

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pengertian Pajak Daerah

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 65 Tahun 2001 tentang Pajak Daerah. Pajak Daerah yang selanjutnya disebut pajak merupakan iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan kepada daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang dan dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku serta digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah

2. Jenis Pajak

Adapun jenis pajak yang dikelola oleh Pemerintah Daerah antara lain:

a. Pajak Daerah Tingkat I (Pajak Provinsi)

- 1) Pajak Kendaraan Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor
- 2) Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor
- 3) Pajak Kendaraan Bermotor
- 4) Pajak Air Permukaan
- 5) Pajak Rokok

b. Pajak Daerah Tingkat II (Pajak Kabupaten/Kota)

- 1) Pajak Hotel
- 2) Pajak Hiburan

- 3) Pajak Reklame
- 4) Pajak Restoran
- 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 Pedesaan dan Perkotaan
- 11) Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan

3. Dasar Hukum Pajak Daerah

- a. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
- b. Peraturan Daerah Kabupaten Kulon Progo Nomor 6 Tahun 2011 Tentang Pajak Daerah.

4. Fungsi Pajak

Adapun fungsi pajak terdiri dari:

- a. Fungsi Budgetair

Pajak sebagai sumber dana bagi pemerintah untuk membiayai pengeluaran – pengeluarannya.

- b. Fungsi Mengatur

Pajak sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijaksanaan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi.

5. Pengertian Reklame

Berdasarkan Peraturan Walikota Yogyakarta nomor 9 tahun 1998 tentang Pajak Reklame. Reklame merupakan benda, alat, atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial atau memperkenalkan suatu barang, jasa atau orang ataupun untuk menarik perhatian umum pada 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.

6. Objek Pajak Reklame

Objek Pajak Reklame yaitu semua penyelenggaraan reklame, yang meliputi:

a. Reklame papan/*billboard*

Reklame yang terbuat dari papan, kayu, termasuk seng atau bahan lain yang sejenis, dipasang atau digantung atau dibuat pada bangunan, tembok, dinding, pagar, pohon, tiang, dan sebagainya baik yang bersinar maupun yang disinari.

b. Reklame *megatron/videotron/Large Electronic Display (LED)*

Reklame yang menggunakan layar monitor besar berupa program reklame atau iklan bersinar dengan gambar dan atau tulisan berwarna yang dapat berubah-ubah, terprogram, dan difungsikan dengan listrik.

c. Reklame kain

Reklame yang diselenggarakan menggunakan kain, termasuk kertas, plastik, karet, atau bahan lainnya yang sejenis dengan itu.

d. Reklame melekat/stiker

Reklame yang berbentuk lembaran yang lepas, diselenggarakan dengan cara disembarkan, dipasang atau digantung pada suatu benda dengan ketentuan luasnya tidak lebih dari 200 cm² per lembar.

e. Reklame selebaran

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

f. Reklame berjalan termasuk pada kendaraan

Reklame yang ditempatkan atau ditempelkan di kendaraan yang diselenggarakan dengan menggunakan kendaraan atau dengan cara dibawa oleh orang.

g. Reklame udara

Reklame yang diselenggarakan di udara menggunakan gas, laser, pesawat, atau alat lain yang sejenis.

h. Reklame suara

Reklame yang diselenggarakan menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari atau oleh peralatan lain.

i. Reklame film/*slade*

Reklame yang diselenggarakan menggunakan klise berupa kaca atau flim, ataupun bahan yang sejenisnya, sebagai alat untuk diproyeksikan dan atau dipancarkan pada layar atau benda lainnya yang ada di ruangan.

j. Reklame peragaan

Reklame yang diselenggarakan dengan cara peragaan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara.

7. Subjek Pajak Reklame

Subjek Pajak Reklame yaitu orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan atau melakukan pemesanan reklame.

8. Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Berdasarkan Undang-undang Nomor 33 tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintahan Daerah, Pendapatan Asli Daerah yang selanjutnya disebut PAD merupakan pendapatan yang diperoleh daerah dan dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Sumber-sumber Pendapatan Asli Daerah menurut Undang-undang Nomor 28 tahun 2009 adalah:

a. Hasil Pajak Daerah

Pajak Daerah, yang selanjutnya disebut pajak, adalah kontribusi wajib pajak 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.

b. Hasil Retribusi Daerah

Adalah pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian ijin tertentu yang khusus disediakan dan/atau diberikan oleh Pemerintah Daerah untuk kepentingan orang pribadi atau badan.

c. Hasil Pengelolaan Kekayaan Daerah Yang Dipisahkan

Bagi daerah yang memiliki BUMD seperti Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM), Bank Pembangunan Daerah (BPD), badan kredit kecamatan, pasar, tempat hiburan/rekreasi, vila, pesanggrahan, dan lain-lain keuntungan merupakan penghasilan bagi daerah.

d. Lain-lain pendapatan daerah yang sah

Adalah pendapatan yang tidak termasuk dalam jenis pajak daerah, retribusi daerah, dan pendapatan dinas-dinas.

9. Pengertian Efektivitas

Efektivitas adalah ukuran berhasil tidaknya suatu organisasi dalam mencapai tujuan. Apabila suatu organisasi berhasil mencapai tujuan, maka organisasi tersebut dikatakan telah berjalan dengan efektif

Rasio Efektivitas :

$$\text{Rasio Efektivitas} = \frac{\text{Realisasi Penerimaan Pajak Reklame tahun } n}{\text{Target Penerimaan Pajak Reklame tahun } n} \times 100\%$$

10. Pengertian Kontribusi

Kontribusi digunakan untuk mengetahui sejauh mana pajak daerah memberikan sumbangan dalam penerimaan Pendapatan Asli Daerah ataupun untuk Pajak Daerah. Untuk mengetahui kontribusi dilakukan dengan cara membandingkan penerimaan Pajak Daerah (khususnya pajak reklame) periode tertentu dengan penerimaan Pendapatan Asli Daerah dan penerimaan Pajak Daerah periode tertentu pula. Semakin besar hasilnya maka semakin besar pula peranan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah dan Pajak Daerah, begitu pula sebaliknya jika hasil perbandingan kecil maka peran Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah dan Pajak Daerah juga kecil.

Rasio Kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah:

$$\text{Rasio Kontribusi} = \frac{\text{Realisasi Penerimaan Pajak Reklame}}{\text{Realisasi Penerimaan Pendapatan Asli Daerah}} \times 100\%$$

Rasio Kontribusi terhadap Pajak Daerah:

$$\text{Rasio Kontribusi} = \frac{\text{Realisasi Penerimaan Pajak Reklame}}{\text{Realisasi Penerimaan Pajak Daerah}} \times 100\%$$

B. Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian Sari (2017) menyatakan bahwa tren yang terjadi menunjukkan adanya kecenderungan penurunan pertumbuhan penerimaan Pajak Reklame dalam kurun waktu 10 tahun (2007-2016) yang mengindikasikan bahwa Pajak Reklame mengalami pertumbuhan kurang baik dan pemerintah daerah tidak mampu mempertahankan dan

meningkatkan keberhasilan yang telah dicapainya. Tingkat efektivitas Pajak Reklame dalam 10 tahun terakhir cenderung berfluktuasi dengan kriteria “sangat efektif” ($>100\%$). Rata-rata tingkat efektivitas selama 10 tahun terakhir adalah sebesar 118,9 persen. Tren menunjukkan adanya kecenderungan penurunan tingkat efektivitas yang mengindikasikan bahwa kinerja pemerintah daerah mengalami penurunan tetapi masih terbilang sangat efektif. Kontribusi Pajak Reklame terhadap PAD tahun 2007-2016 cenderung mengalami penurunan dengan kriteria “sangat kurang” ($<10\%$), rata-rata kontribusi Pajak Reklame terhadap PAD dalam 10 tahun terakhir adalah sebesar 3,6 persen. Hal ini sejalan dengan kecenderungan yang terjadi selama 10 tahun yang menunjukkan penurunan tingkat kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah, namun apabila pemungutannya dikelola secara optimal maka penerimaan Pajak Reklame dapat lebih tinggi dari yang telah diperoleh pemerintah saat ini karena Pajak Reklame memiliki prospek yang baik.

Lintong (2015) menyatakan bahwa penerimaan Pajak Reklame menunjukkan peningkatan yang simetris. Minahasa Selatan yang mengalami rata-rata lebih tinggi dari Kabupaten Minahasa dapat memberikan kontribusi penerimaan Pajak Reklame yang lebih besar dari Kabupaten Minahasa. Sebaliknya Kabupaten Minahasa yang menunjukkan rata-rata penerimaan pajak lebih rendah, berarti memberikan kontribusi yang lebih sedikit dibandingkan Minahasa Selatan. Presentase pertumbuhan Pajak Reklame Kabupaten Minahasa yang lebih tinggi dari

Minahasa Selatan menunjukkan bahwa penerimaan dan kontribusi yang lebih tinggi tidak berpengaruh dalam pertumbuhan penerimaan Pajak Reklame yang terjadi.

Setioko (2015) menyatakan hal senada dengan Triantoro, bahwa peningkatan laju pertumbuhan Pajak Daerah disebabkan karena realisasi tahun tersebut lebih tinggi dibanding tahun sebelumnya, sedangkan penurunan disebabkan karena peningkatan realisasi penerimaan lebih rendah dibanding tahun sebelumnya. Laju pertumbuhan penerimaan Pajak Daerah juga dipengaruhi oleh penerimaan Pajak Reklame. Kedua penelitian tersebut menghasilkan hal yang sama bahwa tingkat efektivitas Pajak Reklame relatif baik, hanya ada perbedaan pada lokasi penelitian.

Keempat penelitian di atas memiliki beberapa persamaan dengan penulisan ini yaitu menggunakan model analisis deskriptif dengan menganalisis efektivitas dan kontribusi untuk tujuan melihat tingkat efektivitas dan kontribusi pajak reklame. Wilayah observasi yang menjadi pembeda penulisan ini dengan penelitian sebelumnya, hal ini menjadi berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Yaitu tentang Kendala Implementasi, Efektivitas dan Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Kulon Progo.