu Undang-Undang No. 23 tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah.

Tujuan dari pelaksanaan otonomi daerah adalah untuk lebih mendekatkan pelayanan pemerintah kepada masyarakat, memudahkan masyarakat untuk memantau dan mengontrol penggunaan dana yang bersumber dari APBD, dan juga untuk menciptakan persaingan yang sehat antar daerah dan mendorong terciptanya inovasi.

Berdasarkan Undang-Undang Pemerintah Daerah yang terbaru No. 23 tahun 2014, sumber pendapatan tetap yang digunakan untuk membiayai berbagai kegiatan Daerah Otonom terdiri dari:

1. Pendapatan Asli Daerah (PAD)
  - a. pajak daerah;
  - b. retribusi daerah;
  - c. hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan; dan
  - d. lain-lain PAD yang sah;
2. Pendapatan Transfer; dan
3. Lain-lain Pendapatan Daerah yang sah.

Pendapatan asli daerah (PAD) merupakan semua penerimaan yang diperoleh daerah dari sumber-sumber dalam wilayahnya sendiri yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Halim, 2004). Sedangkan menurut Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah “Pendapatan Daerah adalah semua hak Daerah yang diakui sebagai penambah nilai kekayaan bersih dalam periode tahun anggaran yang bersangkutan”.

Sektor pendapatan daerah memegang peranan yang sangat penting,

karena melalui sektor ini dapat dilihat sejauh mana suatu daerah dapat membiayai kegiatan pemerintah dan pembangunan daerah.

### **2.2.2 Sumber Pendapatan Asli Daerah**

Dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang perimbangan keuangan antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah pada babV (lima) nomor 1 (satu) disebutkan bahwa pendapatan asli daerah bersumber dari:

#### **a. Pajak Daerah**

Definisi Pajak menurut beberapa para ahli antara lain menurut S.I. Djajadiningrat (Siti Resmi, 2009) 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 secara umum. Menurut Prof. Dr. Rochmat Soemitro, SH (Mardiasmo, 2011) Pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan Undang-Undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum. Sedangkan menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009, yang dimaksud dengan Pajak Daerah adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Berdasarkan undang-undang tersebut jenis pajak yang dikelola oleh daerah antara lain:

- a. Jenis Pajak provinsi terdiri atas:
  1. Pajak Kendaraan Bermotor;
  2. Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor;
  3. Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor;
  4. Pajak Air Permukaan; dan
  5. Pajak Rokok.
- b. Jenis Pajak kabupaten/kota terdiri atas:
  1. Pajak Hotel;
  2. Pajak Restoran;
  3. Pajak Hiburan;
  4. Pajak Reklame;
  5. Pajak Penerangan Jalan;
  6. Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan;
  7. Pajak Parkir;
  8. Pajak Air Tanah;
  9. Pajak Sarang Burung Walet;
  10. Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan; dan
  11. Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan.

Dari semua pajak yang di kelola oleh pemerintah daerah, berikut adalah data penerimaan pajak daerah yang di kelola oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta.



**Tabel 2.1**  
**Penerimaan Pajak Daerah Provinsi DKI Jakarta**  
**Tahun 2013 - 2016**  
**(dalam Jutaan Rupiah)**

No	Jenis Pajak	Tahun 2013	Tahun 2014	Tahun 2015	Tahun 2016
1	PKB	4.605.206	4.979.110	6.090.200	7.143.530
2	BBNKB	6.143.969	5.526.393	4.685.403	5.003.996
3	PBBKB	1.027.108	1.170.105	1.232.836	1.094.901
4	PAT	95.346	101.880	105.115	112.399
5	P.HOTEL	1.173.799	1.384.103	1.276.285	1.499.798
6	P.REST	1.552.354	1.822.769	2.290.255	2.453.440
7	P.HIBURAN	393.132	502.472	608.799	769.540
8	P.REKLAME	654.644	850.675	714.967	894.271
9	PPJ	609.449	655.713	729.884	714.835
10	P.PARKIR	319.317	406.919	450.941	465.990
11	BPHTB	3.419.932	3.700.938	3.609.336	3.903.782
12	P.ROKOK	201.762	292.728	475.058	531.269
13	PBB	3.375.953	5.657.137	6.807.840	7.020.898
<b>JUMLAH</b>		<b>19.994.256</b>	<b>21.101.077</b>	<b>21.794.021</b>	<b>24.056.482</b>

Sumber: Badan Pengelola Keuangan Daerah Provinsi DKI Jakarta

#### **b. Retribusi Daerah**

Pemerintah pusat kembali mengeluarkan regulasi tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, melalui Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009. Berlakunya UU pajak dan retribusi daerah yang baru di satu sisi memberikan keuntungan daerah dengan adanya sumber-sumber pendapatan baru, namun disisi lain ada beberapa sumber pendapatan asli daerah yang harus dihapus karena tidak boleh lagi dipungut oleh daerah, terutama berasal dari retribusi daerah. Menurut UU Nomor 28 Tahun 2009 secara keseluruhan terdapat 30 jenis retribusi yang dapat dipungut oleh daerah yang dikelompokkan ke dalam 3 golongan retribusi, yaitu retribusi jasa umum, retribusi jasa usaha, dan retribusi perizinan tertentu.

**c. Hasil Pengelolaan Kekayaan Milik Daerah Yang Dipisahkan**

Hasil pengelolaan kekayaan milik daerah yang dipisahkan merupakan penerimaan daerah yang berasal dari pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan. Undang-undang nomor 33 tahun 2004 mengklasifikasikan jenis hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dirinci menurut menurut objek pendapatan yang mencakup bagian laba atas penyertaan modal pada perusahaan milik daerah/BUMD, bagian laba atas penyertaan modal pada perusahaan milik negara/BUMN dan bagian laba atas penyertaan modal pada perusahaan milik swasta maupun kelompok masyarakat.

**d. Lain-lain Pendapatan Asli Daerah Yang Sah**

Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 menjelaskan Pendapatan Asli Daerah yang sah, disediakan untuk menganggarkan penerimaan daerah yang tidak termasuk dalam jenis pajak dan hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan. Pendapatan ini juga merupakan penerimaan daerah yang berasal dari lain-lain milik pemerintah daerah. Undang-undang nomor 33 tahun 2004 mengklasifikasikan yang termasuk dalam pendapatan asli daerah yang sah meliputi:

1. Hasil penjualan kekayaan daerah yang tidak dipisahkan.
2. Jasa giro.
3. Pendapatan bunga.
4. Keuntungan adalah nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing.
5. Komisi, potongan, ataupun bentuk lain sebagai akibat dari penjualan, pengadaan barang ataupun jasa oleh pemerintah.

### **2.2.3 Pajak Reklame**

**a. Pengertian Pajak Reklame**

Menurut Peraturan Daerah Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame, Reklame adalah 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. Pajak Reklame dipungut atas semua penyelenggaraan reklame.

Pemungutan pajak reklame didasarkan atas perbuatan penyelenggaraan reklame yang sudah dimulai di Jakarta berdasarkan “*Bataviasche Reclame verordening 1937*” pada tanggal 16 November 1936. Adapun dasar kewenangan daerah memungut pajak reklame, seperti juga menjadi dasar kewenangan daerah memungut pajak-pajak daerah sebelum masa kemerdekaan. Seperti pajak pertunjukan dan keramaian (tontonan dan hiburan) adalah berdasarkan tugas dan kewajiban pemerintah daerah otonom untuk melindungi warganya dari gangguan-gangguan terhadap ketertiban dan ketentraman umum. Pada umumnya setiap reklame cenderung berpotensi dapat mengganggu ketertiban dan ketentraman umum, karena yang menjadi fokus bagi pemilik reklame adalah bagaimana cara menarik perhatian orang lain sebanyak-banyaknya dan sesering mungkin.

#### **b. Objek Pajak Reklame**

Menurut PERDA No. 12 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame, yang dimaksud dengan Objek Pajak Reklame adalah semua penyelenggaraan reklame. Selanjutnya objek pajak tersebut meliputi:

1. Reklame papan/billboard/videotron/megatron dan sejenisnya;
2. Reklame kain;
3. Reklame melekat, stiker;
4. Reklame selebaran;
5. Reklame berjalan, termasuk pada kendaraan;
6. Reklame udara;
7. Reklame apung;
8. Reklame suara;
9. Reklame film/slide; dan
10. Reklame peragaan.

**c. Bukan Objek Pajak**

Yang tidak termasuk sebagai objek Pajak Reklame adalah:

1. Reklame yang diselenggarakan oleh Pemerintah atau Pemerintah Daerah;
2. Penyelenggaraan reklame melalui internet, televise, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan, dan sejenisnya;
3. Label/merek produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan, yang berfungsi untuk membedakan dari produk sejenis lainnya;
4. Nama pengenalan usaha atau profesi yang dipasang melekat pada bangunan tempat usaha atau profesi diselenggarakan dengan ketentuan yang mengatur nama pengenalan usaha atau profesi tersebut yang luasnya tidak melebihi 1 m<sup>2</sup> (satu meter persegi), ketinggian maksimum 15 (lima belas meter dengan jumlah reklame terpasang tidak lebih dari 1 (satu) buah;
5. Penyelenggaraan reklame yang semata-mata memuat nama tempat ibadah dan tempat panti asuhan;
6. Penyelenggaraan reklame yang semata-mata mengenai pemilikan dan/atau peruntukan tanah, dengan ketentuan luasnya tidak melebihi 1 m<sup>2</sup> (satu meter persegi) dan diselenggarakan di atas tanah tersebut kecuali reklame produk;
7. Diselenggarakan oleh perwakilan diplomatic, perwakilan konsulat, perwakilan PBB serta badan-badan khususnya badan-badan atau lembaga organisasi internasional pada lokasi badan-badan dimaksud.

**d. Subjek dan Wajib Pajak**

Subjek Pajak Reklame adalah orang pribadi atau badan yang menggunakan reklame. Sedangkan untuk Wajib Pajak meliputi:

1. Wajib Pajak Reklame adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame.
2. Dalam hal reklame diselenggarakan sendiri secara langsung oleh orang pribadi atau badan, Wajib Pajak Reklame adalah orang pribadi atau badan tersebut.
3. Dalam hal reklame diselenggarakan melalui pihak ketiga, pihak ketiga tersebut menjadi Wajib Pajak Reklame.

Syarat-syarat yang harus dimiliki oleh pihak reklame produk orang pribadi adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki ID Card (KTP, SIM, Paspor, dan sejenisnya).
- b. Menggunakan tenaga ahli pemegang surat Izin Badan Perencana (SIBP) untuk perencanaan dan Surat Izin Usaha Jasa Konstruksi (SIUJK) untuk pelaksanaan.

Sementara syarat yang harus dimiliki oleh pemilik reklame produk badan adalah sebagai berikut:

- a. Akte pendirian perusahaan dan atau pembaruan.
- b. Memiliki surat izin usaha perdagangan.
- c. Memiliki NPWP badan.
- d. Menggunakan tenaga ahli pemegang surat Izin Badan Perencana (SIBP) untuk perencanaan dan Surat Izin Usaha Jasa Konstruksi (SIUJK) untuk pelaksanaan.

Persyaratan yang harus dimiliki oleh perusahaan jasa periklanan atau biro reklame adalah sebagai berikut:

- a. Akte pendirian perusahaan dan atau pembaruan
- b. Memiliki SIUP
- c. Memiliki NPWP
- d. Mempunyai pertanggungjawaban langsung yang memiliki SIBP sekurang-kurangnya golongan B bidang konstruksi

- e. Memiliki studio perencanaan dan bengkel kerja
- f. Memiliki sarana dan prasarana pekerjaan seperti, alat-alat las, genset, alat penyambung listrik, tenaga ahli poster, dan tenaga ahli konstruksi

#### **2.2.4 Dasar Pengenaan Pajak**

Dasar pengenaan Pajak Reklame adalah Nilai Sewa Reklame (NSR). Nilai Sewa Reklame adalah nilai yang ditetapkan sebagai dasar perhitungan penetapan besarnya pajak reklame. NSR tersebut diatur sebagai berikut:

- 1) Reklame yang diselenggarakan oleh pihak ketiga, NSR ditetapkan berdasarkan Nilai kontrak reklame.
- 2) Reklame yang diselenggarakan sendiri, NSR dihitung dengan memperhatikan faktor-faktor:
  - a. jenis;
  - b. bahan yang digunakan;
  - c. lokasi penempatan;
  - d. waktu;
  - e. jangka waktu penyelenggaraan;
  - f. jumlah, dan
  - g. ukuran media reklame.
- 3) Dalam hal NSR yang tidak diketahui dan/atau dianggap tidak wajar, NSR ditetapkan dengan menggunakan faktor-faktor yang telah ditentukan di atas.
- 4) Lokasi penempatan adalah lokasi peletakan reklame menurut kelas jalan yang dirinci sebagai berikut:
  - a. Protokol A;
  - b. Protokol B;
  - c. Protokol C;
  - d. Ekonomi Kelas I;
  - e. Ekonomi Kelas II;
  - f. Ekonomi Kelas III;
  - g. Lingkungan.

### 2.2.5 Tarif Pajak Reklame

Tarif pajak reklame adalah 25% yang dikalikan dengan dasar pengenaan pajak yaitu Nilai Sewa Reklame (NSR)

Untuk jenis reklame lainnya:

- a. Reklame Melekat  
Nilai NSR sebesar Rp. 5/cm<sup>2</sup> sekurang-kurangnya Rp. 500.000 setiap kali penyelenggaraan.
- b. Reklame Selebaran  
Nilai NSR sebesar Rp. 500/lembar sekurang-kurangnya Rp. 5000.000 setiap kali penyelenggaraan
- c. Reklame Berjalan/kendaraan  
Nilai NSR sebesar Rp. 5000/m<sup>2</sup>/hari
- d. Reklame Udara  
Nilai NSR sebesar Rp. 2.000.000 sekali peragaan, paling lama satu bulan
- e. Reklame Apung  
Nilai NSR sebesar Rp. 500.000 sekali peragaan, paling lama satu bulan
- f. Reklame Suara  
Nilai NSR sebesar Rp. 2.000/15 detik, waktu yang kurang dari 15 detik dihitung menjadi 15 detik
- g. Reklame Film/slide  
Nilai NSR sebesar Rp. 10.000/15 detik, waktu yang kurang dari 15 detik dihitung menjadi 15 detik
- h. Reklame Peragaan  
Nilai NSR sebesar Rp. 400.000 per setiap penyelenggaraan
- i. Reklame di dalam ruangan (*indoor*)  
Nilai NSR dihitung dan ditetapkan sebesar 50% dari NSR yang dimaksud dalam tabel 2.1
- j. Reklame Rokok dan Minuman Alkohol  
Nilai NSR dikenakan tambahan sebesar 25% dari perhitungan NSR yang ditetapkan.

### **2.2.6 Masa Pajak dan Saat Terhutang Pajak**

Masa pajak adalah jangka waktu yang lamanya sama dengan 1 (satu) bulan takwim. Pajak terutang dalam masa pajak terjadi pada saat penyelenggaraan reklame atau diterbitkan Surat Keteapan Pajak daerah (SKPD).

## **2.3 Hubungan antar Variabel Penelitian**

Pajak merupakan pungutan wajib yang dibayar rakyat untuk negara dan akan digunakan untuk kepentingan pemerintah dan masyarakat umum. Dalam membayar pajak, rakyat tidak akan langsung merasakan manfaat dari pajak yang ia bayarkan tersebut, karena pajak digunakan untuk kepentingan umum, bukan untuk kepentingan pribadi.

Berdasarkan data dari Badan Pengelola Keuangan Daerah Provinsi DKI Jakarta tahun 2013-2016 penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) mengalami kenaikan sebesar 24,97%. Dari total penerimaan tersebut, pajak daerah masih menjadi penyumbang terbanyak dengan lebih dari 85% dari total penerimaan daerah setiap tahunnya. Ini menunjukkan betapa pentingnya penerimaan daerah di sektor pajak.

Jika kita melihat pada tabel 2.1, terdapat beberapa sektor penerimaan pajak daerah yang mengalami penurunan. Pajak tersebut adalah pajak bea balik nama kendaraan bermotor turun sebesar 17,95% dari tahun sebelumnya, pajak hotel turun sebesar 8,46%, pajak reklame sebesar turun 18,98%, dan pajak bea perolehan hak atas tanah dan bangunan turun sebesar 2,52%. Pajak Reklame menjadi pajak yang mengalami penurunan paling besar, padahal jika dilihat dari semakin berkembangnya kemajuan teknologi, tidak lagi terbatas pada perusahaan yang bergerak pada bidang barang/produk saja, akan tetapi banyak perusahaan dibidang jasa yang mulai menggunakan reklame sebagai media promosinya.

Dengan potensi tersebut pemerintah seharusnya lebih memaksimalkan penerimaan di bidang pajak reklame, sehingga akan sangat membantu dalam meningkatkan penerimaan pajak daerah. Pemaksimalan ini bisa di lakukan dengan cara lebih memaksimalkan pelayanan pada setiap kantor UPPD di Jakarta, atau bisa juga dengan mengeluarkan peraturan-



peraturan yang sifatnya mampu meningkatkan penerimaan pajak reklame.

Pada tahun 2015 pemerintah daerah telah mengesahkan peraturan daerah mengenai larangan penyelenggaraan reklame rokok dan produk tembakau pada media luar ruangan. Hal ini mengakibatkan para produsen rokok tidak dapat lagi menggunakan media reklame dalam mempromosikan produknya. Akibatnya penerimaan pajak daerah sektor reklame akan kehilangan salah satu sumber penerimaan pajak reklame yang mengakibatkan menurunnya penerimaan pajak daerah.

#### **2.4. Pengembangan Hipotesis**

H<sub>0</sub>: Tidak ada pengaruh dari penerimaan pajak reklame dan larangan penyelenggaraan reklame rokok terhadap Pajak Daerah provinsi DKI Jakarta.

H<sub>1</sub>: Ada pengaruh dari penerimaan pajak reklame dan larangan penyelenggaraan reklame rokok terhadap Pajak Daerah provinsi DKI Jakarta.

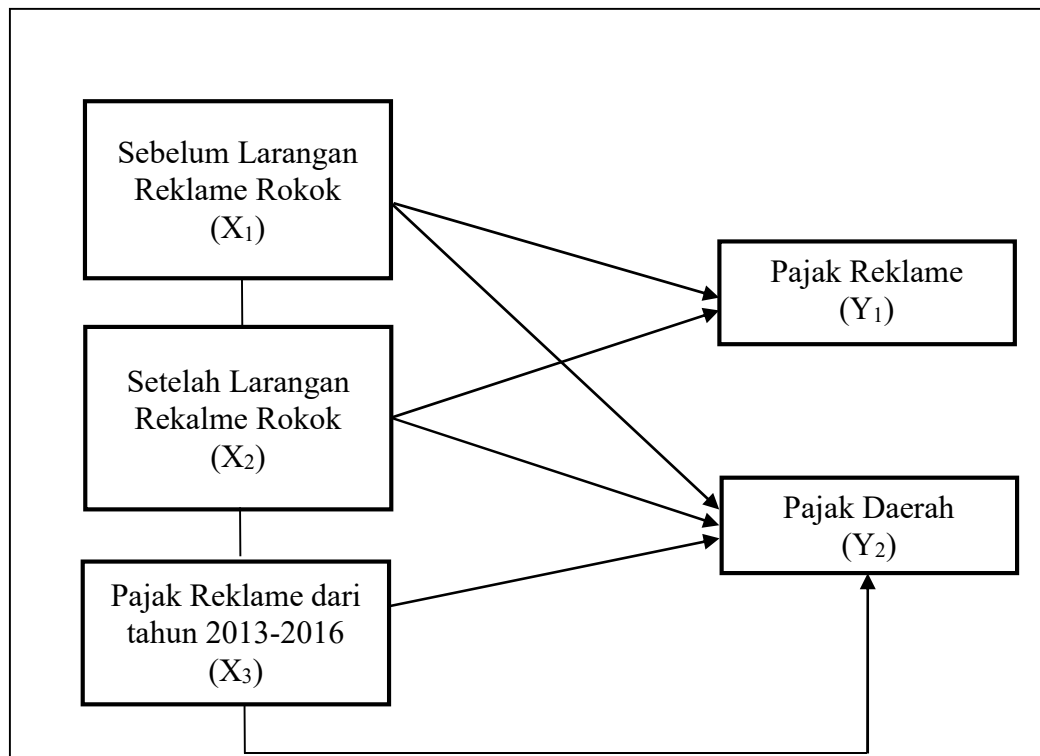
#### **2.5. Kerangka Konseptual Penelitian**

Pajak reklame merupakan pajak daerah yang pengelolaan dan penerimaannya diserahkan kepada pemerintah daerah Kabupaten atau Kota sehingga pemerintah daerah yang bersangkutan dapat memanfaatkan hasil penerimaan pajak tersebut untuk membiayai pembangunan daerahnya masing-masing. Oleh karena itu pemerintah daerah senantiasa berusaha menggali faktor-faktor yang dapat meningkatkan penerimaan pajak reklame di daerahnya dan memperbaiki regulasi-regulasi yang membantu dalam peningkatan pendapatan pajak.

Akan tetapi dalam upaya meningkatkan penerimaan pajak pemerintah juga tetap memperhatikan kepentingan masyarakat, karena pada dasarnya pendapatan pajak ini akan digunakan untuk kepentingan masyarakat. Semua peraturan atau kebijakan tidak boleh bertentangan dengan kepentingan masyarakat. Pemerintah daerah harus bisa menyeleksi reklame-reklame yang diperbolehkan dan yang tidak diperbolehkan.

Dengan berlakunya larangan penyelenggaraan reklame rokok dan produk tembakau di media luar akan mengakibatkan menurunnya penerimaan pajak reklame. Hal ini akan sangat mempengaruhi pada penerimaan pajak daerah yang merupakan sumber dari Pendapatan Asli Daerah.

Secara garis besar maka skema kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1

Keterangan:

Sebelum Larangan Reklame Rokok

: Variabel Bebas (X<sub>1</sub>)

Setelah Larangan Reklame Rokok

: Variabel Bebas (X<sub>2</sub>)

Pajak Reklame tahun 2013 sampai 2016

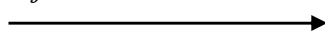
: Variabel Bebas (X<sub>3</sub>)

*Pajak Reklame*

: Variabel Terikat (Y<sub>1</sub>)

*Pajak Daerah*

: Variabel Terikat (Y<sub>2</sub>)



: Arah Pengaruh antar variabel yang diteliti