

EFEKTIFITAS PAJAK REKLAME TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN ASLI DAERAH DI KOTA SURAKARTA

Oleh:

ENY KUSTIYAH & SURYANI
Universitas Islam Batik Surakarta

Pajak daerah merupakan sumber pendapatan daerah yang mempunyai kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah adalah Pajak Reklame. Promosi dalam bentuk reklame merupakan satu alat media untuk menyampaikan pesan kepada konsumen. Pemungutan pajak reklame dapat dilihat dari beberapa indikator, salah satunya adalah taraf pencapaian target atau tujuan dan pengaruhnya terhadap Pendapatan Asli Daerah. Tingkat pencapaian atau realisasi atas target atau tujuan yang telah ditentukan sebelumnya merupakan hal utama yang menunjukkan sebuah program terlaksana secara efektif atau tidak. Tujuan penelitian ini adalah untuk: 1) mengetahui efektivitas pemungutan Pajak Reklame di Kota Surakarta dari tahun 2004 sampai dengan tahun 2008; 2) mengkaji lebih dalam hasil-hasil pelaksanaan pemungutan Pajak Reklame yang dilakukan oleh DPPKA Kota Surakarta.

Hipotesis yang diajukan adalah: 1) Pemungutan Pajak Reklame di Kota Surakarta sudah efektif; 2) Pemungutan Pajak Reklame dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Surakarta. Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi, yaitu pengumpulan data-data hasil pemungutan Pajak Reklame yang dilakukan DPPKA Kota Surakarta selama kurun waktu 5 (lima) tahun dari tahun 2004 sampai dengan tahun 2008.

Analisis data yang digunakan adalah: 1) Analisis Rasio Hasil Guna (*Effectiveness*); 2) Analisis Kontribusi Pajak Reklame terhadap PAD; 3) Laju Pertumbuhan Pajak Reklame. Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa: 1) pemungutan pajak reklame yang telah dilakukan oleh DPPKA Kota Surakarta dalam tahun anggaran 2004 sampai dengan tahun anggaran 2008 sudah berjalan cukup efektif. Hal ini berarti hipotesis yang diajukan yaitu pemungutan pajak reklame di Kota Surakarta sudah efektif, terbukti atau dapat diterima; 2) pajak reklame memberikan kontribusi terhadap peningkatan PAD. Hal ini berarti hipotesis yang diajukan yaitu pemungutan pajak reklame dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surakarta terbukti atau dapat diterima.

Berdasarkan kesimpulan tersebut peneliti memberikan saran sebagai berikut: 1) memberikan informasi tentang tata cara pengurusan reklame; 2) peningkatan sumber daya manusia dengan mengadakan pendidikan dan pelatihan-pelatihan serta membekali petugas dengan pengetahuan yang cukup sesuai dengan bidang tugasnya; 3) terus diadakan pembinaan dan pengawasan terhadap petugas yang terlibat langsung dalam pelaksanaan pemungutan pajak reklame; 4) adanya sanksi yang tegas dengan penurunan dan pembongkaran reklame yang tak berijin.

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

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kebijakan Pemerintahan Kota dengan adanya wewenang mengelola daerahnya sendiri serta berlakunya Undang-Undang No. 22 Tahun 1999 tentang Pemerintah Daerah dan Undang-Undang No. 25 Tahun 1999 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah membawa dampak yang positif bagi daerah Kabupaten/Kota untuk mengoptimalkan potensi yang ada di daerah masing-masing untuk penyelenggaraan otonomi daerah. Hal ini karena masih banyak daerah-daerah kabupaten/kota yang belum sepenuhnya menyadari potensi yang ada di daerahnya masing-masing sehingga kurang memperhatikan pengembangan terhadap potensi tersebut. Padahal apabila digali dan dikembangkan secara optimal, potensi-potensi yang ada dapat memberikan kontribusi terhadap pendapatan asli daerah sebagai sumber dana dalam pembangunan daerah yang bersangkutan. Namun kontribusi tersebut tidak selalu bersifat positif karena optimalisasi potensi daerah yang dilakukan bersifat fluktuatif, dalam arti dapat meningkatkan atau bahkan menurunkan tingkat pendapatan asli daerah. Indikator keberhasilan optimalisasi potensi tersebut adalah realisasi penerimaan pendapatan asli daerah yang lebih besar dari target yang telah ditetapkan untuk setiap tahun anggaran. Contoh nyata, Kota Solo yang dahulu terkenal sebagai salah satu pusat kerajinan batik dan kebudayaan Jawa sebelumnya kurang tergali potensinya, bahkan kerajinan batik tradisional yang ada kalah bersaing dengan bahan-bahan tekstil buatan pabrik. Namun sekarang, Pemerintahan Kota Surakarta yang menyadari besarnya potensi dari kebudayaan Jawa dan kerajinan batik tersebut mulai membenahi dan mengangkat kembali citra Solo sebagai kota wisata budaya dan batik. Optimalisasi potensi tersebut secara

langsung maupun tidak langsung akan berdampak terhadap peningkatan penerimaan pendapatan asli sebagai penunjang pembangunan dan otonomi daerah Kota Surakarta.

Otonomi Daerah yang diwujudkan melalui kerangka desentralisasi, merupakan suatu kebijakan strategis untuk mengembangkan konsensus dalam hubungan pusat daerah di negara-negara yang telah menjadi negara demokratis. Desentralisasi biasanya merupakan suatu kebijakan nasional yang didukung oleh perangkat hukum dan kemudian diterapkan pada sistem politik untuk memperkuat pemerintah daerah. Salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan pelaksanaan Otonomi Daerah adalah keuangan yang baik yaitu kemampuan daerah untuk membiayai pelaksanaan urusan rumah tangganya dengan sumber dana yang digali dari daerah sendiri. Dalam rangka menunjang dana bagi pembiayaan pembangunan di Kota Surakarta maka perlu digali potensi yang ada untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah sebagai indikator kemampuan daerah dalam menyelenggarakan Otonomi Daerah tersebut.

Pelaksanaan Otonomi Daerah yang luas, nyata dan bertanggung jawab yaitu mampu mengatur dan mengurus rumah tangganya sendiri, Pajak Daerah dan Retribusi Daerah merupakan penerimaan terbesar yang mampu memberikan sumbangan terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Surakarta.

Sumber-sumber pendapatan daerah menurut Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 terdiri dari : 1) Pendapatan Asli Daerah, yaitu: a) hasil pajak daerah; b) hasil retribusi daerah; c) hasil perusahaan milik daerah dan hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan; d) Lain-lain pendapatan asli daerah yang sah; 2) Dana Perimbangan; 3) Pinjaman Daerah; 4) Lain-lain Pendapatan Daerah yang sah (Undang-Undang No: 22, 1999; 42).

Berdasarkan keterangan tersebut di atas salah satu Pajak Daerah yang mampu menjadi andalan dalam memberikan kontribusi terhadap PAD adalah Pajak Reklame, karena seiring dengan pesatnya pembangunan dan perekonomian di Kota Surakarta tentunya tidak lepas dari peran reklame sebagai salah satu sarana promosi.

Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk, susunan dan corak ragamnya untuk tujuan komersial yang dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan dan memujikan suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau yang dapat dilihat, dibaca dan atau didengar dari suatu tempat oleh umum. Kecuali yang dilakukan oleh pemerintah (Perda Kota Surakarta No. 5 Tahun 1999 Tentang Pajak Reklame).

Maka Kota Surakarta dalam hal ini Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Kota Surakarta untuk pelaksanaan pungutan Pajak Reklame tersebut berdasarkan Peraturan Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Surakarta Nomor 5 Tahun 1999 tentang Pajak Reklame yang ditindaklanjuti dengan Keputusan Walikota Surakarta Nomor 7 Tahun 2002 tentang Perubahan Keputusan Walikota Nomor 03/DRT/1999 tentang Pedoman Pelaksanaan Reklame.

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka dalam tulisan ini akan membahas dan menganalisis mengenai efektivitas pungutan Pajak Reklame dalam kontribusinya memberikan tambahan bagi Pendapatan Asli Daerah Pemerintah Kota Surakarta dalam hal ini Dipenda Kota Surakarta yang meskipun terjadi fluktuasi yaitu mengalami penurunan atau peningkatan namun masih tetap mampu melebihi target yang ditetapkan.

Banyak faktor yang mempengaruhi efektivitas tidaknya pemungutan Pajak Reklame di Kota Surakarta. Faktor tersebut antara lain adalah pengetahuan masyarakat akan Pajak Reklame dan tingkat kesadaran

para Wajib Pajak untuk memenuhi kewajibannya.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah pelaksanaan pemungutan Pajak Reklame di Kota Surakarta sudah efektif?
2. Apakah pemungutan Pajak Reklame dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Surakarta?

C. Pembatasan Masalah

Salah satu pajak daerah yang mampu menjadi andalan dalam memberikan kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah adalah Pajak Reklame, karena seiring dengan pesatnya pembangunan dan perekonomian di Kota Surakarta tentunya tidak lepas dari peran reklame sebagai salah satu sarana promosi. Efektif atau tidaknya pemungutan pajak reklame dapat dilihat dari beberapa indikator, salah satunya adalah taraf pencapaian target atau tujuan dan pengaruhnya terhadap Pendapatan Asli Daerah. Tingkat pencapaian atau realisasi atas target atau tujuan yang telah ditentukan sebelumnya merupakan hal utama yang menunjukkan sebuah program terlaksana secara efektif atau tidak. Fokus penelitian ini dibatasi pada efektifitas pemungutan pajak reklame dalam kaitannya dengan upaya peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surakarta. Adanya pembatasan ini diharapkan dapat menjadi pedoman yang mengarah dalam pengumpulan data.

D. Tujuan Penelitian

Penelitian yang Peneliti lakukan di DPPKA Kota Surakarta mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui efektivitas pemungutan Pajak Reklame di Kota Surakarta dari tahun 2004 sampai dengan tahun 2008.

2. Mengkaji lebih dalam hasil-hasil pelaksanaan pemungutan Pajak Reklame yang dilakukan oleh DPPKA Kota Surakarta.

E. Manfaat Penelitian

1. Memperoleh informasi dari pihak-pihak yang terkait dengan Pajak Reklame di Kota Surakarta dan diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan yang bermanfaat untuk pelaksanaan lebih lanjut.
2. Memberikan sumbangan pemikiran yang berguna bagi pihak yang berkepentingan.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame

1. Pengertian Efektivitas

Definisi tentang efektivitas umumnya berada pada penafsiran tentang keberdayagunaan atau taraf tercapainya sesuatu, baik itu sebuah program, peralatan atau bahkan sebuah kebijakan. Efektivitas merupakan pencapaian tujuan secara tepat atau memilih tujuan-tujuan yang tepat dari serangkaian alternatif atau pilihan cara dan menentukan pilihan dari beberapa pilihan lainnya. Efektifitas bisa juga diartikan sebagai pengukuran keberhasilan dalam pencapaian tujuan-tujuan yang telah ditentukan. Sebagai contoh jika sebuah tugas dapat selesai dengan pemilihan cara-cara yang sudah ditentukan, maka cara tersebut adalah benar atau efektif (Amin, 2008: 17).

Menurut Handyaningrat (2006), efektivitas didefinisikan sebagai taraf sejauhmana tercapainya sasaran atau tujuan yang telah ditentukan mempunyai efek atau pengaruh yang besar. Efektivitas juga diartikan sebagai kemampuan dari suatu lembaga atau program dalam menunjukkan pelaksanaan program sesuai dengan perencanaan dan pencapaian tujuan kegiatan.

Berkaitan dengan masalah perpajakan, menurut Devas (Amin, 2008: 18) efektivitas pajak (*tax effectiveness*) mengukur hubungan antara hasil pungutan suatu pajak dengan potensi dari pajak tersebut. Efektivitas atau hasil guna pajak merupakan perbandingan antara hasil pemungutan (realisasi) dengan potensi pajak itu sendiri. Dengan demikian efektivitas pajak adalah realisasi penerimaan pajak berbanding dengan potensi penerimaan pajak (pencapaian hasil).

Salah satu dasar atau kunci dari terselenggaranya administrasi perpajakan yang efisien dan efektif adalah adanya informasi yang lengkap dan dapat dipertanggungjawabkan, di samping dasar lainnya antara kejelasan dan kesederhanaan dari ketentuan undang-undang, reformasi dalam bidang perpajakan yang mempertimbangkan kemudahan tercapainya efisiensi dan efektivitas administrasi perpajakan.

2. Pengertian Pajak

Pengertian pajak pada umumnya adalah iuran rakyat pada negara yang dapat dipaksakan tanpa mendapatkan balas jasa secara langsung berdasarkan undang-undang yang berlaku.

Banyak ahli yang memberikan pengertian atau definisi mengenai pajak seperti tersebut di bawah ini :

- a. Rochmat Soemitro
"Pajak ialah iuran rakyat kepada Kas Negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal balik (kontra prestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum".
- b. Soeparman Soemahamidjaja
"Pajak adalah iuran wajib, berupa uang atau barang, yang dipungut oleh Penguasa

berdasarkan norma-norma hukum guna menutup biaya produksi barang-barang dan jasa kolektif dalam mencapai kesejahteraan umum”.

c. N.J. Feldmann

“Pajak adalah prestasi yang dipaksakan sepihak oleh dari terhutang kepada Penguasa (menurut norma-norma yang ditetapkan secara umum), tanpa adanya kontra prestasi dan semata-mata digunakan menutup pengeluaran-pengeluaran umum”.

d. M.J.H.Smeets

“Pajak adalah prestasi kepada Pemerintah yang terutang melalui norma-norma umum, dan yang dapat dipaksakannya, tanpa adanya kontra prestasi yang dapat ditunjukkan dalam hal yang individual; maksudnya adalah untuk membiayai pengeluaran Pemerintah”.

Dari 4 pengertian pajak di atas, dapat disimpulkan bahwa ada lima unsur yang melekat pada pengertian pajak yaitu :

- 1) Pembayaran pajak harus berdasarkan undang-undang ;
- 2) Sifatnya dapat dipaksakan ;
- 3) Tidak ada kontra prestasi (imbalan), yang langsung dapat dirasakan oleh si pembayar pajak ;
- 4) Pemungutan pajak dilakukan oleh negara baik oleh pemerintah pusat maupun daerah (tidak boleh dipungut oleh swasta) ;
- 5) Pajak digunakan untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran pemerintah (rutin dan pembangunan) bagi kepentingan masyarakat umum.

3. Jenis-jenis Pajak

a. Menurut golongannya

Jenis-jenis pajak menurut golongannya dapat dibagi dua yaitu (Munawir, 2000: 10):

- 1) Pajak Langsung adalah pajak-pajak yang bebannya harus dipikul sendiri oleh Wajib Pajak dan tidak boleh dilimpahkan kepada orang lain serta dikenakan secara berulang-ulang pada waktu-waktu tertentu, misalnya Pajak Penghasilan.
- 2) Pajak Tidak Langsung adalah pajak yang bebannya dapat dilimpahkan kepada orang lain dan hanya dikenakan pada hal - hal tertentu atau peristiwa-peristiwa tertentu saja, misalnya Pajak Pertambahan Nilai.

b. Menurut sifatnya

Menurut sifatnya jenis-jenis pajak dapat dibagi dua yaitu (Munawir, 2000: 11):

- 1) Pajak subjektif adalah jenis pajak yang dikenakan dengan pertama-tama memperhatikan keadaan pribadi Wajib Pajak (subyeknya). Setelah diketahui keadaan subyeknya barulah diperhatikan keadaan obyektifnya apakah dapat dikenakan pajak atau tidak, misalnya Pajak Penghasilan.
- 2) Pajak objektif adalah pajak yang dikenakan dengan pertama-tama memperhatikan / melihat obyeknya, baik berupa keadaan perbuatan atau peristiwa yang menyebabkan timbulnya kewajiban membayar pajak, setelah diketahui obyeknya barulah dicari subyeknya yang mempunyai hubungan hukum dengan obyek yang telah diketahui, misalnya Pajak Pertambahan Nilai.

c. Menurut lembaga pemungutnya

Menurut lembaga yang memungut atau kewenangan memungut, pajak dapat dibedakan menjadi dua yaitu (Munawir, 2000: 11):

- 1) Pajak pusat adalah jenis pajak yang dipungut oleh Pemerintah Pusat yang penyelenggaraanya dilaksanakan oleh Departemen Keuangan dan hasilnya digunakan untuk pembiayaan rumah tangga negara pada umumnya.
- 2) Pajak daerah adalah jenis pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah berdasarkan Peraturan Daerah masing-masing dan hasil pungutannya digunakan untuk pembiayaan rumah tangga daerah masing-masing.

4. Dasar Hukum Pajak

Sebagai dasar hukum pajak sebagaimana tersebut dalam Pasal 23 ayat 2 Undang-Undang Dasar 1945 yang menyatakan bahwa "Segala pungutan pajak harus berdasarkan undang-undang".

Pasal ini secara konstitusional merupakan dasar dari sistem pemungutan pajak di Indonesia, sehingga pemungutan pajak di Indonesia mempunyai dasar hukum yang menjamin keadilan dan kepastian hukum bagi negara maupun warganya.

5. Syarat Pemungutan Pajak

Pemungutan pajak agar tidak menimbulkan berbagai hambatan maka dalam pemungutannya harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut :

- a. Pemungutan pajak harus adil
Adil dalam pemungutan pajak berarti dalam pelaksanaannya diselenggarakan secara umum dan merata, yaitu diselenggarakan sedemikian rupa sehingga setiap orang

mendapat beban atau tekanan yang sama.

- b. Pemungutan pajak harus berdasarkan undang-undang
Syarat ini disebut syarat yuridis, yaitu bahwa hukum pajak harus dapat memberikan jaminan atau kepastian hukum baik bagi negara maupun bagi warganya.
- c. Pemungutan pajak tidak boleh mengganggu kelancaran roda perekonomian
Pemungutan pajak harus diusahakan supaya tidak menghambat lancarnya perekonomian, baik dibidang produksi maupun perdagangan, dan jangan sampai merugikan kepentingan umum dan menghalangi usaha rakyat dalam menuju kebahagiaan.
- d. Pemungutan pajak harus dilakukan secara efisien
Pelaksanaan pemungutan pajak hendaknya tidak memakan biaya pemungutan yang besar dan pemungutan pajak hendaknya dapat mencegah inflasi.
- e. Sistem pemungutan pajak harus sederhana
Pencapaian efisiensi pemungutan pajak serta untuk memudahkan warga masyarakat untuk menghitung dan memperhitungkan pajaknya maka harus diterapkan sistem pemungutan yang sederhana dan mudah dilaksanakan sehingga masyarakat tidak terganggu dengan permasalahan pajak yang sulit. Sistem pemungutan pajak yang sederhana dan mudah dilaksanakan akan meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar pajak (Munawir, 2000: 9).

6. Yurisdiksi Pemungutan Pajak

Yurisdiksi pemungutan pajak merupakan salah satu cara pemungutan pajak yang didasarkan

pada tempat tinggal seseorang atau berdasarkan kebangsaan seseorang atau berdasarkan sumber dimana penghasilan diperoleh. Yurisdiksi yang dimaksud adalah batas kewenangan yang dapat dilakukan oleh suatu negara dalam memungut pajak terhadap warga negaranya, agar pemungutannya tidak menjadi berulang-ulang yang bisa memberatkan orang yang dikenakan pajak. Pemungutan pajak dilakukan berdasarkan tiga asas (Munawir, 2000: 15), yaitu:

- a. **Asas Tempat Tinggal**
Adalah suatu asas pemungutan pajak berdasarkan tempat tinggal atau domisili seseorang. Suatu negara hanya dapat memungut pajak terhadap semua orang yang bertempat tinggal atau berdomisili di negara yang bersangkutan atas seluruh penghasilan dimanapun diperoleh, tanpa memperhatikan apakah orang yang bertempat tinggal tersebut warga negaranya atau warga negara asing.
- b. **Asas Kebangsaan**
Adalah suatu asas pemungutan pajak yang didasarkan pada kebangsaan suatu negara. Suatu negara akan memungut pajak kepada setiap orang yang mempunyai kebangsaan atas negara yang bersangkutan sekalipun orang tersebut tidak bertempat tinggal di negara yang bersangkutan. Misalnya, Negara A akan memungut pajak terhadap semua orang yang berkebangsaan Negara A sekalipun orang tersebut tidak bertempat tinggal di Negara A.
- e. **Asas Sumber**
Adalah suatu asas pemungutan pajak yang didasarkan pada sumber atau tempat penghasilan berada. Apabila suatu sumber penghasilan berada di suatu

negara maka negara tersebut berhak memungut pajak kepada setiap orang yang memperoleh penghasilan dari tempat atau sumber penghasilan tersebut berada.

7. Sistem Pemungutan Pajak

Pada dasarnya ada 4 (empat) pemungutan pajak yaitu :

a. *Official Assesment System*

Yaitu suatu sistem pemungutan pajak dimana wewenang untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh seseorang berada pada pemungut pajak (*fiscus*). Dalam sistem ini Wajib Pajak bersifat menunggu ketetapan dari aparaturnya atau pemungut pajak.

b. *Semi Self Assesment System*

Yaitu suatu sistem pemungutan pajak dimana wewenang untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh seseorang berada pada dua pihak yaitu Wajib Pajak dan pemungut pajak. Dengan sistem ini, pada awal tahun pajak, Wajib Pajak menentukan atau menaksir sendiri besarnya pajak yang akan terutang untuk tahun berjalan. Berdasarkan taksiran tersebut Wajib Pajak menyeter pajak.

c. *Full Self Assesment System*

Yaitu suatu sistem pemungutan pajak dimana wewenang untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh seseorang berada pada orang itu sendiri. Dalam sistem ini Wajib Pajak harus aktif menghitung, memperhitungkan, menyeter dan melaporkan sendiri pajaknya. *Fiscus* tidak turut campur tangan dalam penentuan besarnya pajak terutang.

d. *With Holding System*

Yaitu suatu sistem pemungutan pajak dimana wewenang untuk menentukan besarnya pajak

yang terutang oleh seseorang
berada pada pihak ketiga.

8. Pengertian Pajak Reklame

Pajak Reklame adalah merupakan satu pendapatan daerah yang cukup potensial sebagai sumber pembiayaan untuk menunjang penyelenggaraan Pemerintahan dan Pembangunan Daerah.

Pajak Reklame yang selanjutnya disebut pajak adalah iuran wajib yang dilakukan oleh pribadi atau badan kepada daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang atas penyelenggaraan reklame. Yang dimaksud reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk susunan dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan dan memujikan suatu barang, jasa atau orang, ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau yang dapat dilihat, dibaca dan / atau didengar dari suatu tempat oleh umum, kecuali yang dilakukan oleh Pemerintah.

9. Dasar Hukum Pemungutan Pajak Reklame

Dasar hukum atas pemungutan Pajak Reklame adalah Peraturan Daerah Nomor 5 Tahun 1999 tentang Pajak Reklame yang ditindaklanjuti dengan Keputusan Walikota Surakarta Nomor 4 Tahun 2001 tentang Pedoman Pelaksanaan Reklame dan Perubahan Keputusan Walikota Surakarta Nomor 7 Tahun 2002 tentang Pedoman Pelaksanaan Reklame.

10. Objek dan Subjek Pajak Reklame

Obyek Pajak Reklame adalah semua penyelenggaraan reklame. Penyelenggaraan reklame sebagaimana dimaksud adalah meliputi :

a. Reklame papan / *billboard*,
megatron

Reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kayu, kertas, plastik, *fibre glass*, kaca, logam, alat penyinar atau bahan lain yang sejenis yang berbentuk lampu pijar atau alat lain yang bersinar yang dipasang pada tempat yang disediakan (berdiri sendiri) atau dengan cara digantungkan atau ditempelkan.

b. Reklame kain

Reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain, plastik, karet atau bahan lain sejenis dengan itu.

c. Reklame melekat (stiker)

Reklame yang berbentuk lembaran lepas diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan atau dapat diminta untuk ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda milik pribadi lain dengan ketentuan luasnya tidak lebih dari 200 m² perlembar.

d. Reklame selebaran

Reklame yang berbentuk lembaran lepas diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda lain.

e. Reklame berjalan, termasuk pada kendaraan

Reklame yang diselenggarakan dengan cara membawa reklame berkeliling oleh orang berjalan kaki atau ditempelkan pada kendaraan yang digerakkan oleh tenaga hewan atau tenaga mekanik.

f. Reklame udara

Reklame yang diselenggarakan diudara dengan menggunakan gas, pesawat atau alat lain yang sejenis.

g. Reklame suara

Reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata

yang diucapkan atau suara yang ditimbulkan dan atau oleh perantara alat atau pesawat apapun.

- h. Reklame peragaan
Reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara.
- i. Reklame film/*slide*.
Reklame yang diselenggarakan dengan cara menggunakan klise berupa kaca atau film, ataupun bahan-bahan lain yang sejenis sebagai alat untuk diproyeksikan dan atau diperagakan pada layar atau benda lain atau dipancarkan dan atau diperagakan melalui pesawat televisi.

Pengecualian dari obyek pajak adalah penyelenggaraan reklame melalui televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan dan yang sejenisnya.

Subjek Pajak Reklame adalah orang atau badan yang menyelenggarakan atau memesan reklame. Sedangkan yang dimaksud Wajib Pajak adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame.

F. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul (Arikunto, 2006; 71). Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Pemungutan Pajak Reklame di Kota Surakarta sudah efektif.
2. Pemungutan Pajak Reklame dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Surakarta.

Metode Penelitian

A. Jenis dan Lokasi Penelitian

Berdasarkan sifat analisisnya, jenis penelitian ini adalah penelitian penjelasan (*explanatory research*) yang bertujuan menjelaskan hubungan kausal

(sebab-akibat) antara variabel-variabel yang ada. Penelitian ini dilakukan dengan melakukan analisis terhadap data-data hasil pemungutan Pajak Reklame yang dilakukan Pemerintah Kota Surakarta dalam kaitannya dengan peningkatan pendapatan Asli Daerah.

Persiapan penelitian diawali dengan menentukan lokasi yang akan dijadikan tempat penelitian. Penelitian ini dilaksanakan di Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Kota (DPPKA) Kota Surakarta.

B. Sumber Data

Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya dalam hal ini dari Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Kota (DPPKA) Kota Surakarta yaitu dengan melakukan observasi dan wawancara.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang berasal dan yang diperoleh dari catatan dan dokumen-dokumen yang berada di perusahaan, buku-buku kepustakaan, literatur dan sumber lain.

Sumber data utama dalam penelitian ini diperoleh dari data sekunder, yaitu data-data hasil pemungutan Pajak Reklame yang dilakukan DPPKA Kota Surakarta dengan mengambil data selama kurun waktu 5 (lima) tahun yaitu tahun 2004 – 2008.

C. Jenis Data

1. Data Kualitatif

Data kualitatif yaitu data yang tidak dihitung atau diukur secara langsung, berdasarkan data kuantitatif terutama faktor-faktor yang melatar belakangi dan menggunakan teori-teori sebagai pengambilan kesimpulan serta untuk membandingkan kenyataan.

2. Data kuantitatif

Data kuantitatif yaitu analisis pengolahan data dengan menggunakan data hasil pemungutan pajak reklame yang dilakukan Pemerintah Kota dalam hal ini DPPKA Kota Surakarta.

D. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan metode penelitian yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual dengan menggunakan seluruh indrawi (Arikunto, 2006: 229). Teknis pengumpulan data dengan cara mengadakan pengamatan dan penelitian secara langsung terhadap objek yang diteliti.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan secara lisan kepada pimpinan maupun karyawan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah segala keterangan berupa data-data, laporan dan catatan yang berhubungan dengan masalah penyelidikan.

Metode pengumpulan data yang utama dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi berupa data-data hasil pemungutan Pajak Reklame yang dilakukan DPPKA Kota Surakarta selama kurun waktu 5 (lima) tahun dari tahun 2004 sampai dengan tahun 2008 didukung oleh observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti berkaitan dengan masalah penelitian.

E. Definisi Operasional Variabel

1. Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame

Efektivitas pemungutan pajak reklame adalah realisasi penerimaan hasil pemungutan Pajak Reklame yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Surakarta dalam hal ini Dinas

Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Kota Surakarta berbanding dengan potensi penerimaan pajak (pencapaian hasil).

2. Upaya Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Upaya peningkatan pendapatan asli daerah (PAD) adalah usaha-usaha yang dilakukan untuk menambah penerimaan atau pendapatan yang diperoleh daerah dari sumber-sumber pendapatan di dalam wilayahnya sendiri.

F. Analisis Data

Untuk menganalisis data yang diperoleh dari Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Kota Surakarta diperlukan data yang tepat. Adapun data-data yang diperoleh akan diuji dengan:

1. Analisis Rasio Hasil Guna (*Effectiveness*)

Analisis Rasio Hasil Guna (*Effectiveness*) digunakan untuk mengukur antara hasil pungut suatu pajak dan potensi pajak itu dengan anggapan semua Wajib Pajak membayar pajaknya (Halim, 2001; 33). Analisis ini digunakan untuk menghitung atau mengetahui tingkat efektifitas pajak reklame dilihat dari perbandingan antara hasil pemungutan pajak reklame dengan potensi pajak reklame. Apabila hasil perhitungan efektifitas penerimaan pajak reklame lebih besar atau sama dengan 100%, maka pemungutan pajak reklame dianggap efektif, sebaliknya bila hasilnya kurang dari 100% maka pemungutan pajak reklame dianggap kurang efektif. Adapun rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Rasio Hasil Guna} = \frac{\text{Realisasi Penerimaan Pajak Reklame}}{\text{Target Penerimaan Pajak Reklame}}$$

2. Analisis Kontribusi Pajak Reklame terhadap PAD

Analisis ini dipergunakan untuk mengukur seberapa besar sumbangan atau peranan dari penerimaan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Surakarta. Adapun rumusnya sebagai berikut (Halim, 2001; 39):

$$100 \% \frac{X}{Y} \times 100 \% \text{ dan } \frac{X}{Z} \times 100 \%$$

Keterangan :

X : Realisasi Penerimaan Pajak Reklame

Y : Realisasi Penerimaan Pajak

Z : Realisasi Penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD)

3. Laju Pertumbuhan Pajak Reklame

Menghitung pertumbuhan dan penerimaan pajak reklame digunakan dengan rumus sebagai berikut (Halim, 2001;35):

$$G_x = \frac{X_t - X(t-1)}{X(t-1)} \times 100 \%$$

Keterangan :

G_x : Laju Pertumbuhan Pajak Reklame per tahun

X_t : Realisasi Pajak Reklame pada tahun tertentu

$X(t-1)$: Realisasi penerimaan Pajak Reklame pada tahun sebelumnya

HASIL PENELITIAN

1. Efektifitas pajak reklame Kota Surakarta dalam tahun anggaran 2004 hingga tahun anggaran 2008 bersifat fluktuatif, yaitu mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2004 hingga tahun 2005 efektifitas pajak reklame terus mengalami peningkatan yaitu tahun 2004 sebesar 100,8% dan tahun 2005 meningkat menjadi 101,7%. Namun pada tahun 2006 mengalami penurunan yaitu sebesar

96,7%. Penurunan ini disebabkan adanya krisis moneter yang mendorong para pelaku bisnis sedikit mengurangi biaya promosi terutama pemasangan reklame. Kemudian pada tahun 2007 kembali mengalami kenaikan menjadi sebesar 100,8% dan pada tahun 2008 mengalami kenaikan yang lebih tinggi yaitu sebesar 102,2%. Kenaikan efektifitas pajak reklame ini disebabkan oleh semakin membaiknya kondisi perekonomian di Kota Surakarta yang mendorong para pelaku bisnis terus berupaya memasarkan dan mempromosikan produknya melalui reklame-reklame yang berimbas pada meningkatnya efektifitas pajak reklame. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan pemungutan pajak reklame di Kota Surakarta pada tahun anggaran 2004 hingga tahun anggaran 2008 sudah cukup efektif, terbukti dengan hasil dari Analisis Ratio Hasil Guna (*Effectiveness*) dari pajak reklame setiap tahunnya mampu melebihi dari 100%, yaitu rata-rata tiap tahunnya 100,4 %.

2. Kontribusi pajak reklame terhadap PAD Kota Surakarta dari tahun anggaran 2004 hingga tahun anggaran 2008 bersifat fluktuatif dalam arti mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2004 hingga tahun 2006 kontribusi pajak reklame terhadap PAD terus mengalami peningkatan yaitu tahun 2004 sebesar 3,4%, tahun 2005 sebesar 3,5%, dan tahun 2006 sebesar 4,5%. Peningkatan kontribusi pajak reklame terhadap PAD Kota Surakarta tersebut disebabkan oleh banyak faktor diantaranya adalah peran aktif Wajib Pajak dalam memenuhi kewajibannya serta kerja keras dari segenap aparat DPPKA Kota Surakarta dalam melaksanakan intensifikasi pemungutan pajak reklame. Namun pada tahun 2007 hingga tahun 2008, kontribusi pajak reklame mengalami penurunan yang cukup berarti yaitu tahun 2007 sebesar 3,8% dan tahun 2008 sebesar 0,3%. Penurunan ini disebabkan oleh banyak faktor, diantaranya adalah lemahnya pengawasan terhadap

- pemasangan reklame-reklame yang telah melewati batas waktu perijinan maupun reklame yang tak berijin serta kurangnya pengawasan terhadap petugas yang terlibat langsung dalam pemungutan pajak reklame. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kontribusi pajak reklame terhadap PAD Kota Surakarta bersifat fluktuatif, dalam arti mengalami kenaikan dan penurunan. Secara keseluruhan kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surakarta dalam tahun anggaran 2004 hingga tahun anggaran 2008 rata-rata sebesar 3,1%.
3. Pada tahun 2004 laju pertumbuhan pajak reklame sebesar 11,70%, tahun 2005 sebesar 15,04%, tahun 2006 mengalami kenaikan yang cukup tinggi yaitu sebesar 54,35%. Kenaikan atau peningkatan laju pertumbuhan pajak reklame ini disebabkan oleh terus meningkatnya kondisi perekonomian di Kota Surakarta. Namun pada tahun 2007 mengalami penurunan yang cukup berarti yaitu -38,5%. Adanya penurunan ini dikarenakan oleh banyak faktor, salah satunya adalah dampak dari krisis moneter yang mengakibatkan lesunya perekonomian di Indonesia, sehingga para pelaku bisnis sedikit mengurangi biaya promosi terutama pemasangan reklame yang tentunya akan berimbas pada laju pertumbuhan pajak reklame. Namun hal ini tidak berlangsung lama karena pada tahun 2008 laju pertumbuhan pajak reklame kembali mengalami peningkatan sebesar 25,03%. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa laju atau tingkat pertumbuhan Pajak Reklame di Kota Surakarta bersifat fluktuatif, dalam arti mengalami kenaikan dan penurunan. Rata-rata laju atau tingkat pertumbuhan Pajak Reklame di Kota Surakarta dalam tahun anggaran 2004 sampai dengan tahun anggaran 2008 sebesar 13,5 %.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pemungutan pajak reklame yang telah dilakukan oleh DPPKA Kota Surakarta dalam tahun anggaran 2004 sampai dengan tahun anggaran 2008 sudah berjalan efektif, walaupun sifatnya fluktuatif. Hal ini berarti hipotesis yang diajukan yaitu pemungutan pajak reklame di Kota Surakarta sudah efektif, terbukti atau dapat diterima.
2. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pajak reklame memberikan kontribusi terhadap peningkatan PAD. Hal ini berarti hipotesis yang diajukan yaitu pemungutan pajak reklame dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surakarta terbukti atau dapat diterima.

B. Saran

Berdasarkan hasil usaha yang telah dilakukan DPPKA Kota Surakarta sebagai pelaksana dan penanggungjawab atas pelaksanaan pemungutan pajak reklame, maka perlu terus dilakukan usaha-usaha untuk meningkatkan efektifitas pajak reklame secara terus menerus dan berkesinambungan, dengan cara antara lain:

1. Memberikan informasi tentang tata cara pengurusan reklame.
2. Peningkatan sumber daya manusia dengan mengadakan pendidikan dan pelatihan-pelatihan serta membekali petugas dengan pengetahuan yang cukup sesuai dengan bidang tugasnya.
3. Terus diadakan pembinaan dan pengawasan terhadap petugas yang terlibat langsung dalam pelaksanaan pemungutan pajak reklame.
4. Adanya sanksi yang tegas dengan penurunan dan pembongkaran reklame yang tak berijin.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, M.J. 2008. Analisis Pelaksanaan Ekstensifikasi Pemberian NPWP Orang Pribadi pada KPP Tebet.

- Skripsi* (tidak diterbitkan). Jakarta: FISIP UI.
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Halim, A. 2001. *Bunga Rampai Manajemen Keuangan Daerah*. Yogyakarta: UPP AMP, YKPB.
- Handyaningrat, S. 2006. *Kajian Efektivitas Loka Bina Karya dalam Penanganan Permasalahan Kesejahteraan Sosial*. Jakarta: Balitbang Kesejahteraan Sosial RI
- Keputusan Walikota Surakarta Nomor 4 Tahun 2001 tentang Pedoman Pelaksanaan Reklame.
- Keputusan Walikota Surakarta Nomor 7 Tahun 2002 tentang Pedoman Pelaksanaan Reklame.
- Keputusan Walikota Surakarta Nomor 24 Tahun 2001 tentang Pedoman Uraian Tugas Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Kota Surakarta.
- Mardiasmo. 2002. *Perpajakan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Munawir, S. 2000. *Perpajakan*. Yogyakarta: BPFE.
- Nitisemito, A.S. 2006. *Manajemen Personalia*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Peraturan Daerah Nomor 5 Tahun 1999 tentang Pajak Reklame
- Siregar, A. 2009. Analisis Tingkat Efektifitas Pajak dan Retribusi Daerah sebagai Pendapatan Asli Daerah Sumatera Utara. *Skripsi* (tidak diterbitkan). Medan: Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara.
- Sudarsono, J. 2002. *Pengantar Ekonomi Perusahaan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Undang – Undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah
- Undang – Undang Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak dan Retribusi Daerah.
- Undang – Undang Nomor 34 Tahun 2000 tentang Perubahan UU No. 18 Tahun 1997 tentang Pajak dan Retribusi Daerah.
- Westra, P. 2003. *Manajemen Pembangunan Daerah*. Jakarta: Ghalia Indonesia.