

**ANALISIS EFEKTIVITAS DAN KONTRIBUSI PEMUNGUTAN
PAJAK REKLAME TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH
DI KOTA BUKITTINGGI TAHUN 2008-2017**

SKRIPSI

*Disusun dan diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai derajat Sarjana
Ekonomi Strata- 1 (SE) pada Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi*



PROGRAM STUDI SI ILMU EKONOMI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ANDALAS

PAYAKUMBUH

2018

**PROGRAM STUDI S1 ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Dengan ini dinyatakan bahwa :

Nama : Dian Oktavia
No. BP : 1410541013
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S1)
Jurusan : Ilmu Ekonomi
Kosentrasi : Perencanaan Pembangunan
Judul Skripsi : **Analisis Efektivitas Dan Kontribusi Pemungutan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Di Kota Bukittinggi Tahun 2008-2017**

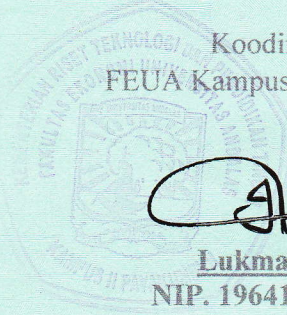
Telah diuji dan disetujui skripsinya melalui ujian seminar hasil yang diadakan pada tanggal 15 Agustus 2018 sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku.


Payakumbuh, 15 Agustus 2018

Pembimbing

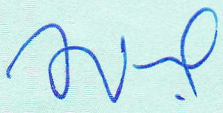

Syaiful Anwar, SE., Msi
NIP. 197607282010121002

Mengetahui


Koodinator
FEUA Kampus II Payakumbuh


Lukman, SE., M.Si
NIP. 196411231993031003

Kepala Program Studi S1
Ilmu Ekonomi


Weriantoni, SE., M.Sc
NIP. 198303032010121005

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan adalah wajib karya saya sendiri. Skripsi ini belum pernah disampaikan untuk memperoleh gelar kesarjanaan dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi.



HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

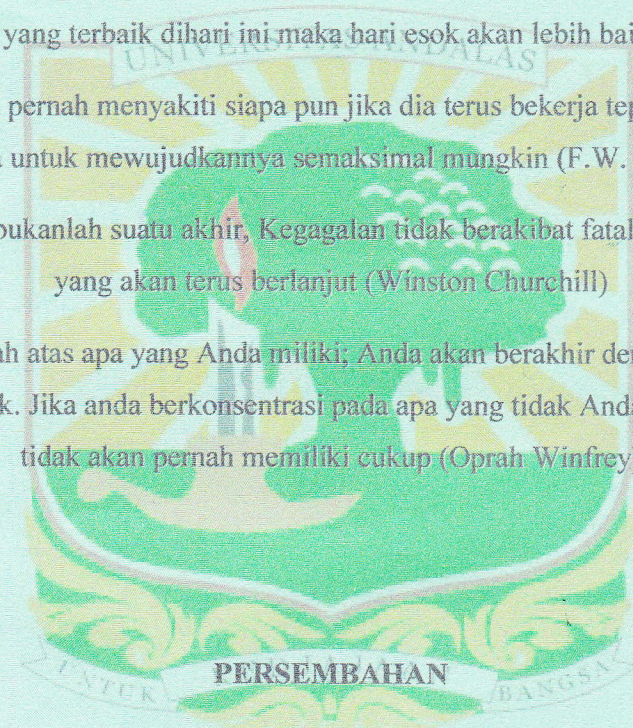
Bahwa tiada orang dapatkan, kecuali yang ia usahakan. Dan bahwa usahanya akan kelihatan nantinya (Q.S An Najm ayat 39-40)

Jangan terlalu memikirkan masa lalu karena telah pergi dan selesai, dan jangan terlalu memikirkan masa depan hingga dia datang sendiri. Karena jika melakukan yang terbaik dihari ini maka hari esok akan lebih baik.

Mimpi tidak pernah menyakiti siapa pun jika dia terus bekerja tepat di belakang mimpinya untuk mewujudkannya semaksimal mungkin (F.W. Woolworth)

Kesuksesan bukanlah suatu akhir, Kegagalan tidak berakibat fatal: keberanianlah yang akan terus berlanjut (Winston Churchill)

Bersyukurlah atas apa yang Anda miliki; Anda akan berakhir dengan memiliki lebih banyak. Jika anda berkonsentrasi pada apa yang tidak Anda miliki, Anda tidak akan pernah memiliki cukup (Oprah Winfrey)



Setiap goresan tinta ini adalah wujud dari keagungan dan kasih sayang yang diberikan Allah SWT kepada umatnya.

Setiap detik waktu menyelesaikan karya tulis ini merupakan hasil getaran doa kedua orang tua, saudara, dan orang-orang terkasih yang mengalir tiada henti.

Setiap pancaran semangat dalam penulisan ini merupakan dorongan dan dukungan dari sahabat-sahabatku tercinta.

Setiap makna pokok bahasan pada bab-bab dalam skripsi ini merupakan hampasan kritik dan saran dari teman-teman almamaterku.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat yang berlimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“Analisis Efektivitas Dan Kontribusi Pemungutan Pajak Reklame Terhadap Paendapatan Asli Daerah Di Kota Bukittinggi 2008-2017.**

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Kampus II Payakumbuh. Penulis menyadari bahwa selama proses penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan tenaga, materi, informasi, waktu maupun dorongan semangat yang tidak terhingga dari berbagai pihak. Karena itu dengan ketulusan dan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan memberikan petunjuk, ilmu pengetahuan, kasih sayang, kemudahan serta kesempatan untuk hidup sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tiada kata yang mampu terucap selain ucapan Alhamdulillah serta sembah sujud syukur yang tiada hentinya dari penulis. Sholawat dan salam selalu dikirimkan kepada Khalifah umat islam sedunia yakni Nabi Muhammad SAW;
2. Kementrian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi RI yang telah memberikan bantuan biaya pendidikan melalui Beasiswa Bidikmisi.

3. Bapak pimpinan Universitas Andalas, Prof. Dr. Tafdil Husni, SE., MBA. Pimpinan Fakultas Ekonomi Universitas Andalas, Dr. Harif Amali Rifai, SE., MS. Ketua jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Andalas, Dr. Hefrizal Handra, M.Soc., Sc. Bapak Lukman, SE., M.Si selaku koordinator UNAND Kampus II Payakumbuh yang menjadi bagian dari almamater. Semoga pengabdian dan jasa-jasa bapak terus mengalir dalam rangka meningkatkan kualitas pendidikan, khususnya di Universitas Andalas;
4. Bapak Syaiful anwar SE.,M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan segala kemudahan, nasehat dan saran yang tulus, dan pengarahan serta meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi khususnya jurusan Ilmu Ekonomi yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan serta motivasi kepada penulis;
5. Bapak Weriantoni, SE., M.Sc dan Ibu Nelvia Iryani, S.E., M.Si. yang telah berkenan sebagai tim penguji skripsi ini;
6. Seluruh staf pengajar dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Kampus II Payakumbuh atas dedikasinya dan ilmu yang telah diberikan kepada penulis serta bantuannya selama ini;
7. Kepada kedua orang tua tercinta, Ayahanda Samsuardi dan Ibunda Emita atas doa, kasih sayang, air mata, jerih payah, dukungan dan segala pengorbanannya selama ini yang sabar dan tidak pernah putus mengiringi

setiap langkah kehidupan penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya;

8. Kepada kakak tercinta satu-satunya Dila Mayasari, yang telah memberikan motivasi untuk selalu semangat menjalani kehidupan dan semoga kita sukses sehingga bisa membanggakan orang tua. Dan kepada kakak ipar Febrinaldi yang telah memberikan semangat dan bantuan kepada penulis serta kepada keponakan Natasya Anggela dan Adiva Arshila yang selalu mewarnai hari-hari penulis;
9. Kepada nenek Zurni, om Rifaldi, Ibuk Afni Delma, Da Rus, Tante Mega, Ma mimi. Tiada kata-kata yang dapat diungkapkan untuk menggambarkan besar kasih sayang penulis kepada mereka. Maafkan penulis yang sering berbuat salah yang sengaja maupun tidak sengaja. Berkat doa mereka, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dan juga berkat dari mereka yang telah memberikan bantuan materi yang tidak terhitung dan semangat, dukungan serta motivasi hingga penulis menyelesaikan Program Sarjana (S1);
10. Kepada Sepupuku uda Dedi Syukra, one Devi Novita dan uda Donli Sugara yang telah dianggap sebagai saudara kandung. Terima kasih yang sebesar-besarnya telah memberi hiburan, materi yang tidak bisa dihitung dan tidak pernah putus mengiringi setiap langkah kehidupanku yang semangat pendorong dan juga menghilangkan rasa bosan dan panik yang penulis rasakan selama menyelesaikan skripsi ini. Selalu nanya kapan penulis WISUDA;

11. Kepada keponakan-keponakan Rio Alhasbi, Tiara Annisa, Adisti Rahayu, Agung Sagivsa, Khairani Putri, Muhammad Rofiq, Adelia Syaqila, Chintia, Muhammad Kholiq yang menghibur dan juga jadi penyemangat penulis untuk menyelesaikan skripsi ini tepat waktu;
12. Kepada Fadhilatunnisa, SE, yang bisa di katakan Pembimbing II terima kasih sudah selalu setia menemani, dalam keadaan susah maupun senang, tanpa lelah dan selalu sabar mengajarkan materi-materi. Selalu menjadi penyemangat disaat penulis mulai putus asa dalam proses pembuatan skripsi dan terima kasih atas segala bentuk bantuan dan do'a nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu;
13. Kepada sahabat-sahabat terbaik dan terkocak. Mereka adalah alasan untuk kaki selalu melangkah ke kampus kecil ini, walaupun kecil kita selalu bahagia, yang terpenting ilmunya bukan tempatnya. Bagi mereka tiada hari tanpa tertawa, bersama mereka kesedihan dan permasalahan hilang seketika. Terima kasih kepada Bismi Handayani Putri, Senja Rolantika, Lindra Hayu Amulia, Sari Ali Novia, Muhammad Ivan Hawari, Herri Ulka Nugraha, Andi Risyandi, Fanda Sotra, Aulia Fajar. telah memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan Semoga persahabatan kita kekal dan selalu bersama menuju kesuksesan;
14. Kepada sahabat-sahabat penulis Yelfi Rahmi, Suryani Hayatul Khairi, Silvina Denis, Riska Dwi Wahyuni, Sesnita Erlina Putri, Fani Putri, Laila, Cipiuk, Lisuik, Winda Mustika, Nurwahyuni, Nela Kamala Sari , Nurinsani, Batman

Sholihad, uci Terima kasih untuk dukungan serta do'a nya. Terima kasih masih menjaga pesahabatan ini walaupun kita sibuk dengan urusan masing-masing tapi kita masih meluangkan waktu untuk bersama. Semoga persahabatan kita selalu sampai tua nanti;

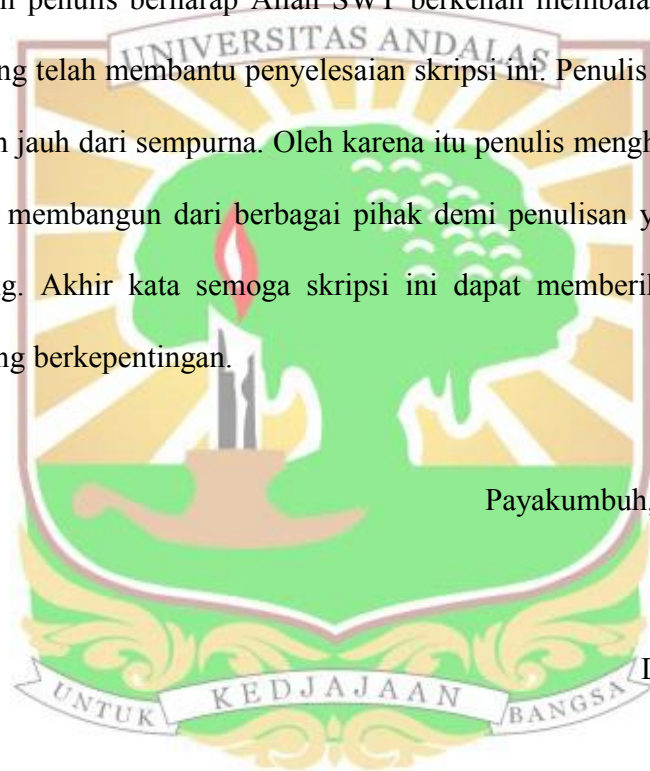
15. Kepada rekan-rekan seperjuangan IE 14 dan yang tidak di sebutkan namanya satu persatu semoga cepat menyusul yak. Ayukumala, Dila, pren (yapis), masbro (Vhadil), Capaik (Fadli), Bea (Bayu), Azok (Alfa), San anas dan untuk semua pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Memberikan ide-ide yang cemerlang dan memberi motivasi dalam menyelesaikan skripsi. Kalianlah sebagai bukti *berlian akan tetap berkilau walaupun ditengah lumpur*. Penulis berliannya!! Makasih buat direct/ indirect supportnya.
16. Terima kasih kepada Junior yang daebak Resti, Ola, yaya, puja, tari, yolan yang juga ikut serta membantu penulis baik itu secara langsung ataupun tidak langsung semoga cepat menyusul dek-adek;
17. Terima kasih kepada member wanita-wanita idaman (Mia, Ta i, Mbak E, Dawin, Sereo, Voni) makasih telah mendengarkan keluh kesah penulis serta memberikan saran dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu;
18. Kepada Mapala Ekadupa kalian luar biasa, Maafkan penulis atas kelalaiannya pada mu, suatu anugrah bisa mendapatkan keluarga baru seperti ini. Penulis bangga pernah menjadi bagian dari kalian semua;

19. Terima kasih juga buat teman-teman yang ngomongin penulis dari belakang, berkat perbuatan kalian penulis jadi sukses;
20. Senior IE dan M 09, 010, 011, 012, 013 serta Adik IE dan M yang juga ikut serta membantu penulis baik itu secara langsung ataupun tidak langsung;
21. Terima kasih kepada teman-teman KKN Tanjung Bonai Aur Selatan, Sijunjung. Apis, Idon, Fifi, Indah, kak gina, Rahma, Nunun, Ejak, Qori, Basid, Rai, thio, Persahabatan, kenangan manis dan pengalaman hidup bersama mereka tidak akan terlupakan, dan semoga kita selalu menjadi sahabat selamanya. Dan untuk semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang juga telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung;
22. Terima kasih kepada pak don, da bram, bg tatan, bg abdi, bg gondo, da ron yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini;
23. Kepada Tiiiiit yang telah membawa perubahan hidup yang sangat besar kepada penulis, terimakasih banyak atas semua niat, gambaran hidup yang sebenarnya, pelajaran hidup, motivasi dan doa tulus darimu yang tidak akan pernah penulis lupakan, semoga Allah membalas semua kebaikan dan penulis berharap semoga kamu bisa mencapai bahagia dan menggapai cita-cita yang diimpikan.

24. Terakhir, terimakasih untuk semua orang-orang yang kenal dengan penulis, dan sayang dengan penulis. Karena penulis tidak bisa membuat semua nama di lembaran ini, terimakasih yang sudah secara langsung maupun tidak langsung telah mendoakan, memberikan motivasi dan inspirasi yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.


Demikian penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis menghargai setiap kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak demi penulisan yang lebih baik di masa mendatang. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Payakumbuh, 20 Agustus 2018



Dian Oktavia



	No. Alumni Universitas	DIAN OKTAVIA	No. Alumni Fakultas
	a). Tempat/tanggal lahir: Bukittinggi/27 Oktober 1995, b). Nama Orang Tua: Samsuardi dan Elmita, c). Fakultas: Ekonomi, d). Jurusan: Ilmu Ekonomi, e). No.BP: 1410541013, f). Tanggal Lulus: 15 Agustus 2018, g). Predikat Lulus: Sangat Memuaskan, h). IPK: 3,01, i). Lama Studi: 4 tahun, j). Alamat Orang Tua: Jl. Sumua No 120 RW 01 RT 03 Kelurahan Ladang Cakiah Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh Kota Bukittinggi.		

Analisis Efektivitas Dan Kontribusi Pemungutan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Di Kota Bukittinggi Tahun 2008-2017

Skripsi oleh Dian Oktavia


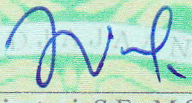
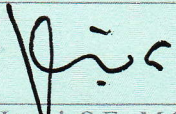
Pembimbing : Syaiful Anwar, SE., MSi.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame Kota Bukittinggi, untuk mengetahui efisiensi pemungutan pajak reklame Kota Bukittinggi dan untuk mengetahui kontribusi pajak reklame terhadap PAD Kota Bukittinggi tahun 2008 - 2017. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis efektivitas dan analisis kontribusi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame Kota Bukittinggi pada tahun 2008 - 2017 rata-rata sebesar 79,35%.Efektifitas pajak reklame yang tertinggi terdapat pada tahun 2008 dan 2016. Efektifitas pajak reklame pada tahun 2008 sebesar 130.44% dengan kriteria sangat efektif. Hal ini dikarenakan penerapan aturan daerah yang sudah terealisasi secara keseluruhan kepada oknum-oknum pajak dan juga sosialisasi mengenai pajak juga terlaksana. Sedangkan pada tahun 2016 tingkat efeektifitas pajak reklame sebesar 102.92% dengan kriteria sangat efektif. Hal ini terjadi karena target yang di tetap oleh pemerintah untuk membayar pajak reklame tidak terlalu tinggi sehingga para wajib pajak sadar akan kewajibannya untuk membayar pajak dan tercapai efektifitas pajak reklame. Efektifitas pajak reklame yang terendah terdapat pada tahun 2014 dengan tingkat efektifitas terbesar 37.48% dengan kriteria tidak efektif. Hal ini dikarenakan banyaknya orang yang memakai reklme tatapi tidak membayar pajak reklame tersebut. Sehingga efektifitas pajak reklame pada tahun 2014 mengalami penurunan dari tahun sebelumnya.

Kata kunci : PAD, Pajak Reklame, Efektivitas, Kontribusi

Skripsi ini telah dipertahankan didepan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 15 agustus 2018. Abstrak telah disetujui oleh Penguji dan Pembimbing:

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama	Syaiful Anwar, S.E., M.Si NIP: 197607282010121002	Weriantoni, S.E., M.Sc NIP: 198303032010121005	Nelvia Iryani, S.E., M.Si NIP: 198211072009122005

Mengetahui,

Koordinator
Kampus II Payakumbuh

Lukman, S.E., M.Si.
NIP: 196411231993031003


TandaTangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas Andalas dan mendapatkan nomor alumnus

Petugas Fakultas / Universitas		
No. Alumni Fakultas	Nama:	TandaTangan:
No. Alumni Universitas	Nama:	TandaTangan:

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	7
1.6 Sistematika Penulisan penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Konsep Teori.....	10
2.1.1 Otonomi Daerah.....	10
2.2 Konsep Pajak.....	11
2.2.1 Pengertian Pajak.....	11
2.2.2 Fungsi Pajak.....	12
2.2.3 Syarat Pemungutan Pajak.....	12
2.2.4 Dasar Hukum Pajak.....	14
2.2.5 Sistem Pemungutan Pajak.....	14
2.2.6 Pengelompokkan Pajak.....	15
2.2.7 Teori Pajak.....	18

2.3 Pajak Daerah.....	19
2.3.1 Pengertian Pajak Daerah.....	19
2.3.2 Ciri-ciri Pajak Daerah.....	20
2.3.3 Pengklasifikasian Pajak Daerah.....	21
2.3.4 Peranan Pajak Daerah dalam Mendukung Pembiayaan Daerah.....	26
2.4 Pajak Reklame.....	29
2.4.1 Pengertian Pemungutan Pajak Reklame.....	29
2.4.2 Dasar Hukum Pemungutan Pajak Reklame.....	30
2.4.3 Obyek dan Bukan Obyek Pajak Reklame.....	30
2.4.4 Subyek dan Wajib Pajak Reklame.....	31
2.4.5 Dasar Pengenaan, Tarif dan Tata Cara Perhitungan Pajak Reklame.....	32
2.5 Pendapatan Asli Daerah.....	34
2.5.1 Pengertian Pendapatan Asli Daerah.....	34
2.5.2 Jenis-jenis Pendapatan Asli Daerah (PAD).....	35
2.6 Analisis Efektivitas serta Kontribusi.....	38
2.6.1 Analisis Deskriptif.....	38
2.6.2 Efektivitas Pajak.....	38
2.6.2 Kontribusi Pajak.....	40
2.7 Penelitian Terdahulu.....	40
2.8 Kerangka Konseptual.....	46
2.9 Hipotesis Penelitian.....	46
BAB III METODE PENELITIAN.....	48

3.1	Data dan Sumber Data.....	48
3.1.1	Jenis Data.....	48
3.1.2	Sumber Data.....	48
3.1.3	Metode Pengumpulan Data.....	49
3.2	Definisi Operasional Variabel.....	49
3.2.1	Efektivitas.....	49
3.2.2	Kontribusi.....	50
3.2.3	Pendapatan Asli Daerah.....	50
3.3	Metode Analisis Data.....	52
3.3.1	Unit Analisis.....	52
3.4	Metode Analisis.....	52
3.4.1	Efektivitas.....	52
3.4.2	Kontribusi.....	53
3.4.3	Output Analisis.....	54
BAB IV	GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN.....	55
4.1	Kondisi Geografis Kota Bukittinggi.....	55
4.2	Kondisi Demografis Kota Bukittinggi.....	56
4.3	Kondisi Ekonomi.....	58
4.4	Kondisi Pajak Reklame.....	59
BAB V	TEMUAN EMPIRIS DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN.....	60
5.1	Temuan Empiris.....	60
5.1.1	Efektivitas.....	60
5.1.2	Kontribusi.....	62

5.2 Pembahasan.....	65
5.2.1 Efektivitas.....	65
5.2.1.1 Perbandingan Efektivitas Pajak Reklame Kota Bukittinggi dan Kabupaten Tanah Datar.....	65
5.2.2 Kontribusi.....	69
5.2.2.1 Perbandingan Kontribusi Pajak Reklame Kota Bukittinggi dan Kabupaten Tanah Datar.....	69
5.3 Implikasi Kebijakan.....	71
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
6.1 Kesimpulan.....	74
6.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Tingkat Mengukur Efektivitas.....	39
Tabel 2.2	Tingkat Kontribusi Pajak Reklame.....	40
Tabel 3.1	Tingkat Mengukur Efektivitas.....	53
Tabel 3.2	Tingkat Kontribusi Pajak Reklame.....	53
Tabel 4.1	Jumlah Kecamatan, Luas dan Persentase Daerah Menurut Kecamatan Tahun 2016.....	56
Tabel 4.2	Jumlah Penduduk, Menurut Kecamatan dan Luas Daerah di Kota Bukittinggi Tahun 2016.....	57
Tabel 4.3	Realisasi Pajak Reklame dari Tahun 2008-2017.....	59
Tabel 5.1	Tingkat Mengukur Efektivitas Keuangan Daerah.....	60
Tabel 5.2	Efektivitas Pajak Reklame Kota Bukittinggi Tahun 2008-2017.	61
Tabel 5.3	Tingkat Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Penerimaan Pajak Daerah.....	63
Tabel 5.4	Kontribusi Pajak Reklame Kota Bukittinggi.....	64
Tabel 5.5	Perbandingan Efektivitas dan Penerimaan Pajak Reklame di Kota Bukittinggi dan Kabupaten Tanah Datar Tahun 2011-2015.....	65
Tabel 5.6	Perbandingan Kontribusi Pajak Reklame Kota Bukittinggi dan Kabupaten Tanah Datar Tahun 2011-2015.....	69

DAFTAR GAMBAR & GRAFIK

Gambar 2.1	Kerangka Konseptual.....	46
Grafik 5.1	Perbandingan Efektivitas dan Penerimaan Pajak Reklame di Kota Bukittinggi dan Kabupaten Tanah Datar Tahun 2011-2015.....	67
Grafik 5.2	Perbandingan Kontribusi Pajak Reklame Kota Bukittinggi dan Kabupaten Tanah Datar Tahun 2011-2015.....	70



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Otonomi daerah di Indonesia didasarkan atas Undang-Undang No.22 Tahun 1999 yang diperbaharui menjadi Undang-Undang No.32 Tahun 2004 tentang pemerintah daerah dan Undang-Undang No.25 Tahun 1999 diperbaharui menjadi Undang-Undang No.33 Tahun 2004 tentang perimbangan keuangan pemerintah pusat dan pemerintah daerah.

Menurut Hanif (2007) otonomi daerah adalah hak, wewenang, dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintah daerah masyarakat setempat sesuai dengan peraturan perundang undangan dengan kewenangan yang diberikan pemerintah pusat kepada pemerintah daerah untuk mengurus urusan rumah tangganya masing-masing, termasuk kekayaan alam yang ada.

Pemerintah daerah dipandang sebagai mitra kerja oleh pemerintah pusat dalam penyelenggaraan tugas otonomi daerah. Prinsip pemberian otonomi daerah adalah pemerintah pusat memberikan kewenangan kepada masing-masing daerah dalam menyelenggarakan pemerintahannya di daerahnya sendiri. Otonomi daerah merupakan suatu konsekuensi reformasi yang harus dihadapi oleh setiap daerah di Indonesia, terutama kabupaten dan kota sebagai unit pelaksana otonomi daerah. Untuk melaksanakan otonomi daerah, pemerintah harus dapat cepat mengidentifikasi sektor-sektor potensial sebagai motor penggerak pembangunan

daerah, salah satunya melalui upaya pengembangan potensi Pendapatan Asli Daerah (Khairunnisa,2011).

Pendapatan Asli Daerah berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang perimbangan keuangan antara pusat dan daerah Pasal 1 angka 18 bahwa “Pendapatan Asli Daerah, selanjutnya disebut PAD adalah pendapatan yang diperoleh daerah yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan”. Menurut Warsito (2001) “Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah pendapatan yang bersumber dan dipungut sendiri oleh pemerintah daerah. Sumber PAD terdiri dari: pajak daerah, retribusi daerah, laba dari badan usaha milik daerah (BUMD), dan Pendapatan Asli Daerah lainnya yang sah”. Sedangkan menurut Rahman(2005) Pendapatan Asli Daerah merupakan pendapatan daerah yang bersumber dari hasil pajak daerah ,hasil distribusi hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan dan lain-lain Pendapatan Asli Daerah yang sah dalam menggali pendanaan dalam pelaksanaan otda sebagai perwujudan asas desentralisasi.

Pendapatan Asli Daerah merupakan pendapatan daerah yang murni yang bersumber dari tempat sendiri dan perlu untuk terus ditingkatkan penerimaannya, hal ini untuk membantu menyokong sebagian biaya yang diperlukan dalam penyelenggaraan pemerintahan dan kegiatan pembangunan yang semakin meningkat dari masa ke masa (Mosal, 2013).

Undang Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, pajak dan retribusi daerah merupakan dua sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD), disamping penerimaan dari kekayaan daerah yang dipisahkan serta PAD lain-lain yang sah. Semakin tinggi peranan PAD dalam pendapatan daerah

merupakan cermin keberhasilan usaha-usaha atau tingkat kemampuan daerah dalam pembiayaan penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan. Pemerintah tidak saja menggali sumber-sumber keuangan tetapi harus sanggup mengelola dan menggunakannya sesuai dengan prinsip *value for money* dalam rangka penyelenggaraan pemerintah daerah, sehingga ketergantungan terhadap bantuan pemerintah pusat harus seminimal mungkin (Purnamawati, 2014).

PAD 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). Sektor pendapatan daerah memegang peranan yang sangat penting, karena melalui sektor ini dapat dilihat sejauh mana suatu daerah dapat membiayai kegiatan pemerintahan dan pembangunan daerah. Peningkatan penerimaan PAD akan tercapai apabila berbagai sumber pendapatannya dikelola dan pelaksanaannya dilakukan secara optimal. Secara umum, semakin tinggi kontribusi pendapatan asli daerah dan semakin tinggi kemampuan daerah untuk membiayai kemampuannya sendiri akan menunjukkan kinerja keuangan yang positif (Landiyanto, 2005).

Menurut Siahaan, (2005) salah satu penerimaan daerah adalah pajak reklame. Pajak reklame ini berasal dari pungutan yang dikenakan kepada penyelenggaraan reklame. Pajak reklame ini dikenakan dengan alasan bahwa reklame dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau yang dapat dilihat, dibaca, dan didengarkan dari suatu tempat umum, kecuali yang dilakukan oleh pemerintah.

Pajak reklame merupakan pajak daerah yang dipungut oleh pemerintah daerah yang diatur berdasarkan peraturan daerah masing-masing dan hasil pungutannya digunakan untuk pembiayaan rumah tangga daerah (Prakasa, 2005).

Pajak reklame adalah salah satu pajak daerah yang penting untuk diteliti di Kota Bukittinggi. Kota Bukittinggi sebagai kota wisata mempunyai prospek pajak reklame yang bagus untuk waktu yang akan datang. Banyaknya wisatawan yang datang ke Kota Bukittinggi membutuhkan fasilitas-fasilitas untuk dikunjungi, seperti tempat wisata, pusat oleh-oleh, rumah makan, dan lain-lain. Selain itu dengan banyaknya wisatawan yang datang akan memicu pengusaha-pengusaha baru untuk memenuhi fasilitas tersebut. Usaha tersebut akan membutuhkan reklame untuk memasarkan produknya agar dikenal masyarakat.

Nurmayasari (2010) menjelaskan suatu industri yang ingin memasarkan produknya dapat menggunakan atau memasang reklame agar dapat diketahui oleh masyarakat. Industri pariwisata juga salah satu yang menggunakan reklame untuk mengenalkan tempat wisatanya. Bertambahnya jumlah industri yang memasang reklame mengakibatkan obyek pajak bertambah luas, sehingga penerimaan daerah juga meningkat. Penerimaan pajak reklame yang meningkat akan memberikan kontribusi lebih pada penerimaan pajak daerah. Penerimaan pajak daerah yang besar dapat diperoleh salah satunya dengan mengoptimalkan penerimaan pajak reklame yang efektif dan efisien. Efektivitas tercapai apabila realisasi melampaui target yang ingin dicapai.

Pemerintah Daerah Kota Bukittinggi memberlakukan beragam jenis pajak daerah, tentunya disesuaikan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia. DPRD sebagai lembaga tinggi legislatif daerah, juga ikut berperan

serta dalam rangka penetapan target masing-masing komponen penerimaan pajak daerah dan retribusi daerah kota Bukittinggi di setiap awal tahun anggaran. Dalam menentukan target penerimaan pajak daerah, aparat pemerintah kota juga selalu memperhatikan aspek yang penting secara teknis berpengaruh pada penerimaan keuangan daerah pada umumnya yaitu situasi dan kondisi perekonomian serta suasana politik daerah. Penerimaan pajak daerah kota Bukittinggi diperoleh dari berbagai jenis pajak, salah satunya pajak reklame.

Dilihat dari perkembangan perekonomian di kota Bukittinggi dari berbagai sektor khususnya industri dan perdagangan tumbuh begitu pesat, jika dipantau dari segi perdagangan dapat dilihat dari semakin maraknya pusat perbelanjaan yang didirikan di kota Bukittinggi. Dengan melihat perkembangan ini maka penerimaan PAD dari sektor pajak reklame tentunya memiliki potensi yang cukup besar, karena setiap perusahaan ataupun perorangan akan lebih banyak menggunakan media reklame untuk mempromosikan berbagai jenis kegiatan usaha dan produk mereka.

Masalah umum yang dihadapi pada sektor pajak reklame ini adalah kurangnya kesadaran dan peran serta masyarakat dalam meningkatkan pajak reklame ini, disebabkan kurangnya sosialisasi pemerintah daerah kepada masyarakat tentang pajak reklame, selain itu juga kurangnya pengawasan dari aparat pemerintah kota dalam rangka pengelolaannya. Salah satu contohnya adalah adanya reklame yang tanpa ijin pemasangan dari pemerintah kota ataupun reklame yang perizinannya sudah mati, selain itu juga banyaknya reklame politik reklame yang illegal dan tidak tertata dengan rapi sehingga dapat merusak pemandangan kota, serta banyak lagi hal-hal negatif lainnya yang dapat mengurangi penerimaan pajak

reklame. Disisi lain, kontribusi pajak reklame terus diharapkan akan semakin meningkat dari tahun ketahun untuk menambah penerimaan PAD agar tujuan otonomi daerah untuk menciptakan kemandirian daerah di sektor keuangan akan dapat terwujud. Penelitian yang dilakukan oleh penulis bermaksud agar dapat mengetahui bagaimana kontribusi pajak reklame terhadap PAD selama 10 (sepuluh) tahun yaitu dari tahun 2008 sampai dengan 2017.

Berdasarkan uraian , maka penulis tertarik melakukan penelitian terhadap Pajak Reklame yang dikenakan wajib pajak di Kota Bukittinggi dengan judul **“Analisis Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame serta Kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah Di Kota Bukittinggi Pada Tahun 2008-2017”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya maka perumusan masalah yang diuraikan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah efektivitas pemungutan Pajak Reklame di Kota Bukittinggi pada tahun 2008-2017?
2. Bagaimanakah kontribusi pemungutan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Bukittinggi pada tahun 2008-2017?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui dan menganalisis tingkat Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame di Kota Bukittinggi pada tahun 2008-2017.
2. Mengetahui dan menganalisis Kontribusi Pemungutan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Bukittinggi pada tahun 2008-2017.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan penulis pada penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai Analisis Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame serta Kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah Di Kota Bukittinggi.
2. Bagi Universitas, dapat dijadikan sumbangan keilmuan dan menambah daftar kepustakaan.
3. Bagi Masyarakat, dapat dijadikan sebagai bahan acuan bagi penelitian selanjutnya yang akan meneliti penelitian sejenisnya.

1.5 Ruang Lingkup

Penelitian akan dapat dilakukan secara terarah dan lebih fokus atas masalah yang diteliti maka perlu adanya ruang lingkup penelitian berikut ini :

1. Penelitian mempunyai rentang waktu dari Tahun 2008-2017 dengan menggunakan data sekunder Kota Bukittinggi sebagai daerah penelitian yang diperoleh dari DPPKA lain sebagainya.
2. Rasio yang digunakan dalam penelitian ini adalah efektivitas dan kontribusi pemungutan pajak reklame, dan PAD dari tahun 2008-2017

yang digunakan untuk mengukur kinerja pengelolaan pemungutan pajak reklame di Kota bukittinggi.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dibagi dalam enam bab dengan urutan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini mencakup latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan mengenai landasan teori yang diambil, data penelitian yang akan dikemukakan mengenai landasan teori penelitian, penelitian terdahulu, kerangka penelitan dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang variabel penelitian dan definisi operasional, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dengan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

Menguraikan gambaran umum keadaan daerah Kota bukittinggi, efektivitas pemungutan pajak reklame serta kontribusi terhadap pendapatan asli daerah di kota bukittinggi.

BAB V HASIL PEMBAHASAN

Bab ini akan diuraikan tentang deskriptif objek penelitian, analisis data dan pembahasan penelitian.

BAB VI PENUTUP DAN SARAN

Memuat kesimpulan dari hasil analisis data. Bab ini juga mencakup saran yang direkomendasikan penulis kepada pihak-pihak tertentu yang berkaitan dengan skripsi.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

1.1 Konsep Teori

2.1.1 Otonomi Daerah

Menurut Hanif, Nurcholis (2007) Otonomi daerah adalah wewenang yang diberikan oleh pemerintah pusat kepada daerah baik kabupaten maupun kota untuk mengatur, mengurus, mengendalikan dan mengembangkan urusannya sendiri sesuai kemampuan daerah masing-masing dan mengacu kepada peraturan perundang-undangan yang berlaku dan mengikatnya.

Menyelenggarakan otonomi daerah yang luas diperlukan kewenangan dan kemampuan menggali sumber keuangan sendiri, yang didukung oleh perimbangan keuangan antara pusat dan daerah serta antara propinsi dan kabupaten/kota. Oleh karena itu kewenangan keuangan yang melekat pada setiap kewenangan keuangan pemerintah menjadi kewenangan keuangan daerah.

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008). Otonomi adalah pola pemerintahan sendiri. Sedangkan Otonomi daerah menurut UU No. 32 tahun 2004 adalah hak, wewenang, dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintah dan kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Daerah otonom, selanjutnya disebut sebesar kesatuan masyarakat hukum yang mempunyai batas-batas wilayah yang berwenang mengatur dan mengurus urusan pemerintah dan kepentingan

masyarakat setempat menurut prakarsa sendiri berdasarkan aspirasi masyarakat dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Tujuan utama dari penyelenggaraan otonomi daerah adalah untuk meningkatkan pelayanan publik (*public service*) dan memajukan perekonomian daerah. Dengan dilaksanakannya otonomi daerah, diharapkan pemerintah daerah mempunyai keleluasaan dalam menentukan arah dan kebijakan pembangunan melalui usaha-usaha yang sejauh mungkin melibatkan peran Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) dan peningkatan partisipasi aktif masyarakat.

2.2. Konsep Pajak

2.2.1 Pengertian Pajak

Pajak adalah pembayaran iuran oleh rakyat kepada pemerintah. Banyak ahli memberikan deskripsi tentang arti pajak. Pajak Menurut Soemitro (2011) adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan Undang-Undang yang dapat dipaksakan dengan tiada mendapat jasa timbal balik (kontra prestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan digunakan untuk membayar pengeluaran umum. Sedangkan menurut Resmi(2013) Pajak merupakan suatu kewajiban menyerahkan sebagian kekayaan ke kas negara karena suatu keadaan yang memberikan kedudukan tertentu, tetapi bukan suatu hukuman menurut peraturan yang telah ditetapkan pemerintah, serta dapat dipaksakan tetapi tidak ada jasa timbal balik dari negara secara langsung yang digunakan untuk memelihara kesejahteraan umum. Dari kedua pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa pajak adalah iuran wajib yang dapat dipaksakan kepada rakyat yang dipungut oleh

pemerintah berdasarkan Undang- Undang tanpa mendapat balas jasa secara langsung dan digunakan untuk membiayai pengeluaran umum.

Pajak juga dapat dipandang dari berbagai aspek. Dari sudut pandang ekonomi, pajak merupakan penerimaan negara yang digunakan untuk mengarahkan kehidupan masyarakat menuju kesejahteraan. Pajak juga sebagai motor penggerak ekonomi masyarakat. Dari sudut pandang sosiologi ini pajak ditinjau dari segi masyarakat yaitu yang menyangkut akibat/dampak terhadap masyarakat atas pungutan dan hasil apakah yang dapat disampaikan pada masyarakat sendiri. Dari sudut pandang hukum, pajak merupakan masalah keuangan negara, sehingga diperlukan peraturan-peraturan yang digunakan pemerintah untuk mengatur masalah keuangan negara tersebut. Dari sudut pandang keuangan, pajak dipandang bagian yang sangat penting dalam penerimaan negara (Waluyo dan Wirawan, 2003).

2.2.2. Fungsi Pajak

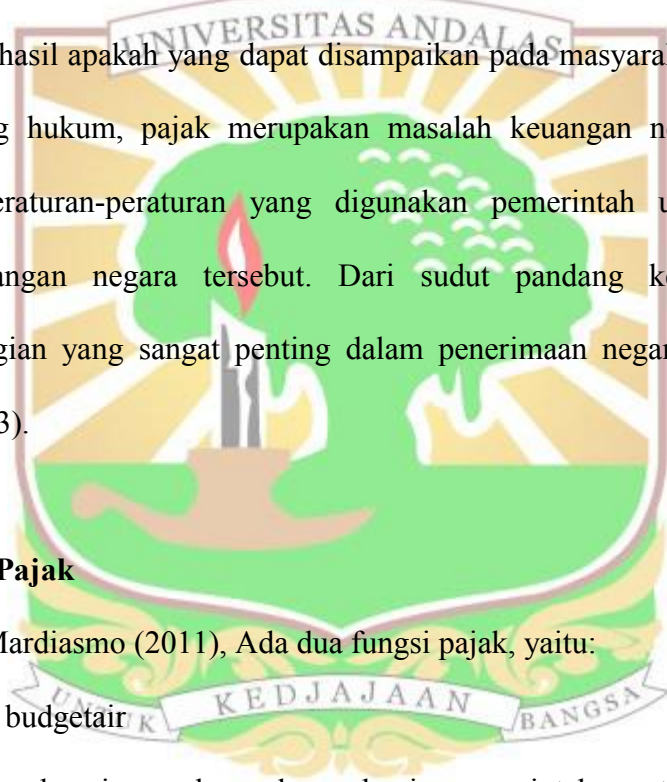
Menurut Mardiasmo (2011), Ada dua fungsi pajak, yaitu:

1. Fungsi budgetair

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

2. Fungsi mengatur (*regulerend*)

Pajak sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi (Mardiasmo, 2011).



2.2.3. Syarat Pemungutan Pajak

Agar pemungutan pajak tidak menimbulkan hambatan atau perlawanan, maka pemungutan pajak harus memenuhi syarat sebagai berikut:

a. Pemungutan pajak harus adil (Syarat Keadilan)

Sesuai dengan tujuan hukum, yakni mencapai keadilan, undang-undang dan pelaksanaan pemungutan harus adil. Adil dalam perundang-undangan diantaranya mengenakan pajak secara umum dan merata, serta disesuaikan dengan kemampuan masing-masing. Sedangkan adil dalam pelaksanaannya yakni dengan memberikan hak bagi Wajib Pajak untuk mengajukan keberatan, penundaan dalam pembayaran dan mengajukan banding kepada majelis pertimbangan pajak.

b. Pemungutan pajak harus berdasarkan undang-undang (Syarat Yuridis)

Pemungutan pajak harus berdasarkan undang-undang (Syarat Yuridis) Di Indonesia, pajak diatur dalam UUD 1945 pasal 23 ayat 2. Hal ini memberikan jaminan hukum untuk menyatakan keadilan, baik bagi Negara maupun warganya.

c. Tidak mengganggu perekonomian (Syarat Ekonomis)

Pemungutan tidak boleh mengganggu kelancaran kegiatan produksi maupun perdagangan, sehingga tidak menimbulkan kelesuan perekonomian masyarakat.

d. Pemungutan pajak harus efisien (Syarat Finansial)

Sesuai dengan budgetair, biaya pemungutan pajak harus dapat ditekan sehingga lebih rendah dari pemungutannya. Sistem pemungutan pajak harus sederhana. Sistem pemungutan pajak yang sederhana akan

memudahkan dan mendorong masyarakat dalam memenuhi kewajiban perpajakannya (Mardiasmo, 2011).

2.2.4. 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 (Suryani 2014).

2.2.5. Sistem Pemungutan Pajak

Sistem pemungutan pajak menurut kewenangan pungut dan menetapkan besarnya penetapan pajak, yaitu sebagai berikut:

a. Official Assessment System

Adalah suatu system pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pemerintah (fiskus) untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh Wajib Pajak. Ciri-cirinya:

1. Wewenang untuk menentukan besarnya pajak terutang ada pada fiskus.
2. Wajib Pajak bersifat Pasif.
3. Utang pajak timbul setelah dikeluarkan surat ketetapan pajak oleh fiskus.

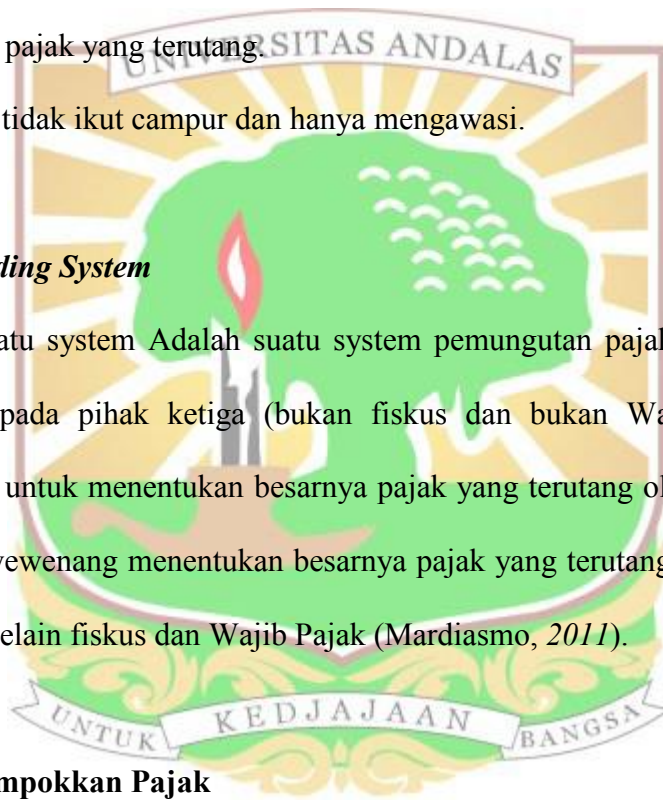
b. Self Assessment System

Adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada wajib pajak untuk menentukan sendiri besarnya pajak yang terutang. Ciri-cirinya:

1. Wewenang untuk menentukan besarnya pajak terutang ada pada wajib pajak sendiri.
2. Wajib pajak aktif, mulai dari menghitung, menyetor dan melaporkan sendiri pajak yang terutang.
3. Fiskus tidak ikut campur dan hanya mengawasi.

c. With Holding System

Adalah suatu system Adalah suatu system pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pihak ketiga (bukan fiskus dan bukan Wajib Pajak yang bersangkutan) untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh Wajib Pajak. Ciri-cirinya: wewenang menentukan besarnya pajak yang terutang ada pada pihak ketiga, pihak selain fiskus dan Wajib Pajak (Mardiasmo, 2011).



2.2.6 Pengelompokkan Pajak

Menurut Supramono dan Damayanti (dalam Aldo, 2013) menyatakan bahwa pajak dapat dikelompokkan ke dalam tiga kelompok, yaitu:

A. Menurut Golongan

1. Pajak Langsung

Pajak langsung adalah pajak yang pembebanannya tidak dapat dilimpahkan kepada pihak lain, tetapi harus menjadi beban langsung

Wajib Pajak yang bersangkutan. Contoh: Pajak Penghasilan (PPh) merupakan pajak langsung karena pengenaan pajaknya adalah langsung kepada Wajib Pajak yang menerima penghasilan, tidak dapat dilimpahkan kepada Wajib Pajak lain.

2. Pajak Tak Langsung

Pajak tidak langsung adalah pajak yang pembebanannya dapat dilimpahkan kepada pihak lain. Contoh: Pajak Pertambahan Nilai (PPN) seharusnya adalah penjualnya.

B. Menurut Sifat

1. Pajak Subyektif

Pajak yang didasarkan atas keadaan subyeknya, memperhatikan keadaan diri Wajib Pajak yang selanjutnya dicari syarat obyektifnya (memperhatikan keadaan Wajib Pajak). Contohnya, Pajak Penghasilan (PPh) adalah pajak subyektif karena pengenaan PPh memperhatikan keadaan diri Wajib Pajak yang menerima penghasilan.

2. Pajak Obyektif

Pajak Obyektif adalah pajak yang berpangkal pada objeknya, tanpa memperhatikan diri Wajib Pajak. Contohnya, Pajak Pertambahan Nilai (PPN), serta Pajak Bumi dan Bangunan (PBB). PPN merupakan peningkatan nilai dari suatu barang, bukan penjual yang meningkatkan nilai barang. PBB dikenakan terhadap keadaan dari tanah dan bangunan, bukan dari keadaan pemiliknya.

C. Menurut Lembaga Pemungutnya

1. Pajak Pusat (Negara)

Pajak pusat adalah pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat dan digunakan untuk membiayai pengeluaran Negara. Contoh: Pajak Penghasilan (PPh), Pajak Pertambahan Nilai (PPN), dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), bea materai, Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), serta Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan (BPHTB).

2. Pajak Daerah

Pajak daerah adalah pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah dan digunakan untuk membiayai pengeluaran daerah. Pajak daerah diatur dalam UU No. 34 Tahun 2000. Pajak daerah dibedakan menjadi dua, antara lain : yaitu Pajak Provinsi terdiri atas Pajak Kendaraan Bermotor, Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor dan Kendaraan di Atas Air, Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor, serta Pajak Pengambilan dan Pemanfaatan Air Bawah Tanah dan Air Permukaan. Pajak Kabupaten atau Kota terdiri Pajak Hotel, Pajak Restoran, Pajak Hiburan, Pajak Reklame, Pajak Penerangan Jalan.

Selain pengelompokan tersebut, pajak juga dapat dibedakan menjadi dua, antara lain :

a. Pajak Final

Pajak final berarti pajak yang telah dibayarkan oleh Wajib Pajak melalui pemungutan atau pemotongan pihak lain dalam tahun berjalan tidak dapat dikreditkan atau dikurangkan pada total PPh yang terutang pada akhir tahun saat pengisian SPT Tahunan PPh.

b. Pajak Tidak Final

Pajak tidak final adalah pajak yang telah dibayarkan oleh Wajib Pajak melalui pemungutan atau pemotongan pihak lain dalam tahun berjalan dan dapat dikreditkan pada total PPh yang terutang pada akhir tahun saat pengisian SPT Tahunan. Misalnya, Pajak Penghasilan Pasal 21, 22, 23, dan 24, serta PPN (Adam, 2013).

2.2.7 Teori Pajak

Menurut Mardiasmo (2011) Teori yang mendukung pemungutan pajak adalah :

1. Teori Asuransi

Negara melindungi keselamatan jiwa, harta benda dan hak-hak rakyatnya. Oleh karena itu rakyat harus membayar pajak yang diibaratkan sebagai premi asuransi karena memperoleh jaminan perlindungan tersebut.

2. Teori Kepentingan

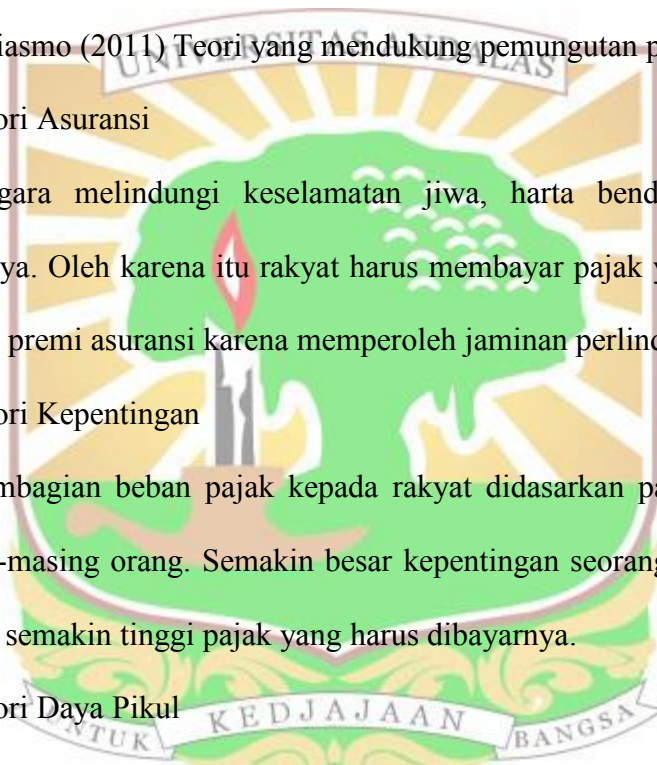
Pembagian beban pajak kepada rakyat didasarkan pada kepentingan masing-masing orang. Semakin besar kepentingan seorang terhadap suatu negara, semakin tinggi pajak yang harus dibayarnya.

3. Teori Daya Pikul

Beban pajak untuk semua orang harus sama beratnya, artinya pajak harus dibayar sesuai dengan daya pikul masing-masing orang.

4. Teori Bakti

Dasar keadilan pemungutan pajak terletak pada hubungan rakyat dengan negaranya. Sebagai warga negara yang berbakti, rakyat harus selalu menyadari bahwa pembayaran pajak adalah suatu kewajiban.



2.3. Pajak Daerah

2.3.1 Pengertian Pajak Daerah

Pajak daerah merupakan pajak yang dipungut oleh daerah seperti Provinsi, Kabupaten maupun Kota madya berdasarkan peraturan daerah masing-masing dan hasilnya digunakan untuk pembiayaan rumah tangga daerah masing-masing (Anggun, 2014).

Berdasarkan Undang-undang Nomor 6 Tahun 2011 pasal 1 ayat (8) yang terdapat pada Peraturan Daerah Kota Bukittinggi tentang Pajak Daerah, 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 (Peraturan Daerah Kota Bukittinggi No. 6 Tahun 2011 tentang Pajak Daerah pasal 1 ayat (8)).

Pajak daerah adalah pajak yang ditetapkan oleh pemerintah daerah dengan peraturan daerah (Perda), yang wewenang pemungutannya dilaksanakan oleh pemerintah daerah dan hasilnya digunakan untuk membiayai pengeluaran pemerintah daerah dalam melaksanakan penyelenggaraan pemerintah dan pembangunan di daerah (Siahaan, 2005).

Menurut Halim (2001) Pajak daerah sebagai salah satu komponen pendapatan asli daerah memiliki prospek yang sangat baik untuk dikembangkan. Oleh sebab itu pajak daerah harus dikelola secara profesional dan transparan dalam rangka

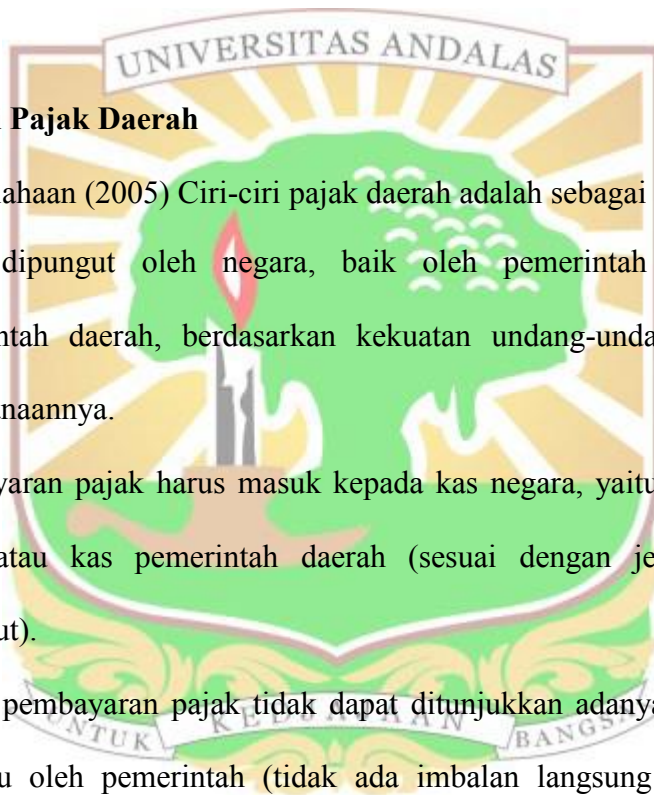
optimalisasi dan usaha meningkatkan kontribusinya terhadap anggaran pendapatan dan belanja daerah.

Pajak daerah menurut Mardiasmo (2006) adalah iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan kepada daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang dan dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah.

2.3.2 Ciri-Ciri Pajak Daerah

Menurut Siahaan (2005) Ciri-ciri pajak daerah adalah sebagai berikut :

- a. Pajak dipungut oleh negara, baik oleh pemerintah pusat maupun pemerintah daerah, berdasarkan kekuatan undang-undang serta aturan pelaksanaannya.
- b. Pembayaran pajak harus masuk kepada kas negara, yaitu kas pemerintah pusat atau kas pemerintah daerah (sesuai dengan jenis pajak yang dipungut).
- c. Dalam pembayaran pajak tidak dapat ditunjukkan adanya kontra prestasi individu oleh pemerintah (tidak ada imbalan langsung yang diperoleh pembayar pajak). Dengan kata lain, tidak ada hubungan langsung antara jumlah pembayaran pajak dengan kontra prestasi secara individu.
- d. Penyelenggaraan pemerintahan secara umum merupakan manifestasi kontra prestasi dari negara kepada para pembayar pajak.
- e. Pajak dipungut karena adanya suatu keadaan, kejadian, dan perbuatan yang menurut peraturan perundang-undangan pajak dikenakan pajak.



- f. Pajak memiliki sifat dapat dipaksakan. Artinya wajib pajak yang tidak memenuhi kewajiban pembayaran pajak, dapat dikenakan sanksi, baik sanksi pidana maupun denda sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

2.3.3 Pengklasifikasian Pajak Daerah

Menurut Sripadita (2014), Pajak Daerah dan Retribusi Daerah membedakan antara jenis pajak daerah yang dipungut oleh Provinsi dan jenis pajak yang dipungut oleh Kabupaten/Kota. Pajak daerah yang dipungut oleh Provinsi ditetapkan terdiri atas 5 jenis pajak, yaitu :

1. Pajak kendaraan bermotor
2. Bea balik nama kendaraan bermotor
3. Pajak bahan bakar kendaraan bermotor
4. Pajak air permukaan
5. Pajak rokok.

Sedangkan Pajak daerah yang dipungut oleh Kota Bukittinggi terdiri atas :

1. Pajak Hotel dan Restoran

Merupakan pajak atas pelayanan hotel dan restoran. Menurut peraturan daerah Kota Bukittinggi No.8 Tahun 2012 tentang pajak hotel dan restoran, yang dimaksud dengan Pajak Hotel dan Restoran adalah pungutan daerah atas pelayanan hotel dan restoran. Subyek pajak hotel dan restoran adalah orang atau pribadi yang melakukan pembayaran atas pelayanan hotel dan restoran, sedangkan obyek pajaknya adalah setiap pelayanan yang disediakan dengan pembayaran di hotel dan restoran. Besarnya tarif pajak adalah adalah 10% dari jumlah pembayaran.

Ditetapkan dengan peraturan daerah. Besaran pokok pajak hotel yang terutang dihitung dengan cara mengalikan tarif. Pajak hotel yang terutang dipungut di wilayah daerah tempat hotel berlokasi begitupun untuk pajak restoran tarif pajak restoran dipungut di wilayah restoran berlokasi.

2. Pajak Hiburan

Pajak hiburan merupakan pungutan daerah atas penyelenggaraan hiburan. Pajak Hiburan dipungut berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bukittinggi No. 9 Tahun 2012 tentang Pajak Hiburan. Pajak hiburan adalah pajak yang dikenakan atas penyelenggara jasa hiburan yang ada. Subjek pajak hiburan adalah orang pribadi atau badan usaha yang menonton dan/atau menikmati hiburan. Sedangkan objek pajak hiburan adalah penyelenggara hiburan dengan dipungut bayaran antara lain berupa tontonan film, kesenian, pertunjukan musik, dan tari, diskotik, karaoke, klab malam, permainan bilyar, permainan ketangkasan, panti pijat, mandi uap, dan pertandingan olahraga. Wajib pajak hiburan adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan hiburan.

Dasar pengenaan pajak hiburan adalah jumlah uang yang diterima atau yang seharusnya diterima oleh penyelenggara hiburan. Jumlah uang yang seharusnya diterima termasuk potongan harga dan tiket gratis yang diberikan kepada penerima jasa hiburan. Tarif pajak hiburan ditetapkan paling tinggi sebesar 35%. Khusus untuk hiburan berupa pengeluaran busana, kontes kecantikan, diskotik, karoeke, klab malam, permainan ketangkasan, panti pijat, dan mandi uap/spa, tarif pajak hiburan ditetapkan paling tinggi 75%. Khusus hiburan kesenian rakyat/ tradisional dikenakan

tarif pajak hiburan ditetapkan paling tinggi sebesar 10%. Tarif pajak hiburan ditetapkan dengan Peraturan Daerah. Besaran pokok pajak hiburan yang terutang dihitung dengan cara mengalikan tarif dengan dasar pengenaan pajak. Pajak hiburan yang terutang dipungut di wilayah daerah tempat hiburan diselenggarakan.

3. Pajak Reklame

Pajak reklame yaitu pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda, alat perbuatan, atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, dipergunaan untuk memperkenalkan, untuk mencari perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau dapat dilihat, dibaca dan atau didengarkan dari suatu tempat umum kecuali yang perlukan oleh pemerintah. Pajak reklame dipungut berdasarkan peraturan daerah Kota Bukittinggi No.6 Tahun 2012, Subjek pajak reklame adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan atau melakukan pemesanan reklame. Wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame. Dasar pengenaan pajak reklame adalah nilai sewa reklame. Nilai sewa reklame sebagaimana dimaksud ditetapkan berdasarkan nilai kontrak reklame. Dalam hal reklame diselenggarakan sendiri, nilai sewa reklame sebagaimana dimaksud dihitung dengan memperhatikan faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, waktu, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah, dan ukuran media reklame.

Cara perhitungan nilai sewa reklame ditetapkan dengan peraturan daerah. Hasil perhitungan nilai sewa reklame sebagaimana dimaksud

ditetapkan dengan peraturan kepala daerah. Tarif pajak reklame ditetapkan paling tinggi sebesar 25%. Tarif pajak reklame ditetapkan dengan peraturan daerah. Besaran pokok pajak reklame yang terutang dihitung dengan cara mengalikan tarif dengan dasar pengenaan pajak. Pajak reklame yang terutang dipungut di wilayah daerah tempat reklame tersebut diselenggarakan.

4. Pajak Penerangan Jalan

Pajak penerangan jalan yaitu pajak atas penggunaan tenaga listrik, dengan ketentuan bahwa di wilayah daerah tersebut tersedia penerangan jalan, yang rekeningnya dibayar oleh pemerintah daerah. Pajak penerangan jalan umum dipungut berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bukittinggi No. 1 Tahun 2014. Subjek pajak penerangan jalan adalah orang pribadi atau badan yang menggunakan tenaga listrik. Objek pajak ini adalah penggunaan tenaga listrik, baik yang disalurkan PLN maupun bukan PLN di wilayah daerah yang tersedia penerangan jalan yang rekeningnya dibayar oleh pemerintah daerah. Wajib pajak penerangan jalan orang pribadi atau badan yang menjadi pelanggan listrik atau pengguna tenaga listrik. Dalam hal ini tenaga listrik disediakan oleh PLN maka pemungutan pajak penerangan jalan oleh PLN.

Tarif pajak penerangan jalan ditetapkan paling tinggi sebesar 10%. Penggunaan tenaga listrik dari sumber lain oleh industry, pertambangan minyak bumi dan gas alam, tarif pajak penerangan jalan ditetapkan paling tinggi sebesar 3% (tiga persen). Penggunaan tenaga listrik yang dihasilkan sendiri, tarif pajak penerangan jalan ditetapkan paling tinggi sebesar 1,5%

(satu koma lima persen). Tarif pajak penerangan jalan ditetapkan dengan peraturan daerah. Besaran pokok pajak penerangan jalan yang terutang dihitung dengan cara mengalikan tarif dengan dasar pengenaan pajak. Pajak penerangan jalan yang terutang dipungut di wilayah daerah tempat penggunaan tenaga listrik. Hasil penerimaan pajak penerangan jalan sebagian dialokasikan untuk penyediaan penerangan jalan.

5. Pajak Parkir

Pajak parkir adalah pajak daerah yang dikenakan atas penyelenggaraan tempat parkir diluar badan jalan oleh orang pribadi atau badan usaha, pemungutan pajak parkir diatur dalam peraturan daerah Kota Bukittinggi No 6 Tahun 2010, objek pajak adalah penyelenggara tempat parkir di luar badan jalan, baik yang disediakan berkaitan dengan pokok usaha maupun yang disediakan sebagai usaha, termasuk penyediaan tempat penitipan kendaraan bermotor dan garasi kendaraan bermotor yang memungut bayaran. Subjek pajak parkir adalah orang atau pribadi atau badan yang melakukan parkir kendaraan bermotor. Dan wajib pajak parkir adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan tempat parkir.

Dasar pengenaan pajak parkir adalah jumlah pembayaran atau yang seharusnya dibayar kepada penyelenggara tempat parkir. Dasar pengenaan pajak parkir dapat ditetapkan dengan peraturan daerah. Jumlah yang seharusnya dibayar termasuk potongan harga parkir dan parkir gratis yang diberikan kepada penerima jasa parkir. Tarif pajak parkir ditetapkan paling tinggi sebesar 30%.

6. Pajak Air Bawah Tanah

Pajak ini adalah pajak atas setiap pemanfaatan air bawah tanah. Pemungutan pajak air bawah tanah diatur dalam peraturan daerah Kota Bukittinggi No 2 Tahun 2011. Subyek pajak ini adalah orang pribadi atau badan yang mengambil dan atau pemanfaatan air bawah tanah, sedangkan objek pajak ini adalah pengambilan air bawah tanah kecuali pengambilan air tanah untuk penanggulangan bahaya kebakaran yang khusus didirikan oleh pemerintah daerah. Besarnya tarif pajak air bawah tanah ditetapkan sebesar 20% dari nilai perolehan air.

2.2.3 Peranan Pajak Daerah dalam Mendukung Pembiayaan Daerah

Pada berbagai literatur yang membahas pembiayaan publik, pajak merupakan sumber utama pembayaran pengeluaran Pemerintah. Seperti menurut pendapat Kaho, pajak adalah peralihan kekayaan dari rakyat kepada kas Negara untuk membiayai pengeluaran rutin dan surplusnya digunakan untuk *public saving* yang merupakan sumber utama dalam membiayai *public investment*. Tujuan penetapan pajak adalah untuk mengalihkan kontrol sumber daya ekonomi dari wajib kepada Negara dalam hal pemanfaatan atau transfer terhadap wajib pajak yang lain. Pajak daerah merupakan salah satu bentuk peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan Otonomi Daerah.

Pajak daerah merupakan sumber pendapatan daerah yang penting untuk membiayai penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan Daerah. Permasalahan yang dihadapi oleh Daerah pada umumnya dalam kaitan penggalian sumber-sumber pajak daerah yang merupakan salah satu komponen dari PAD

adalah belum memberikan kontribusi yang signifikan terhadap penerimaan daerah secara keseluruhan. Pajak daerah diharapkan menjadi salah satu sumber pembiayaan Pemerintah dan pembangunan daerah untuk meningkatkan serta pemeratakan kesejahteraan masyarakat.

Kriteria pajak daerah secara spesifik diuraikan oleh K.J Davey, yang terdiri dari empat hal, yaitu: pajak yang dipungut oleh Pemerintah Daerah berdasarkan peraturan dari daerah sendiri, pajak yang dipungut berdasarkan peraturan Pemerintah Pusat tetapi penetapan tarifnya dilakukan oleh Pemerintah Daerah, pajak yang dipungut dan diadministrasikan oleh pemerintah pusat tetapi hasil pungutannya diberikan kepada pemerintah daerah.

Dalam rangka pelaksanaan Otonomi Daerah dan desentralisasi fiskal, Pemerintah Daerah diharapkan memiliki kemandirian yang lebih besar. Akan tetapi saat ini masih banyak masalah yang dihadapi pemerintah daerah terkait dengan upaya peningkatan penerimaan daerah, antara lain: tingginya tingkat kebutuhan daerah (*fiscal need*) yang tidak seimbang dengan kapasitas fiskal (*fiscal capacity*) yang dimiliki daerah sehingga menimbulkan *fiscal gap*; belum diketahuinya potensi PAD yang mendekati kondisi riil.

Optimalisasi sumber-sumber PAD perlu dilakukan untuk meningkatkan kemampuan keuangan daerah. Untuk itu, diperlukan intensifikasi dan ekstensifikasi subyek dan obyek pendapatan. Dalam jangka pendek kegiatan yang paling mudah dan dapat segera dilakukan adalah dengan melakukan intensifikasi terhadap obyek atau sumber pendapatan daerah yang sudah ada terutama melalui pemanfaatan teknologi informasi. Dengan melakukan efektivitas dan efisiensi sumber atau obyek pendapatan daerah, maka akan meningkatkan produktivitas

PAD tanpa harus melakukan perluasan sumber atau obyek pendapatan baru yang memerlukan studi, proses dan waktu yang panjang. Dukungan teknologi informasi secara terpadu guna mengintensifikasi pajak mutlak diperlukan karena sistem pemungutan pajak yang dilaksanakan selama ini cenderung tidak optimal. Masalah ini tercermin pada sistem dan prosedur pemungutan yang masih konvensional dan masih banyaknya sistem yang berjalan secara parsial, sehingga besar kemungkinan informasi yang disampaikan tidak konsisten, versi data yang berbeda dan data tidak *up-to-date*. Permasalahan pada sistem pemungutan pajak cukup banyak, misalnya: baik dalam hal data wajib pajak/retribusi, penetapan jumlah pajak, jumlah tagihan pajak dan target pemenuhan pajak yang tidak optimal.

Upaya yang perlu dilakukan oleh Pemerintah Daerah dalam rangka meningkatkan pendapatan daerah melalui optimalisasi intensifikasi pemungutan pajak daerah, antara lain dapat dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut :

a. Memperluas basis penerimaan.

Tindakan untuk memperluas basis penerimaan yang dapat dipungut oleh daerah yang dalam perhitungan ekonomi dianggap potensial, antara lain mengidentifikasi pembayaran pajak baru/potensial dan jumlah pembayaran pajak, memperbaiki basis data objek, memperbaiki penilaian, menghitung kapasitas penerimaan dari setiap jenis pungutan.

b. Memperkuat proses pemungutan.

Upaya yang dilakukan dalam memperkuat proses pemungutan antara lain mempercepat penyusunan Perda, mengubah tarif, khususnya tarif retribusi dan peningkatan SDM.

- c. Meningkatkan pengawasan.

Meningkatkan pengawasan, antara lain dengan melakukan pemeriksaan secara dadakan dan berkala, memperbaiki proses pengawasan, menerapkan sanksi terhadap penunggak pajak dan sanksi terhadap pihak fiskus, serta meningkatkan pembayaran pajak dan pelayanan yang diberikan oleh daerah.

- d. Meningkatkan efisiensi administrasi dan menekan biaya pemungutan,

antara lain memperbaiki prosedur administrasi pajak melalui penyederhanaan administrasi pajak, meningkatkan efisiensi pemungutan dari setiap jenis pemungutan.

- e. Meningkatkan kapasitas penerimaan melalui perencanaan yang lebih baik.

Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan koordinasi dengan instansi terkait di daerah (Khairunnis, 2011).

2.4 Pajak Reklame

2.4.1 Pengertian Pemungutan Pajak Reklame

Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda, alat, pembuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau 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 (Ridwan, 2013).

Berdasarkan Peraturan Tahun 2012 pasal 1 ayat (20) tentang Dasar Perhitungan Nilai Sewa Reklame dan Pemasangan Reklame serta Nilai Perolehan Air Tanah menyatakan bahwa yang dimaksud pemungutan pajak reklame Pemungutan adalah suatu rangkaian kegiatan mulai dari penghimpunan data objek dan subjek pajak, penentuan besarnya pajak yang terutang sampai kegiatan penagihan pajak kepada Wajib Pajak serta pengawasan penyetorannya.

2.4.2. Dasar Hukum Pemungutan Pajak Reklame

Dasar hukum pemungutan pajak reklame pada suatu kabupaten atau kota adalah sebagai berikut:

- a. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
- b. Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 yang merupakan perubahan atas Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
- c. Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 tentang Pajak Daerah.
- d. Peraturan Daerah Kabupaten/Kota yang mengatur tentang Pajak Reklame.
- e. Keputusan Bupati/Walikota yang mengatur tentang Pajak Reklame sebagai aturan pelaksanaan peraturan daerah tentang Pajak Reklame pada Kabupaten/Kota yang dimaksud.

2.4.3. Obyek dan Bukan Obyek Pajak Reklame

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bukittinggi No. 6 Tahun 2011, pasal 18 ayat (1) Tentang Pajak Daerah, yang merupakan Obyek Pajak Reklame yaitu

semua penyelenggaraan Reklame. Dan pada ayat ke (2) Objek Pajak sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi :

1. Reklame Papan/*billboard*/*videotron*/*megatron* dan sejenisnya
2. Reklame Kain
3. Reklame Berjalan

Sedangkan pada ayat (3) yang bukan termasuk sebagai objek Pajak Reklame yaitu:

1. Penyelenggaraan Reklame melalui internet, televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan, dan sejenisnya;
2. Label/merk produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan, yang berfungsi untuk membedakan dari produk sejenis lainnya;
3. Nama pengenal usaha atau profesi yang dipasang melekat pada bangunan tempat usaha profesi diselenggarakan sesuai dengan ketentuan yang mengatur nama pengenal usaha atau profesi tersebut;
4. Reklame yang diselenggarakan oleh Pemerintah atau Pemerintah Daerah (Peraturan Daerah Kota Bukittinggi pasal 18 ayat (1-3)).

2.4.4 Subyek dan Wajib Pajak Reklame

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bukittinggi No. 6 Tahun 2011 Tentang Pajak Daerah pasal 19 ayat (1), Subjek Pajak Reklame adalah orang pribadi atau Badan yang menggunakan Reklame. Sedangkan yang merupakan Wajib Pajak Reklame yang tertuang dalam Peraturan Daerah Kota Bukittinggi No. 6 Tahun 2011 Tentang Pajak daerah pasal 19 ayat (2) adalah orang pribadi atau Badan yang menyelenggarakan Reklame (Peraturan Daerah Kota Bukittinggi pasal 19 ayat (1-2)).

2.4.5. Dasar Pengenaan, Tarif dan Tata Cara Perhitungan Pajak Reklame

a. Dasar Pengenaan Pajak Reklame

Berdasarkan Peraturan Kota Bukittinggi tahun 2012 tentang Dasar Perhitungan Nilai Sewa Reklame dan tata cara pemasangan reklame serta perolehan air tanah pasal 2 ayat (1-4) bahwa yang merupakan dasar pengenaan Pajak Reklame adalah nilai sewa reklame. Pajak reklame dikenakan berdasarkan penyelenggaraan oleh pihak ketiga dan penyelenggaraan sendiri oleh wajib pajak.

Dalam hal reklame diselenggarakan oleh pihak ketiga, nilai sewa reklame ditetapkan berdasarkan nilai kontrak reklame. Sedangkan dalam hal reklame diselenggarakan sendiri, nilai sewa reklame dihitung dengan memperhatikan faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, waktu, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah dan ukuran media reklame (Peraturan Kota Bukittinggi Pasal 2 ayat (1-4)).

Berdasarkan Peraturan Kota Bukittinggi tahun 2012 tentang Dasar Perhitungan Nilai Sewa Reklame dan tata cara pemasangan reklame serta perolehan air tanah pasal 3 ayat (1-4) yang merupakan nilai kontrak untuk penyelenggaraan reklame oleh pihak ketiga yaitu biaya kegiatan penyelenggaraan reklame ditetapkan berdasarkan kesepakatan pihak yang melakukan transaksi perjanjian pekerjaan dalam bentuk Akta Perjanjian. Sedangkan Nilai Sewa Reklame untuk penyelenggaraan sendiri oleh wajib pajak ditetapkan berdasarkan nilai jual objek pajak reklame dan nilai strategis lokasi reklame. Nilai jual objek pajak reklame ditetapkan berdasarkan jenis Reklame, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, waktu penyelenggaraan, jumlah, ukuran reklame. Nilai strategis lokasi reklame ditetapkan berdasarkan kriteria tempat lokasi pemasangan reklame (Peraturan Kota Bukittinggi Pasal 3 ayat (1-4)).

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bukittinggi No. 6 Tahun 2011 Tentang Pajak Daerah pasal 20 ayat (1), Dasar pengenaan Pajak Reklame adalah nilai sewa reklame kemudian pada ayat (2) menyatakan bahwa dalam hal reklame diselenggarakan oleh pihak ketiga maka ditetapkan berdasarkan nilai kontrak reklame. Namun pada ayat (3) menyatakan jika reklame diselenggarakan sendiri maka nilai sewa reklame dihitung dengan memperhatikan faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, waktu, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah, dan ukuran media Reklame.

Dasar pengenaan pajak reklame adalah Nilai Sewa Reklame (NSR), yaitu nilai yang ditetapkan sebagai dasar perhitungan penetapan besarnya pajak reklame. Nilai sewa reklame ditentukan melalui nilai jual objek reklame (NJOP) dan nilai strategis pemasangan reklame (NSPR) NSR dapat dihitung dengan rumus:

$$NSR = NJOP + NSPR$$

b. Tarif Pajak Reklame

Tarif Pajak Reklame ditetapkan paling tinggi sebesar 25% (dua puluh lima persen) dan ditetapkan dengan Peraturan Daerah Kabupaten/Kota yang bersangkutan. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan keleluasaan kepada Pemerintah Kabupaten/Kota untuk menetapkan tarif pajak yang dipandang sesuai dengan kondisi masing-masing Daerah Kabupaten/Kota. Dengan demikian, setiap Daerah Kota/Kabupaten diberi kewenangan untuk menetapkan besarnya tarif pajak yang mungkin berbeda dengan Kota/Kabupaten lainnya, asalkan tidak lebih dari 25% (dua puluh lima persen) (Handro, 2013).

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bukittinggi No. 6 Tahun 2011 Tentang Pajak Daerah pasal 21, Tarif Pajak Reklame ditetapkan sebesar 25 % (dua puluh lima persen).

c. Cara Perhitungan Pajak Reklame

Pajak reklame dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Pajak Reklame} = 25\% * \text{NSR}$$

2.5. Pendapatan Asli Daerah

1.5.1 Pengertian Pendapatan Asli Daerah

Menurut Siahan Pendapatan Asli Daerah (PAD) yaitu penerimaan yang diperoleh daerah dari sumber-sumber dalam wilayahnya sendiri yang dipungut berdasarkan Peraturan Daerah sesuai dengan peraturan perundang-undang yang berlaku jenis-jenis Pendapatan Asli Daerah antara lain adalah pajak daerah, retribusi daerah, hasil perusahaan milik daerah dan hasil pengelolaan kekayaan daerah lainnya yang dipisahkan, antara lain bagian laba, dividen, dan penjualan saham milik daerah, serta lain-lain pendapatan asli daerah yang sah, antara lain hasil penjualan aset tetap daerah dan jasa giro (Lengkong,2015).

Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan pendapatan yang diperoleh Daerah berdasarkan Peraturan Daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan (UU No. 33 tahun 2004 pasal 1). PAD merupakan pendapatan daerah yang berasal dari pemanfaatan potensi yang dimiliki Daerah. Dalam era otonomi daerah dituntut untuk mencari alternatif lain yang dapat dimanfaatkan secara optimal guna meningkatkan pendapatan daerah tidak terus bergantung pada pemerintah pusat

dalam mendanai semua aktivitas di daerah. Pemerintah Daerah diharapkan mampu menjalankan roda pemerintahan secara maksimal untuk melakukan pembangunan daerah dengan cara menggali sumber-sumber keuangan yang memanfaatkan potensi yang dimiliki daerah sebagai PAD (Sripradita, 2014).

1.5.2 Jenis-jenis Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Sumber pendapatan daerah terdiri atas :

- a. Pendapatan Asli Daerah (PAD) yaitu :
 1. Hasil pajak daerah
 2. Hasil retribusi daerah
 3. Hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan dan
 4. Lain-lain PAD yang sah,
- b. Dana perimbangan dan
- c. Lain-lain pendapatan daerah yang sah.

Pajak Daerah dan Retribusi Daerah ditetapkan dengan peraturan daerah. Pemerintah daerah dilarang melakukan pungutan atau dengan sebutan lain diluar yang telah ditetapkan undang-undang. Hasil pengelolaan kekayaan daerah seperti huruf a nomor (3 dan 4) ditetapkan dengan Perda berpedoman pada peraturan perundang-undangan.

Dana perimbangan terdiri atas :

1. Dana Bagi Hasil
2. Dana Alokasi Umum (DAU)
3. Dana Alokasi Khusus (DAK), (UU no. 32/2004 pasal 159).

Dana Bagi Hasil bersumber dari pajak dan sumber daya alam. Dana Bagi Hasil yang bersumber dari pajak terdiri atas :

1. Pajak Bumi dan Bangunan sektor pedesaan, perkotaan, perkebunan, pertambangan serta kehutanan.
2. Bea Perolehan atas Hak Tanah dan Bangunan (BPHTB).
3. Pajak Penghasilan (PPh) pasal 21, pasal 25, dan pasal 29 wajib pajak orang pribadi dalam negeri.

Dana Bagi Hasil yang bersumber dari Sumber Daya Alam berasal dari :

1. Penerimaan kehutanan yang berasal dari iuran Hak Pengusahaan Hutan (HPH), Provisi Sumber Daya Hutan (PSDH), dan dana reboisasi yang dihasilkan dari wilayah daerah yang bersangkutan.
2. Penerimaan pertambangan umum yang berasal dari penerimaan iuran tetap (*landrent*) dan penerimaan iuran eksplorasi dan iuran eksploitasi (*royalty*) yang dihasilkan dari wilayah daerah yang bersangkutan.
3. Penerimaan perikanan yang diterima secara nasional yang dihasilkan dari penerimaan pungutan perusahaan perikanan dan penerimaan pungutan hasil perikanan.
4. Penerimaan pertambangan minyak yang dihasilkan dari wilayah daerah yang bersangkutan.
5. Penerimaan pertambangan gas alam yang dihasilkan dari wilayah daerah yang bersangkutan.
6. Penerimaan pertambangan panas bumi yang berasal dari penerimaan setoran bagian pemerintahan, iuran tetap dan iuran produksi yang dihasilkan wilayah daerah yang bersangkutan.

DAU dialokasikan berdasarkan persentase tertentu dari pendapatan dalam Negeri netto yang ditetapkan dalam APBN. DAU untuk suatu daerah ditetapkan berdasarkan kriteria tertentu yang menekankan pada aspek pemerataan dan keadilan yang selaras dengan penyelenggaraan urusan pemerintahan yang formula dan perhitungan DAU-nya ditetapkan sesuai Undang-Undang (pasal 161).

DAK dialokasikan dari APBN kepada daerah tertentu dalam rangka pendanaan pelaksanaan desentralisasi untuk:

1. Mendanai kegiatan khusus yang ditentukan pemerintahan atas dasar prioritas Nasional.
2. Mendanai kegiatan khusus yang diusulkan daerah tertentu. Pendekatan yang digunakan dalam merumuskan Keuangan Negara adalah dari sisi objek, subjek, proses, dan tujuan.

Dari sisi objek, yang dimaksud dengan Keuangan Negara meliputi semua hak dan kewajiban Negara yang dapat dinilai dengan uang, termasuk kebijakan dan kegiatan dalam bidang fiskal, moneter dan pengelolaan kekayaan Negara yang dipisahkan, serta segala sesuatu baik berupa uang maupun barang yang dapat dijadikan milik Negara terkait pelaksanaan hak dan kewajiban tersebut.

Dari sisi subjek, yang dimaksud dengan Keuangan Negara meliputi seluruh objek yang telah disebutkan sebelumnya, yang dimiliki Negara dan atau dikuasai oleh pemerintah pusat, Pemda, Perusahaan Negara/Daerah, dan badan lain yang ada kaitannya dengan keuangan Negara.

Dari segi proses, Keuangan Negara mencakup seluruh rangkaian kegiatan yang berkaitan dengan pengelolaan objek, sebagaimana disebutkan sebelumnya,

mulai dari perumusan kebijakan dan pengambilan keputusan, sampai dengan pertanggungjawaban.

Dari segi tujuan, Keuangan Negara meliputi seluruh kebijakan, kegiatan, dan hubungan hukum yang berkaitan dengan pemilikan dan atau penguasaan objek sebagaimana disebutkan sebelumnya dalam rangka penyelenggaraan Pemerintah Negara (Muindro Renyowijoyo,2007).

2.6 Analisis Efektivitas serta Kontribusi

2.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yaitu metode yang digunakan dengan menggambarkan, menjabarkan dan menganalisa masalah objek yang diteliti yang bertujuan untuk mendeskripsikan permasalahan secara sistematis dan aktual mengenai fakta-fakta serta sifat dari objek penelitian.

2.6.2 Efektivitas Pajak

Efektivitas merupakan tingkat pencapaian hasil program dengan target yang ditetapkan. Secara sederhana efektivitas merupakan perbandingan outcome dengan output. Efektivitas menunjukkan kesuksesan atau kegagalan dalam pencapaian tujuan. Apabila suatu organisasi berhasil mencapai tujuan, maka organisasi tersebut dikatakan telah berjalan dengan efektif. Hal terpenting yang perlu dicatat adalah bahwa efektivitas tidak menyatakan tentang berapa besar biaya yang telah dikeluarkan untuk mencapai tujuan tersebut. Biaya boleh jadi melebihi apa yang telah dianggarkan, boleh jadi dua kali lebih besar atau bahkan



tiga kali lebih besar dari pada yang telah dianggarkan. Efektivitas hanya melihat apakah suatu program atau kegiatan telah mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Mardiasmo,2009).

Berkaitan dengan masalah perpajakan, menurut Devas 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) (Suryani, 2015).

Rasio Efektivitas pajak dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut (Mahmudi,2016).

$$Efektivitas = \frac{Realisasi Pajak Reklame}{Target Pajak Reklame} \times 100\%$$

Dibawah ini adalah tingkat efektivitas dalam mengukur efektivitas keuangan daerah otonom yang digolongkan kedalam beberapa kategori, yaitu:

Tabel 2.1
Tingkat Mengukur Efektivitas

Persentase	Kriteria
>100%	Sangat Efektif
80%-100%	Efektif
60%-80%	Cukup Efektif
40%-60%	Tidak Efektif

Sumber: Sidik (dikutip oleh Enggar, Sri Rahayu, Dan Wahyudi, 2011)

Tingkat efektivitas pajak reklame dapat dihitung dengan membandingkan antara realisasi penerimaan pajak reklame dengan target penerimaan pajak reklame. Apabila perhitungan efektivitas pajak reklame menghasilkan angka atau presentase mendekati atau melebihi 100%, maka pajak reklame semakin efektif

atau dengan kata lain kinerja pemungutan pajak reklame Kota Bukittinggi semakin baik. Dalam penelitian ini yang dipertimbangkan dalam menentukan efektivitas hanya pencapaian target.

2.6.3 Kontribusi Pajak

Kontribusi yang diberikan seseorang untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas hidupnya. Hal ini dilakukan dengan cara menajamkan posisi perannya, sesuatu yang kemudian mejadi bidang spesialis, agar lebih tepat sesuai dengan kompetensi. Kontribusi Pajak Reklame terhadap Penerimaan Pajak Daerah dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut: (Mahsun,2013)

$$\text{Kontribusi} = \frac{\text{Realisasi Pajak Reklame}}{\text{Realisasi PAD}} \times 100\%$$

Di bawah ini adalah tabel persentase kontribusi Pajak Reklame terhadap Penerimaan Pajak Daerah, dapat dikategorikan sebagai berikut: (Ratdianto,2016).

Tabel 2.2
Tingkat Kontribusi Pajak Reklame

Persentase	Kriteria
>50%	Sangat Baik
40% - 50%	Baik
30% - 40%	Cukup Baik
20% - 30%	Sedang
10% - 20%	Kurang
<10%	Sangat Kurang

Sumber: Sidik (dikutip oleh Enggar, Sri Rahayu, Dan Wahyudi, 2011)

2.7 Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya mengenai Pajak Reklame diantaranya adalah penelitian yang dilakukan Saddam pada tahun 2014 menulis tentang “Intensifikasi Pemunguta Pajak Reklame dan Kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah

Kabupaten Bone”, dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan hasil dari penelitian ini yaitu Intensifikasi pemungutan pajak reklame di Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Bone sudah cukup baik dan rata-rata Kontribusi Pajak Reklame terhadap pajak daerah Kabupaten Bone dari tahun 2009-2012 sebesar 0,61 %. Dalam hal ini Kontribusi Pemungutan Pajak Reklame di Kabupaten Bone dikategorikan tidak Efektif. Perbedaan penelitian ini dengan yang penulis lakukan adalah penelitian sebelumnya mengukur besar intensifikasi dan kontribusi pajak reklame di Kabupaten Bone. Sedangkan dalam penelitian ini penulis menganalisis mengenai efektivitas serta kontribusi pajak reklame di Kota Bukittinggi dengan menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Andi Mahyudin Pawiloi pada tahun 2014 tentang “Analisis Kontribusi Pajak Reklame dan Pajak Hotel terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Makassar”, analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis kuantitatif dan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kontribusi penerimaan pajak reklame dan pajak hotel terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Makassar pada tahun 2009-2013 adalah relatif tidak signifikan karena tren keduanya berbanding terbalik dengan Pendapatan Asli Daerah Kota Makassar yang terus meningkat dalam lima tahun terakhir dan efektivitas penerimaan pajak reklame dan pajak hotel menurun dalam lima tahun terakhir sehingga belum mampu meningkatkan kontribusi pajak reklame dan pajak hotel terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Makassar.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Junius Nanda Purna ebtawan pada tahun 2012 tentang “Analisis Efektivitas dan Kontribusi Pajak Daerah terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Madiun tahun 2002-2011”, dengan menggunakan

pendekatan kuantitatif dengan analisis rasio, DDF (Derajat Desentralisasi Fiskal), Elastisitas PAD, dan hasil dari analisis rasio menunjukkan bahwa tingkat efektivitas pemungutan pajak di kota Madiun terbesar yaitu pada tahun 2011 mencapai 155 % dari target yang telah ditentukan, tingkat efisiensi pemungutan pajak di kota Madiun sudah efisien, hal ini ditunjukkan dari rasio biaya pemungutan pajak daerah terhadap realisasi penerimaan pajak rata-rata sebesar 0,7 %, kontribusi pajak daerah terhadap pendapatan asli daerah berasal dari pajak penerangan jalan yang bersumber dari PLN mencapai rata-rata sebesar 53,92 %.

Perbedaan penelitian ini dengan yang penulis lakukan terletak pada jenis pajak yang digunakan, pada penelitian sebelumnya membahas pajak daerah secara keseluruhan sedangkan pada penelitian penulis fokus pada salah satu dari pajak daerah yaitu pajak reklame dengan menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yang fokus pada analisis efektivitas dan analisis kontribusi.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh R. Waita Ningrum Pada tahun 2015 tentang “Analisis Efektifitas Dan Efisiensi Pemungutan Pajak Reklame Serta Kontribusinya Terhadap Penerimaan Pajak Daerah di Kota Surakarta tahun 2011-2015”. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis kuantitatif dan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Efektivitas penerimaan Pajak Reklame di Kota Surakarta dari tahun 2011-2015 yaitu masuk kategori sangat efektif, artinya dalam kurun waktu 2011-2015 realisasi penerimaan Pajak Reklame melebihi target yang ditetapkan. Efisiensi penerimaan Pajak Reklame di Kota Surakarta dari tahun 2011-2015 yaitu masuk kategori sangat efisien, artinya dalam kurun waktu 2011-2015 biaya pemungutan pajak

reklame sangat kecil dibandingkan dengan jumlah penerimaan pajak reklame. Kontribusi Pajak Reklame terhadap pajak daerah di Kota Surakarta dari tahun 2011-2015 yaitu memiliki kontribusi yang fluktuatif. Tingkat kontribusi paling tinggi adalah pada tahun 2011 dengan persentase sebesar 7,58%, sedangkan tingkat kontribusi paling rendah ditunjukkan tahun 2014 dengan persentase sebesar 3,14%. Kontribusi Pajak Reklame Terhadap pajak daerah di Kota Surakarta dari tahun 2011-2015 secara rata-rata adalah sebesar 4,46%, jika didasarkan pada kriteria atau indikator penilaian kontribusi, maka penilaiannya masuk kategori sangat kurang. Perbedaan penelitian dengan yang penulis lakukan terletak pada pendapatan asli daerah dan jenis pajak serta pendekatan kuantitatif yang penulis fokus pada efektivitas dan kontribusi.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Edy Sujana pada tahun 2017 tentang “Analisis Efektivitas Penerimaan Dan Efisiensi Pemungutan Pajak Reklame Serta Kontribusinya Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Gianyar Tahun 2014-2016” dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis rasio dan elastisitas PAD, dan hasil dari analisis rasio menunjukkan bahwa Tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame Kabupaten Gianyar pada tahun 2014 - 2016 yakni sebesar 104.21% untuk tahun 2014; 105.10% untuk tahun 2015 dan 107.54% untuk tahun 2016 yang tergolong sangat efektif. Tingkat efisiensi pemungutan pajak reklame Kabupaten Gianyar pada tahun 2014 - 2016 tergolong sangat efisien dengan prosentase sebesar 4,04% pada tahun 2014; 3,67% pada tahun 2015 dan 3,30% pada tahun 2016 secara keseluruhan berada pada tingkat sangat efisien,. Kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Gianyar pada tahun 2014 - 2016 yakni sebesar 0,69% untuk

tahun 2014; 0,70% untuk tahun 2015 dan 0,60% untuk tahun 2016 yang berkontribusi sangat kurang dengan rasio kontribusi yang berfluktuatif setiap tahunnya. Perbedaan penelitian ini dengan penulis terletak pada pendekatan kuantitatif efektifitas.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Suryani pada tahun 2009 tentang "Efektifitas Pajak Reklame Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Di Kota Surakarta tahun 2004-2008", dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis rasio, elastisitas PAD. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pemungutan pajak reklame yang telah dilakukan oleh DPPKA Kota Surakarta dalam tahun anggaran 2004 sampai dengan tahun anggaran 2008 cukup efektif, terbukti dengan hasil dari Analisis Ratio Hasil Guna dari pajak reklame setiap tahunnya mampu melebihi dari 100%, yaitu rata-rata tiap tahunnya 100,4 %. sudah berjalan efektif, walaupun sifatnya fluktuatif. Perbedaan penelitian ini dengan penulis terletak pada pendekatan kuantitatif yang fokus pada analisis efektifitas. Perbedaan penelitian ini terletak pada analisis kontribusi.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh I Made Budi Kusuma Arsana A.B pada tahun 2012 Tentang "Analisis Efektivitas Dan Efisiensi Pajak Reklame Serta Prospeknya Di Kabupaten Badung" analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis kuantitatif dan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Tingkat efektifitas penerimaan pajak reklame di Kabupaten Badung dari tahun 2002 – 2011 rata- rata sebesar 110,10 persen dan tergolong sangat efektif. Tingkat efisiensi penerimaan pajak reklame di Kabupaten Badung dari tahun 2002- 2011 rata –rata sebesar 16,07 persen. Hal ini berarti bahwa tingkat efisiensinya termasuk dalam kategori sangat efisien yaitu kurang dari 60 persen. Prospek

penerimaan pajak reklame di Kabupaten Badung dari tahun 2012 adalah Rp 8.709.322.566 dan pada tahun 2013 meningkat menjadi Rp 9.412.055.924, untuk tahun 2014 prospek penerimaan pajak reklame adalah sebesar Rp10.114.779.282, sedangkan untuk tahun 2015 prospek penerimaan pajak reklame adalah sebesar Rp10.817.502.640. perbedaan penelitian ini dengan yang penulis lakukan terletak pada pendekatan kuantitatif yang fokus pada analisis efektivitas dan analisis kontribusi.

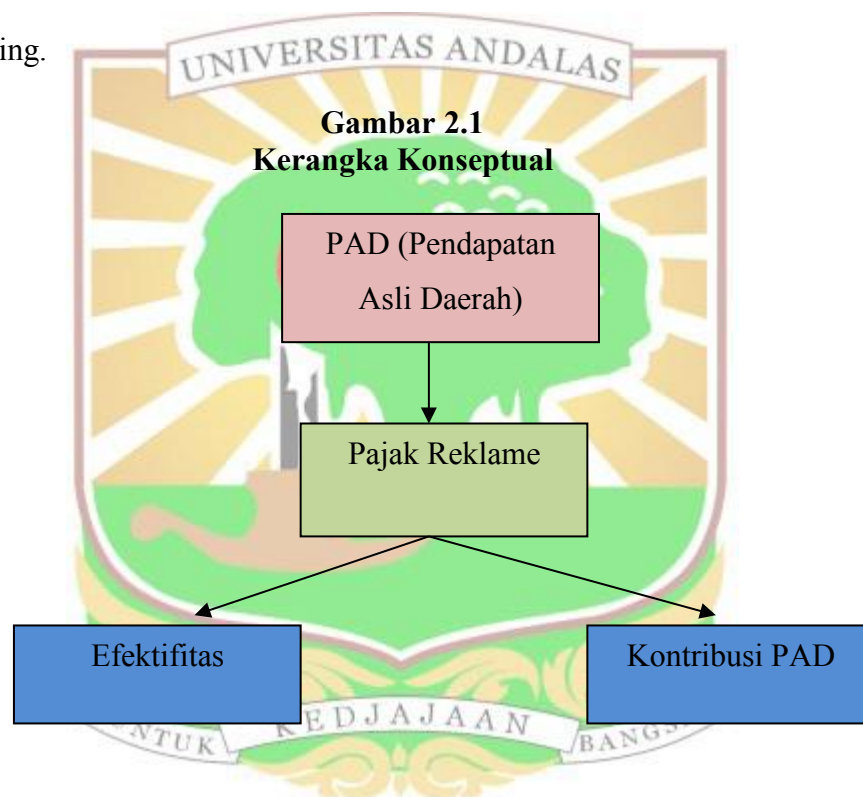
Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh purnama wati pada tahun 2016 tentang “Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pajak Daerah Dan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Batanghari tahun 2011-2015”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Perkembangan Pajak Reklame Kabupaten Batanghari sebesar 11.73 % setiap tahun, Perkembangan Pajak Daerah sebesar 33.45% setiap tahun dan perkembangan Pendapatan Asli Daerah sebesar 28.31% serta Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pajak Daerah Kabupaten Batanghari sebesar 5.77 % setiap tahun, sedangkan Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah sebesar 1.25% setiap tahun. Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pajak Daerah dan Pendapatan Asli Daerah sebesar 1.03%. Penelitian ini menunjukkan bahwa perkembangan Pajak Reklame meningkatkan Keuangan Daerah yaitu Pajak Daerah dan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Batanghari.

Perbedaan penelitian ini dengan yang penulis lakukan yaitu terletak pada metode analisis data yang digunakan. Pada penelitian sebelumnya fokus pada analisis kontribusi. Sedangkan pada penelitian ini penulis bukan hanya sekedar membahas mengenai analisis kontribusi tapi juga membahas tentang analisis efektivitas dan juga analisis efisiensi dan perbedaan penelitian juga terletak pada

jenis pajak yang diteliti. Pada Penelitian sebelumnya fokus pada dua jenis pajak yaitu pajak hotel dan pajak reklame. Sedangkan pada penelitian ini penulis hanya fokus pada pajak reklame.

2.8 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan model konseptual bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.



2.9 Hipotesa

Berdasarkan pemikiran yang terkandung dalam masalah pokok dan tujuan yang hendak dicapai maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Diduga efektifitas pajak reklame Kota Bukittinggi dari tahun 2008 – 2017 telah efektif

2. Diduga pajak reklame di Kota Bukittinggi dari tahun 2008 –2017 memiliki kontribusi besar terhadap Pendapatan Asli Daerah.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

1.1 Data Dan Sumber Data

3.1.1 Jenis Data

Berdasarkan jenisnya data dibagi menjadi 2 yaitu data primer dan data sekunder. Data Primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya, dimana teknik pengumpulan datanya adalah antara lain dengan observasi, wawancara, diskusi terfokus dan penyebaran kuisisioner. Sedangkan data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder menurut kurun waktu. Data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia.

3.1.2 Sumber Data

Data yang digunakan adalah dengan melihat PAD terkhususnya data pajak reklame yang dapat diambil datanya dari Dinas Pengelola Keuangan Daerah dan Aset (DPKA) Kota Bukittinggi.

3.1.3 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik dokumentasi yaitu dengan cara mencari data yang telah ada di instansi terkait, yaitu Dinas Pengelola Keuangan Daerah dan Aset Kota Bukittinggi.

3.2 Defenisi Operasional Variabel

Adapun deskripsi data dan variabel yang akan diteliti adalah sebagai berikut :

1. Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Bukittinggi terdiri dari perolehan hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, pajak daerah, retribusi, pendapatan dari laba perusahaan daerah (BUMD) dan pendapatan-pendapatan lain yang sah.
2. Efektifitas Pajak Reklame adalah angka perbandingan realisasi penerimaan Pajak Reklame dengan target Pajak Reklame yang telah ditetapkan. Jika realisasi penerimaan Pajak Reklame dari target Pajak Reklame maka dapat dikatakan efektif penerimaannya.
3. Kontribusi penerimaan Pajak Reklame adalah angka perbandingan penerimaan Pajak Reklame periode tertentu dengan penerimaan PAD periode tertentu pula. Semakin besar hasilnya berarti semakin besar pula peranan Pajak Reklame terhadap PAD, begitu pula sebaliknya.

3.2.1 Efektivitas

Efektivitas adalah kemampuan pemerintah daerah dalam merealisasikan pendapatan asli daerah yang direncanakan dibandingkan dengan target yang ditetapkan berdasarkan potensi riil daerah. Efektivitas terkait dengan hubungan

antara hasil yang diharapkan dengan hasil yang sesungguhnya dicapai (Mahmudi 2015).

$$Efektivitas = \frac{Realisasi Pajak Reklame}{Target Pajak Reklame} \times 100\%$$

Efektivitas pajak reklame yaitu menggambarkan pencapaian realisasi penerimaan pajak reklame sesuai dengan hasil yang di targetkan.

Efektivitas pajak reklame dapat diketahui dengan mengambil data realisasi penerimaan pajak reklame pada tahun tertentu dan data anggaran atau target pajak reklame pada tahun tertentu. Rasio efektivitas pajak reklame dapat dihitung dengan rumus (Halim 2008).

3.2.2 Kontribusi

Kontribusi yang diberikan seseorang untuk meningkatkan efektivitas hidupnya. Hal ini dilakukan dengan cara menajamkan posisi perannya, sesuatu yang kemudian mejadi bidang spesialis, agar lebih tepat sesuai dengan kompetensi (Mourin. M. Mosal, 2013). Kontribusi Pemungutan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut: (Mohammad Mahsun, 2013).

$$Kontribusi = \frac{Realisasi Pajak Reklame}{Realisasi PAD} \times 100\%$$

3.2.3 Pendapatan Asli Daerah (PAD)

PAD sebagai salah satu penerimaan daerah mencerminkan tingkat kemandirian daerah. Semakin besar PAD maka menunjukkan bahwa daerah itu

mampu melaksanakan desentralisasi fiskal dan ketergantungan terhadap pemerintah pusat berkurang. PAD diartikan sebagai penerimaan dari sumber-sumber dalam wilayahnya sendiri, yang dipungut berdasarkan Undang-undang yang berlaku (Rahayu, 2002).

Pendapatan asli daerah berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pusat dan Daerah Pasal 1 angka 18 bahwa “Pendapatan asli daerah, selanjutnya disebut PAD adalah pendapatan yang diperoleh daerah yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan”.

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). 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.

Dengan dilaksanakannya otonomi daerah, pemerintah daerah diharapkan dapat mengelola potensi dan sumber daya daerahnya dengan optimal. Sebagai dampak keberhasilan tersebut akan tercermin dalam pendapatan asli daerah (PAD) yang akan memperlihatkan kemandirian daerah.

Suryono (2010) mengatakan bahwa pendapatan asli daerah dapat dikatakan sebagai pendapatan rutin dari usaha-usaha pemerintah daerah dalam memanfaatkan potensi-potensi sumber-sumber keuangan untuk membiayai tugas dan tanggung jawabnya. Selanjutnya Widjaja (2004) mengatakan PAD merupakan pendapatan yang diterima oleh daerah sendiri dari pajak, retribusi, hasil

perusahaan milik daerah , dan hasil pengelolaan kekayaan seperti laba dividen dan penjualan saham milik daerah serta pinjaman lain-lain.

3.3 Metode Analisis Data

Analisis data merupakan proses penyederhanaan data dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Metode yang dipilih untuk menganalisis data harus sesuai dengan pola penelitian dan variabel yang akan diteliti.

3.3.1 Unit Analisis

Unit analisis yang diteliti dalam penelitian ini adalah pajak reklame dan Pendapatan Asli daerah. Pajak reklame merupakan pajak daerah yang dipungut oleh pemerintah daerah yang diatur berdasarkan peraturan daerah masing-masing dan hasil pungutannya digunakan untuk pembiayaan rumah tangga daerah. Pendapatan Asli Daerah adalah sumber keuangan daerah yang digali dari dalam wilayah daerah yang bersangkutan yang terdiri dari hasil pajak daerah, hasil retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain pendapatan yang sah.

3.4 Metode Analisis

3.4.1 Efektivitas

Efektivitas adalah kemampuan pemerintah daerah dalam merealisasikan pendapatan asli daerah yang direncanakan dibandingkan dengan target yang ditetapkan berdasarkan potensi riil daerah. Efektivitas terkait dengan hubungan

antara hasil yang diharapkan dengan hasil yang sesungguhnya dicapai (Mahmudi 2015).

Kemampuan daerah dalam menjalankan tugas dikategorikan efektif apabila rasio yang dicapai mencapai minimal sebesar satu atau 100%. Namun demikian semakin tinggi rasio efektivitas, maka kemampuan daerah pun semakin baik (Halim 2008). Rasio efektivitas ditunjukkan pada tabel berikut ini:

Tabel 3.1
Tingkat Mengukur Efektivitas Pajak Reklame

Persentase	Kriteria
>100%	Sangat Efektif
80%-100%	Efektif
60%-80%	Cukup Efektif
40%-60%	Tidak Efektif

Sumber: Sidik (dikutip oleh Enggar, Sri Rahayu, Dan Wahyudi, 2011)

3.4.2 Kontribusi

Kontribusi pajak reklame adalah seberapa besar pengaruh atau peran serta penerimaan pajak daerah terhadap PAD (Halim 2004).

Tabel 3.2
Tingkat Kontribusi Pajak Reklame

Persentase	Kriteria
>50%	Sangat Baik
40% - 50%	Baik
30% – 40%	Cukup Baik
20% – 30%	Sedang
10% - 20%	Kurang
<10%	Sangat Kurang

Sumber: Sidik (dikutip oleh Enggar, Sri Rahayu, Dan Wahyudi, 2011)

Tujuan perhitungan kontribusi pajak reklame ini adalah untuk mengetahui kontribusi penerimaan pajak parkir tersebut potensial atau tidak potensial. Kontribusi pajak reklame dikatakan potensial apabila kontribusi pajak reklame

lebih besar dari rata-rata kontribusi seluruh retribusi daerah, dan dikatakan tidak potensial apabila kontribusi pajak reklame lebih kecil dari rata-rata kontribusi seluruh retribusi daerah (Adi 2013).

3.4.3 Output Analisis

Output yang akan dihasilkan dalam penelitian ini yaitu mengetahui bagaimana tingkat efektivitas dan tingkat kontribusi pajak reklame dengan pengaruhnya terhadap penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

BAB IV

GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

4.1 Kondisi Geografis Kota Bukittinggi

Kota Bukittinggi adalah salah satu daerah tingkat II di Provinsi Sumatera Barat. Kota ini pernah menjadi ibu kota Indonesia pada masa pemerintahan darurat republik Indonesia. Pada zaman perjuangan kemerdekaan RI Bukittinggi berperan sebagai kota perjuangan dari bulan Desember 1948 sampai bulan Juni 1949 ditunjuk sebagai Ibu kota RI setelah Yogyakarta jatuh. Berdasarkan UU No 4 tahun 1950 menetapkan Bukittinggi sebagai ibu kota Provinsi Sumatera Tengah yang meliputi Sumatera Barat, Jambi, dan Riau.

Secara geografis, Kota Bukittinggi terletak antara 100°20'-100°25' Bujur Timur dan 00°16'-00°20' Lintang Selatan dengan ketinggian sekitar 780-950 meter dari permukaan laut, dengan batas-batas sebagai berikut:

- Sebelah Utara berbatasan dengan Nagari Gadut dan Kapau Kecamatan Tiltang Kamang Kabupaten Agam
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Taluak IV Suku Kecamatan Banuhampu Kabupataen Agam
- Sebelah Barat berbatasan dengan Nagari Sianok, Guguk dan Koto Gadang Kecamatan IV Koto Kabupaten Agam
- Sebelah Timur berbatasan dengan Nagari Tanjung Alam, Ampang Gadang Kecamatan IV Angkek Kabupaten Agam

Jarak Kota Bukittinggi dari Ibu Kota Propinsi Sumatra Barat adalah sekitar 90 Km, dengan melalui jalan yang menanjak dan berliku, terutama dilokasi wisata alam Lembah Anai yang terkenal dengan air terjunnya kondisi alam Kota Bukittinggi berupa perbukitan dengan lapisan tuff dari lereng gunung marapi sehingga tanahnya subur, namun demikian luas daerah yang dimanfaatkan untuk pertanian sedikit sekali. Hal ini disebabkan karena sebagian digunakan untuk pemukiman penduduk, hotel dan pasar. Lokasi pasar yang terluas terdapat di kecamatan Guguk Panjang yaitu Pasar Aur Kuning, Pasar Ateh dan Pasar Bawah.

4.2 Kondisi Demografis Kota Bukittinggi

Luas Kota Bukittinggi lebih kurang 25.239 km² atau setara dengan luas 0,06 persen dari luas Provinsi Sumatra Barat Kota Bukittinggi terdiri dari 3 Kecamatan dan 24 Kelurahan dengan Kecamatan yang terluas adalah Mandiingin Koto Selayan mencapai luasnya yaitu 12.156 km². Rincian untuk luas kota bukittinggi berdasarkan kecamatan bisa dilihat pada table berikut :

Tabel 4.1
Jumlah kecamatan, luas dan Persentase Daerah Menurut Kecamatan
Tahun 2016

Kecamatan	Kelurahan	Luas daerah	Persentase luas kecamatan
Guguak Panjang	7	6.831	27.07
Mandiingin koto selayan	9	12.156	48.16
Aua Birugo Tigo Baleh	8	6.252	24.77
Bukittinggi	24	25.239	100

Sumber: BPS Bukittinggi Dalam angka 2017

Pada table 4.1 di atas terlihat bahwa Kota Bukittinggi terdiri dari 3 Kecamatan dan 24 Kelurahan, dengan Kecamatan yang terluas daerahnya adalah Kecamatan Mandiingin Koto Selayan yaitu 12.156 km². Kemudian diikuti dengan Kecamatan

Guguak Panjang dengan luas daerahnya 6.831 km². Dan yang terakhir adalah Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh dengan luas daerah 6.252 km².

Kondisi topografi Kota Bukittinggi berbukit-bukit dan berlembah, beberapa bukit tersebut tersebar dalam wilayah perkotaan diantaranya Bukit Ambacang, Bukit Tambun Tulang, Bukit Kubangan Kabau, Bukit Pinang Nan Sabatang, Bukit Cangang, dan Bukit Paninjauan. Selain itu terdapat lembah yang dikenal dengan Ngarai Sianok dengan kedalaman antara 75-110 m, yang didasarnya mengalir sebuah sungai yang disebut dengan Batang Masang.

Tabel 4.2
Jumlah Penduduk, Menurut Kecamatan dan Luas Daerah di Kota Bukittinggi Tahun 2016

Kecamatan	Luas wilayah km ²	Laki-laki	Perempuan	Jumlah total
Guguak Panjang	6.831	23.214	24.554	47.768
Mandiingin Koto Selayan	12.156	23.651	24.417	48.068
Aur Birugo Tigo Baleh	6.252	13.638	15.241	28.876
Bukittinggi 2015	25.239	59.419	63.202	122.621
Bukittinggi 2014	25.239	58.408	62.083	120.621
Bukittinggi 2013	25.239	57.261	60.999	118.26
Bukittinggi 2012	25.239	56.094	59.981	116.075
Bukittinggi 2011	25.239	55.008	58.895	113.903
Bukittinggi 2010	25.239	53.845	57.467	111.312

Sumber: BPS Bukittinggi Dalam Angka 2016

Pada tabel 4.2 dapat kita lihat bahwa penduduk Kota Bukittinggi pada tahun 2016 adalah sebanyak 124.715 jiwa. Dari tahun 2010 ke tahun 2016 penduduk Kota Bukittinggi terus mengalami peningkatan dengan laju pertumbuhan penduduk sebesar 1.88 persen pertahun. Berdasarkan jenis kelamin, Kota Bukittinggi secara keseluruhan dari tahun 2010 hingga 2016 lebih dipadati oleh penduduk wanita dibanding laki-laki.

Penyebaran penduduk Kota Bukittinggi paling banyak adalah di Kecamatan Mandiangin Koto Selayan dengan jumlah penduduk sebesar 48.068. Tingginya tingkat penyebaran penduduk di kecamatan ini ditandai dengan banyaknya pembangunan perumahan baik yang dilakukan oleh perusahaan pengembang maupun oleh perorangan.

Namun demikian Kecamatan Guguk Panjang masih menjadi kecamatan dengan tingkat kepadatan paling tinggi yaitu 47.768 jiwa. Diikuti Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh sebanyak 28.876 jiwa dan Kecamatan Mandiangin Koto Selayan (Badan Pusat Statistik Bukittinggi, 2016).

4.3 Kondisi Ekonomi

Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Bukittinggi Tahun 2016 sebanyak Rp.71,30 milyar dengan rincian Pajak Daerah sebesar Rp.30,70 milyar, Retribusi Daerah sebesar Rp.21,07 milyar, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan sebesar Rp.4,60 milyar dan lain-lain Pendapatan Asli Daerah yang sah sebesar Rp.14,89 milyar.

Jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya PAD 2016 Kota Bukittinggi mengalami kenaikan. Tahun 2016 Pendapatan Asli Daerah yang terkumpul sebesar Rp.71,30 milyar sehingga terdapat kenaikan Pendapatan Asli Daerah sebesar Rp.5,28 milyar. Peningkatan Pendapatan Asli Daerah ini dikarenakan meningkatnya sumbangan semua sumber-sumber yang membentuk Pendapatan Asli Daerah.

4.4 Kondisi Pajak Reklame

Tabel 4.3
Realisasi Pajak Reklame Dari Tahun 2008-2017

Tahun	Realisasi Pajak Reklame (Rp)
2008	821.830.874
2009	816.778.329
2010	688.234.394
2011	565.043.339
2012	747.977.672
2013	745.057.333
2014	357.999.126
2015	449.094.696
2016	458.027.476
2017	823.901.068

Sumber : DPPKA Kota Bukittinggi Tahun 2008-2017

Dapat di lihat pada table diatas bahwa realisasi penerimaan pajak reklame dari tahun 2008-2017 di Kota Bukittinggi menunjukkan perubahan yang berfluktuasi. Dimana realisasi penerimaan pajak reklame tertinggi terdapat pada tahun 2017 yaitu sebesar Rp.823.901.068. Sedangkan realisasi penerimaan pajak reklame terendah terdapat pada tahun 2014 yaitu sebesar Rp.357.999.126.

Selama 10 tahun terakhir ini terlihat bahwa pada tahun 2013 ke tahun 2014 realisasi penerimaan pajak reklame mengalami penurunan drastis. Yaitu pada tahun 2013 penerimaan pajak reklame yaitu sebesar Rp.745.057.333 sedangkan pada tahun 2014 penerimaan pajak reklame yaitu sebesar Rp.357.999.126. Hal ini dikarenakan realisasi yang diterima jauh dari target yang akan dicapai oleh pemerintah karena adanya oknum-oknum tertentu yang yang memasang reklame tidak menghiraukan peraturan yang sudah ditetapkan. Mereka memasang reklame tanpa membayar pajaknya terlebih dahulu sehingga tidak terdaftar di Dinas Pendapatan Daerah Kota Bukittinggi.

BAB V

TEMUAN EMPIRIS DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN

5.1 Temuan Empiris

5.1.1 Efektivitas

Efektivitas pajak daerah menggambarkan kemampuan pemerintah dalam merealisasikan pajak daerah yang didapatkan dibandingkan dengan anggaran yang ditetapkan berdasarkan potensi riil daerah. Oleh karena itu efektivitas pajak reklame dapat dihitung dengan membandingkan antara realisasi penerimaan Pajak Reklame dengan target Pajak Reklame. Seperti rumus dibawah ini :

$$\text{Efektivitas} = \frac{\text{Realisasi Pajak Reklame}}{\text{Target Pajak Reklame}} \times 100 \%$$

Apabila perhitungan efektivitas Pajak Reklame menghasilkan presentase mendekati atau melebihi 100%, maka Pajak Reklame efektif atau pemungutan Pajak Reklame di Kota Bukittinggi semakin baik. Kriteria perhitungan efektivitas seperti tabel dibawah ini :

Tabel 5.1
Tingkat Mengukur Efektivitas Keuangan Daerah

Persentase	Kriteria
>100%	sangat Efektif
80%-100%	Efektif
60%-80%	cukup efektif
40%-60%	tidak efektif

Sumber: Sidik (dikutip oleh Enggar, Sri Rahayu, Dan Wahyudi, 2011)

Di Kota Bukittinggi perhitungan efektivitas pajak reklame dari tahun 2008-2017 adalah seperti pada tabel dibawah ini :

Tabel 5.2
Efektivitas Pajak Reklame Kota Bukittinggi Tahun 2008-2017

Tahun	Target Penerimaan Pajak Reklame (Rp)	Realisasi Penerimaan Pajak Reklame (Rp)	Efektifitas	Kriteria
2008	630.000.000	821.830.874	130.44%	Sangat efektif
2009	850.000.000	816.778.329	96.09%	Efektif
2010	860.000.000	688.234.394	80.02%	Efektif
2011	860.000.000	565.043.339	65.70%	Cukup efektif
2012	955.057.051	747.977.672	78.31%	Cukup efektif
2013	955.057.051	745.057.333	78.01%	Cukup efektif
2014	955.057.051	357.999.126	37.48%	Tidak efektif
2015	645.000.000	449.094.696	69.62%	Cukup efektif
2016	445.000.000	458.027.476	102.92%	Sangat efektif
2017	1.500.00.0000	823.901.068	54.92%	Tidak efektif
Rata-rata			79.35%	

Sumber : Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Bukittinggi Tahun 2008-2017

Berdasarkan perhitungan efektifitas dari tabel 4.1 diatas, dapat dilihat bahwa tingkat efektifitas pajak reklame pada tahun 2008-2017 mengalami fluktuasi tetapi cenderung menunjukkan penurunan. Efektifitas pajak reklame yang tertinggi terdapat pada tahun 2008 dan 2016. Efektifitas pajak reklame pada tahun 2008 sebesar 130.44% dengan kriteria sangat efektif. Hal ini dikarenakan penerapan aturan daerah yang sudah terealisasi secara keseluruhan kepada oknum-oknum pajak dan juga sosialisasi mengenai pajak juga terlaksana. Sedangkan pada tahun 2016 tingkat efektifitas pajak reklame sebesar 102.92% dengan kriteria sangat efektif. Hal ini terjadi karena target yang di tetap oleh pemerintah untuk membayar pajak reklame tidak terlalu tinggi sehingga para wajib pajak sadar akan kewajibannya untuk membayar pajak dan tercapai efektifitas pajak reklame.

Efektifitas pajak reklame yang terendah terdapat pada tahun 2014 dengan tingkat efektifitas terbesar 37.48% dengan kriteria tidak efektif. Hal ini dikarenakan banyaknya orang yang memakai reklme tatapi tidak membayar pajak reklame tersebut. Sehingga efektifitas pajak reklame pada tahun 2014 mengalami penurunan dari tahun sebelumnya.

Hasil analisis di atas menunjukkan bahwa realisasi penerimaan Pajak Reklame di Kota Bukittinggi dari tahun ke tahun berfluktuasi dan rata-rata dibawah target yang telah ditetapkan. Artinya perkiraan-perkiraan penerimaan Pajak Reklame yang telah ditetapkan oleh Pemerintah Kota Bukittinggi belum mencapai target, hal ini tentu saja berkaitan dengan kebijakan mengenai pemungutan. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa rata-rata efektivitas penerimaan pajak reklame Kota Bukittinggi tahun 2008-2017 sebesar 79.35% masuk kategori cukup efektif.

5.1.2 Kontribusi

Kontribusi dalam bahasa inggris yaitu *contribution* yang artinya adalah keikutsertaan. Kontribusi dapat berupa materi atau tindakan. Apa yang dilakukan guna kepentingan bersama. Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), kontribusi itu sumbangan. Dalam kamus ekonomi kontribusi merupakan segala sesuatu yang diberikan untuk pihak lain dalam rangka tujuan bersama.

Untuk melakukan analisis kontribusi pajak reklame di Kota Bukittinggi selama periode 2008-2017 didasarkan pada hasil perhitungan yang menggunakan formula sebagai berikut:

$$\text{Kontribusi} = \frac{\text{Realisasi Pajak Reklame}}{\text{Realisasi PAD}} \times 100\%$$

Kriteria Perhitungan kontribusi jika hasil yang perhitungan yang didapatkan besar dari 50% maka kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah suatu daerah sangat baik, atau dapat dikatakan kontribusi pajak reklame terhadap PAD itu termasuk banyak. Berikut Kriteria tingkat kontribusi pajak reklame terhadap PAD sebagai berikut :

Tabel 5.3
Tingkat Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Penerimaan Pajak Daerah

Persentase	Kriteria
>50%	Sangat Baik
40% - 50%	Baik
30% - 40%	Cukup Baik
20% - 30%	Sedang
10% - 20%	Kurang
<10%	Sangat Kurang

Sumber: sidik (dikutip oleh Enggar, Sri Rahayu dan Wahyudi, 2011)

Di Kota Bukittinggi pada tahun 2008-2017 kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Bukittinggi adalah seperti pada tabel dibawah ini:



Tabel 5.4
Kontribusi Pajak Reklame Kota Bukittinggi

Tahun	Realisasi Pajak Reklame	Realisasi PAD	Kontribusi	Kriteria
2008	821.830.874	33.829.000.000	2.42%	Sangat Kurang
2009	816.778.329	44.924.000.000	1.81%	Sangat Kurang
2010	688.234.394	3.384.7000.000	2.03%	Sangat Kurang
2011	565.043.339	49.253.000.000	1.14%	Sangat Kurang
2012	747.977.672	45.077.000.000	1.65%	Sangat Kurang
2013	745.057.333	5520.4000.000	1.34%	Sangat Kurang
2014	357.999.126	61.604.000.000	0.58%	Sangat Kurang
2015	449.094.696	66.027.000.000	0.68%	Sangat Kurang
2016	458.027.476	71.303.000.000	0.64%	Sangat Kurang
2017	823.901.068	81.221.000.000	1.01%	Sangat Kurang
Rata-rata			1.33%	

*Sumber : Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKA)
Kota Bukittinggi Tahun 2008 2017*

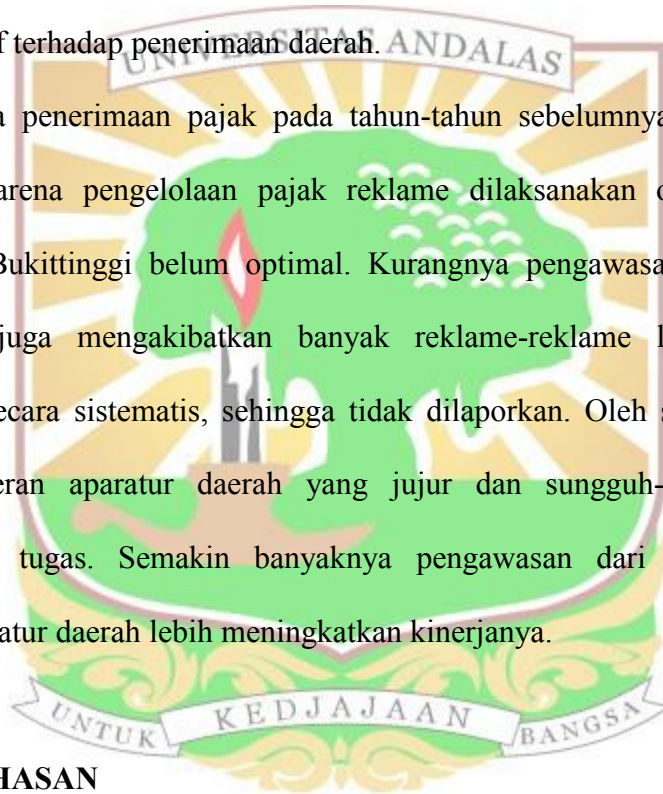
Di lihat pada tabel 5.4 setelah dilakukan perhitungan kontribusi pajak reklame terlihat bahwa, Kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Bukittinggi pada tahun 2008–2017 masuk kategori sangat kurang dan jauh dari efektif. Maka dapat dikatakan pemerintah belum efektif dalam pemungutan pajak reklame dan peran masyarakat dalam pajak reklame di kota Bukittinggi. selain itu dapat juga diartikan bahwa tidak ada peningkatan secara signifikan dalam hal partisipasi masyarakat Kota Bukittinggi dalam hal pembayaran pajak reklame.

Dalam mengelola keuangannya, pemerintah daerah harus dapat menerapkan asas kemandirian yang dapat membiayai seluruh belanjanya, yaitu dengan cara mengoptimalkan pendapatan daerah dan meminimalisir ketergantungan terhadap bantuan pusat. Adapun sumber-sumber penerimaan daerah adalah pendapatan asli daerah (PAD), dana perimbangan, dan penerimaan lain-lain yang sah. Pendapatan

asli daerah dapat bersumber dari pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan dan pendapatan lain-lain asli daerah yang sah.

Hal ini berarti pengelolaan pajak reklame sudah lebih baik dari sebelumnya, baik dari segi pemungutan, pelaporan hingga pengawasannya dapat dikatakan sudah cukup membaik. Jika kondisi ini terus ditingkatkan, maka tidak menutup kemungkinan pada tahun-tahun mendatang kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah akan semakin tinggi. Hal ini tentunya akan memberikan dampak positif terhadap penerimaan daerah.

Rendahnya penerimaan pajak pada tahun-tahun sebelumnya, salah satunya disebabkan karena pengelolaan pajak reklame dilaksanakan oleh pemerintah daerah kota Bukittinggi belum optimal. Kurangnya pengawasan dalam proses pemungutan juga mengakibatkan banyak reklame-reklame liar yang tidak terkoordinir secara sistematis, sehingga tidak dilaporkan. Oleh sebab itu sangat diperlukan peran aparaturnya daerah yang jujur dan sungguh-sungguh dalam melaksanakan tugas. Semakin banyaknya pengawasan dari berbagai pihak menuntut aparaturnya daerah lebih meningkatkan kinerjanya.



1.2. PEMBAHASAN

5.2.1 EFEKTIFITAS

5.2.1.1 Perbandingan Efektifitas Pajak Reklame Kota Bukittinggi dan Kabupaten Tanah Datar.

Jika dibandingkan penerimaan Pajak Reklame dan efektivitas pajak reklame

Kota Bukittinggi dengan Kabupaten Tanah Datar dapat dilihat berdasarkan tabel dibawah ini :

Tabel 5.5
Perbandingan Efektivitas dan Penerimaan Pajak di Kota Bukittinggi dan Kabupaten Tanah Datar Tahun 2011-2015

Tahun	Bukittinggi		Tanah Datar	
	Realisasi (Rp)	Efektivitas (%)	Realisasi (Rp)	Efektivitas (%)
2011	565.043.339	65.70	43.098.445	36.91
2012	747.977.672	78.31	113.693.571	89.11
2013	745.057.333	78.01	92.771.504	57.05
2014	357.999.126	37.48	123.563.728	49.77
2015	449.094.696	69.62	130.227.364	101.63

Sumber : DPPKA Kota Bukittinggi dan DPPKA Kabupaten Tanah Datar

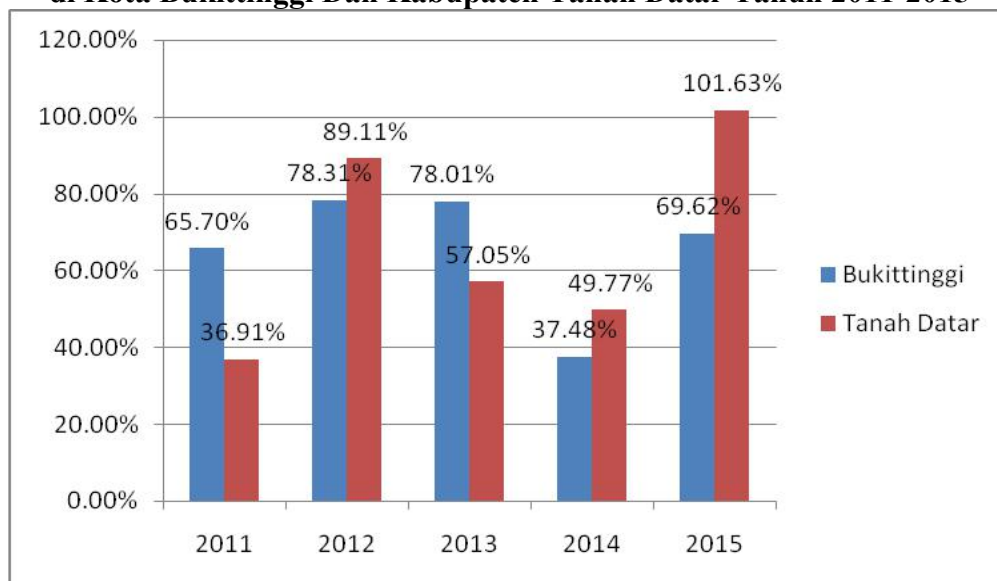
Berdasarkan tabel 5.5 diatas, dapat dilihat bahwa tingkat perbandingan efektifitas dari penerimaan pajak reklame Kota Bukittinggi dan Kabupaten Tanah Datar dari tahun 2011 sampai dengan 2015 mengalami turun naik persentase. Untuk tahun 2012 di Kota Bukittinggi realisasi pajak reklame sebesar Rp.747.977.672 dengan efektifitas 78.31 persen. Sedangkan realisasi pajak reklame Kabupaten Tanah Datar Rp.113.693.571 dengan efektifitas 89.11 persen. Pada tahun 2012 ini persentase efektifitas pajak reklame Kota Bukittinggi termasuk pada efektifitas paling tinggi dari rentang tahun 2011-2015.

Sedangkan pada Kabupaten Tanah Datar efektifitas yang paling tinggi terdapat pada tahun 2015. Dengan realisasi pajak reklame sebesar Rp.130.227.364 dan efektifitas 101.62 persen dari tahun 2011 sampai dengan 2015.

Efektivitas Kota Bukittinggi paling rendah terdapat pada tahun 2014 dengan realisasi pajak reklame sebesar Rp.357.999.126 dengan efektifitas 37.48 persen. Untuk kabupaten Tanah Datar efektifitas paling rendah terdapat pada

tahun 2011 dengan realisasi pajak reklame sebesar Rp.116.770.376 dengan efektivitas 36.91 persen. Disini dapat ditarik kesimpulan bahwa dari tahun 2011-2015 Penerimaan dan Efektivitas Pajak reklame Kota Bukittinggi lebih bagus dan tinggi dibandingkan penerimaan serta efektivitas Pajak Reklame Kabupaten Tanah Datar.

Grafik 5.1
Perbandingan efektivitas pajak reklame
di Kota Bukittinggi Dan Kabupaten Tanah Datar Tahun 2011-2015



Sumber : DPPKA Kota Bukittinggi dan Kabupaten Tanah Datar

Berdasarkan pada grafik 5.1 diatas dapat dilihat bahwa tingkat efektifitas pemungutan pajak reklame di Kota Bukittinggi dan Kabupaten Agam pada tahun 2011-2015 mengalami fluktuasi setiap tahunnya.

Dilihat pada daerah Kota Bukittinggi efektivitas penerimaan pajak reklame yang tertinggi terdapat pada tahun 2012 dengan tingkat efektivitas pajak reklame sebesar 78.31% dan criteria cukup efektif. Kenaikan penerimaan pajak reklame didasari atas beberapa hal, diantaranya adalah adanya kebijakan dari pemerintah daerah Kota Bukittinggi mengenai peralihan pemasangan jenis reklame dari jenis reklame yang biasa ke jenis reklame videotron. Hal ini dilakukan guna

meningkatkan penerimaan pajak daerah dari segi pajak reklame. Kemudian semakin meningkatnya kesadaran wajib pajak dalam menjalankan kewajiban perpajakannya dalam membayar pajak reklame. Adapun upaya pemerintah daerah Kota Bukittinggi dalam meningkatkan kesadaran wajib pajak untuk membayar pajak khususnya pajak reklame diantaranya adalah dengan mengadakan acara tertentu seperti jalan santai dan sosialisasi mengenai pajak. Pemerintah juga memberikan sosialisasi kepada masyarakat yang memasang reklame liar di pinggiran jalan dalam upaya penertiban pemasangan reklame.

Tetapi pada daerah Kabupaten Tanah Datar efektivitas penerimaan pajak reklame tertinggi pada tahun 2015 yaitu sebesar 101.63% dengan criteria sangat efektif. Hal ini disebabkan oleh target penerimaan pajak reklame yang dianggarkan hampir setara dengan realisasi penerimaan pajak reklame yang terjadi pada tahun 2014. Karena sebelum tahun 2014 pajak reklame di Kabupaten Tanah Datar mengalami penurunan untuk mengantisipasinya pihak Dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan Dan Asset (DPPKA) Kabupaten Tanah Datar menaikkan target pajak reklame.

Tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame paling rendah di Kota Bukittinggi pada tahun 2014 sebesar 37.48% dengan criteria tidak efektif. Hal ini disebabkan oleh Penurunan penerimaan pajak reklame dikarenakan jumlah penerimaan pajak reklame kalah dengan jumlah penerimaan jenis pajak lainnya seperti BPHTB, PBB, penerangan jalan dan lain sebagainya. Kemudian adanya wajib pajak yang membayar pajak reklame tidak sesuai dengan jumlah reklame yang dipasang, seperti misalnya wajib pajak memasang empat reklame namun yang dibayar hanya dua dari reklame yang dipasangnya. Hal tersebut tentu akan

berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame yang seharusnya bisa menjadi maksimal menjadi tidak maksimal dalam penerimaannya.

Di Kabupaten Tanah Datar tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame yang rendah terdapat pada tahun 2011 sebesar 36.91% dengan criteria tidak efektif. Hal ini disebabkan oleh kurangnya SDM dalam pemungutan pajak reklame.

5.2.2 KONTRIBUSI

5.2.3 Perbandingan Kontribusi Pajak Reklame Kota Bukittinggi dan Kabupaten Tanah Datar.

Jika dibandingkan penerimaan Pajak Reklame dan kontribusi pajak reklame Kota Bukittinggi dengan Kabupaten Tanah Datar dapat dilihat berdasarkan tabel dibawah ini :

Tabel 5.6
Perbandingan Kontribusi dan Penerimaan Pajak Reklame di Kota Bukittinggi dan Kabupaten Tanah Datar Tahun 2011-2015

Tahun	Bukittinggi		Tanah Datar	
	Realisasi (Rp)	Kontribusi (%)	Realisasi (Rp)	Kontribusi (%)
2011	565.043.339	1.14	43.098.445	0.07
2012	747.977.672	1.65	113.693.571	0.18
2013	745.057.333	1.34	92.771.504	0.01
2014	357.999.126	0.58	123.563.728	0.01
2015	449.094.696	0.68	130.227.364	0.11

Sumber : DPPKA Kota Bukittinggi dan DPPKA Kabupaten Tanah Datar

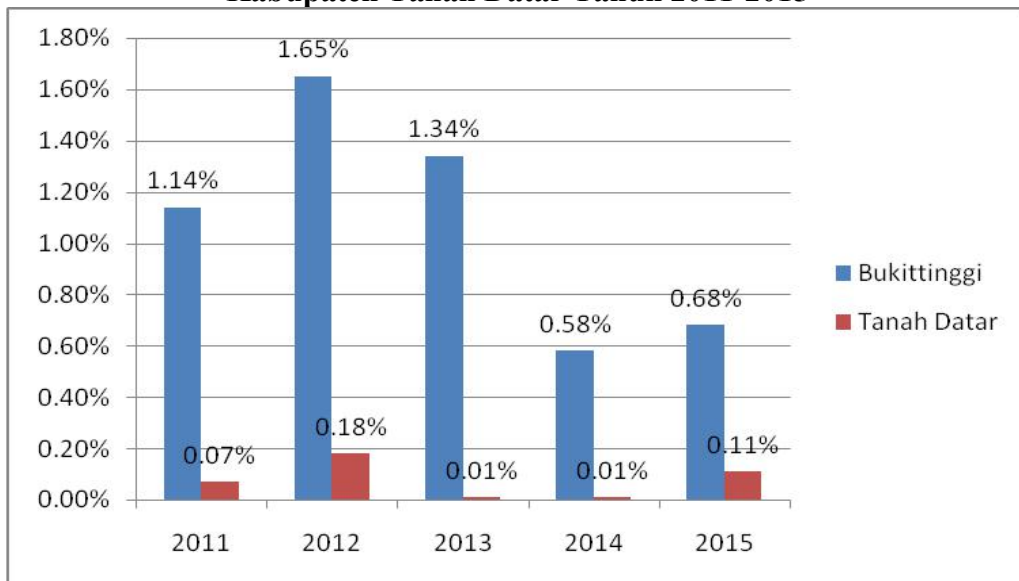
Berdasarkan tabel 5.6 diatas dapat diketahui persentase kontribusi pemungutan pajak reklame yang dipungut oleh DPPKA Bukittinggi dan Tanah Datar dari tahun 2011 sampai 2015 dikategorikan sangat kurang berkontribusi.

Dilihat kontribusi pajak reklame di kota bukittinggi yang tertinggi terdapat pada tahun 2012 sebesar 1.65 %. Sedangkan kontribusi yang paling rendah di kota

bukittinggi pada tahun 2014 sebesar 0,58%.

Dilihat dari tanah datar kontribusi pajak reklame tertinggi terdapat pada tahun 2012 sebesar 0.18%. Sedangkan kontribusi pajak reklame yang rendah terdapat pada tahun 2012 dan 2013 sebesar 0.01 %.

Grafik 5.2
Perbandingan Kontribusi Pajak Reklame Di Kota Bukittinggi Dan Kabupaten Tanah Datar Tahun 2011-2015



Sumber: DPPKA Kota bukittinggi dan Kabupaten Tanah Datar

Berdasarkan pada grafik 5.2 diatas dapat dilihat bahwa tingkat kontribusi pemungutan pajak reklame di Kota Bukittinggi dan Kabupaten Agam pada tahun 2011-2015 mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Kontribusi pajak reklame di kota bukittinggi yang tertinggi terdapat pada tahun 2012 sebesar 1.65% dengan criteria tidak efektif. Hal ini disebabkan oleh 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 aparatur DPPKA Kota Bukittinggi dalam melaksanakan intensifikasi pemungutan pajak reklame. Di Kabupaten Tanah Datar kontribusi pajak reklame tertinggi pada tahun 2012 sebesar 0.18% dengan criteria tidak efektif. Hal ini

disebabkan oleh kegigihan pihak Dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan Dan Asset (DPPKA) Kabupaten Tanah Datar dalam memungut pajak reklame. Kontribusi pajak reklame di Kota Bukittinggi yang terendah terdapat pada tahun 2015 sebesar 0.58% dengan criteria sangat kurang. Hal ini disebabkan oleh 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.

Pada daerah Kabupaten Tanah Datar tingkat kontribusi paling rendah terdapat 2 tahun yaitu tahun 2013 dan 2014 yaitu sebesar 0.01% dengan sangat kurang. Hal ini disebabkan oleh target penerimaan pajak meningkat dari tahun sebelumnya.

5.3 Implikasi Kebijakan

Dari analisis kinerja pendapatan asli daerah di Kota Bukittinggi diperoleh nilai rata-rata pengelolaan yang dilihat dari efektivitas sebesar 79.35% sedangkan untuk rata-rata kontribusi sebesar 1.33%. hal ini menggambarkan bahwa tingkat pengelolaan pendapatan asli daerah di Kota Bukittinggi sudah baik jika dilihat dari efektifitas tapi masih kurang baik jika dilihat dalam kontribusi.

Efektivitas menyangkut semua tahap administrasi penerimaan pajak menentukan wajib pajak menetapkan nilai kena pajak, memungut pajak, menegakan sistem pajak dan membukukan penerimaan. Ada tiga faktor yang menentukan efektivitas ini, yaitu: wajib pajak, petugas pajak dan penegakan hukum. Masalahnya yang sering muncul terkait dengan efektivitas ini adalah adanya

penghindaran pajak oleh wajib pajak. Kolusi antara wajib pajak dengan petugas pemungut pajak dan penipuan oleh petugas pajak.

Efektivitas pendapatan asli daerah Kota Bukittinggi secara rata-rata berbeda pada kondisi efektif yaitu sebesar 79,35%. Namun untuk tetap mempertahankan hal tersebut pemerintah daerah harus tetap mengoptimalkan penerimaan dari potensi pendapatannya yang telah ada. Intensif dan kemauan pemerintah daerah harus mencari alternatif-alternatif yang memungkinkan untuk dapat mengatasi kekurangan pembiayaannya. Sumber daya manusia yang terkait pengelolaan pendapatan asli daerah harus ditingkatkan kualitas dan kuantitasnya, pemerintah daerah harus menambah personil untuk pemungutan pendapatan asli daerah dan menambah keterampilan dari para pegawai tersebut dengan melakukan pelatihan-pelatihan yang akan berguna untuk meningkatkan kreatifitas dari aparat pelaksanaan keuangan daerah untuk mencari sumber-sumber pembiayaan baru baik melalui program kerja sama pembiayaan dengan pihak swasta dan juga program peningkatan pendapatan asli daerah. Dengan begitu tingkat efektivitas pajak reklame akan menjadi baik.

Dinas Pendapatan Daerah Kota Bukittinggi disarankan untuk terus mengoptimalkan dalam pemungutan Pendapatan Asli Daerah dengan meningkatkan aspek kelembagaan, meningkatkan sistem pemungutan, pengawasan dan pengendalian serta meningkatkan sumber daya manusia pengelola PAD sendiri. Dinas Pendapatan Daerah Kota Bukittinggi diharapkan terus meningkatkan kinerjanya agar pemungutan Pajak Reklame terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun dan semakin efektif dalam penagihannya. Pemerintah Kota Bukittinggi perlu memperhatikan setiap reklame yang di pajang

di Kota Bukittinggi agar tidak ada oknum-oknum tertentu yang memasang iklan reklame tanpa membayar pajak terlebih dahulu. Menetapkan sanksi tegas bagi yang melanggar undang-undang dalam pemasangan iklan reklame di Kota Bukittinggi.



BAB VI

PENUTUP

6.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil perhitungan dan analisis data yang telah diuraikan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kinerja pengelolaan pendapatan asli daerah di Kota Bukittinggi dari tahun 2008-2017 jika dilihat dari sisi efektivitas ternyata masih relatif tinggi. secara rata-rata tingkat efektifitas Kota Bukittinggi adalah sebesar 79.35%, hal ini menunjukkan kinerja pendapatan asli daerah di Kota Bukittinggi sudah efektif.
2. Kinerja pengelolaan pendapatan asli daerah di Kota Bukittinggi dari tahun 2008-2017 jika dilihat dari sisi kontribusi bisa dikategorikan sangat kurang. Karena hal yang didapatkan kurang dari 10%. Rata-rata kontribusi dari tahun 2008-2017 adalah sebesar 1.33%.

6.2 SARAN

1. untuk meningkatkan realisasi penerimaan pajak reklame di Kota Bukittinggi maka pemerintah daerah harus meningkatkan penerapan peraturan pajak reklame dengan tegas sehingga oknum-oknum yang telah memasang reklame tersebut mematuhi peraturan yang ada.
2. Pemerintah daerah Kota Bukittinggi perlu melakukan efektivitas dalam melaksanakan pengelolaan pendapatan asli daerah dengan jalan menurunkan biaya operasional

3. Pemerintah daerah Kota Bukittinggi perlu lebih lebih mengoptimalkan pengelolaan potensi pendapatan asli daerah sehingga tingkat ketergantungan terhadap dana dari pusat makin berkurang.
4. Untuk meningkatkan kontribusi pajak reklame yang sangat kurang di kota Bukittinggi pemerintah daerah harus meningkatkan tenaga pemungutan pajak reklame dan menambah sarana dan prasarana yang di butuhkan untuk mengelola Pendapatan Asli Daerah.



DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Aldo. *Hubungan Jumlah Wisatawan, Jumlah Hotel, terhadap Penerimaan Pajak Hotel (Studi Kasus: Kota Manado periode 2005-2011)*. Jurnal EMBA. Vol.1 No.3. (Juni 2013).
- Basri, Faisal et. al. 2009. *Lanskap Ekonomi Indonesia: Kajian dan Renungan terhadap Masalah-Masalah Struktural, Transformasi Baru dan Prospek Perekonomian Indonesia*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Bastian, Indra. 2006 *Akuntansi Sektor Publik: Suatu Pengantar*, Jakarta: Erlangga.
- Deddi, Nordiawan, et. al. 2007. *Akuntansi Pemerintahan*. (Jakarta: Salemba Empat).
- Diana, Ilfi Nur. *Hadist-hadist Ekonomi*. 2012. Malang: UIN Maliki Press.
- Gusfahmi. 2007. *Pajak Menurut Syariat- Edisi Revisi*. Jakarta Utara: PT Raja Grafindo Persada.
- Halim Abdul. 2004. *Akuntansi Keuangan Daerah*. Salemba Empat. Jakarta.
- Halim, Abdul. 2008. *Akuntansi Keuangan Daerah*. Salemba Empat. Jakarta
- Hanif, Nurcholis. *Teori dan Praktik Pemerintah dan Otonomi Daerah*. Grasindo. Jakarta. 2007.
- HAW. Widjaja. 2004. *Otonomi Daerah*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Herlina, Rahman. 2005. *Pendapatan Asli Daerah*. Jakarta : Arifgosita.
- Junius Nanda Purna Ebtawan. 2012. *Analisis Efektifitas, Efisiensi, dan Kontribusi Pajak Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Madiun Tahun 2002-2011*.
- Khairunnisa. *Pajak Hotel dan Pajak Restoran sebagai Sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) (Studi Kasus: Kota Bandung)*. Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota. Vol. 22 No.3. (Desember 2011).
- Kustiyah, Eny, Suryani. *Efektivitas Pajak Reklame terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah di Kota Surakarta*. Jurnal Paradigma .Vol. 12. No. 02, (Agustus 2014 – Januari 2015).
- Landiyanto, Erlangga Agustino, 2005. *Kinerja Keuangan dan Strategi Pembangunan Kota di Era Otonomi Daerah: Studi Kasus Kota Surabaya*. Cures Working Paper, No. 05/01.

Lengkong, Triski Intan Meylani et. Al. *Analisis Potensi dan Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame di Kota Bitung*. Jurnal Berkal Ilmiah Efisiensi. Vol.15 No. 04. (2015).

Mahmudi, 2010 *Analisis Laporan Keuangan Pemerintah Daerah*. Yogyakarta: STIM YKPN.

Mahmudi, 2015 *Manajemen Kinerja Sektor Publik*, Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.

Mahmudi, 2016 *Analisis Laporan Keuangan Pemerintah Daerah Edisi Ketiga*, Yogyakarta: STIM YKPN.

Mahsun. 2013. *Metode Penelitian Bahasa: Tahapan, Strategis, Metode, dan Tekniknya*. Jakarta : Rajagrafindo Persada.

Mardiasmo. 2005. *Analisis Laporan Keuangan Pemerintah Daerah*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.

Mardiasmo. 2009. *Analisis Laporan Keuangan Pemerintah Daerah*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.

Mardiasmo. 2011. *Perpajakan: Edisi Revisi Tahun 2011*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Midiyati, Meilyna Nur. *Analisis Efektivitas dan Efisiensi Pemungutan Pajak Reklame serta Kontribusinya terhadap Penerimaan Pajak Daerah (Studi Kasus pada DPKAD Kota Semarang*. Jurnal Penelitian. (2015).

Mosal, Mourin. M. *Analisis Efektivitas, Kontribusi Pajak Parkir terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan Penerapan di kota Manado*.Jurnal EMBA .Vol.1 No.4 (Desember 2013).

Muindro, Renyowijoyo. 2007. *Akuntansi Sektor Publik: Organisasi Non Laba*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Nuryaman. 2015. *Metodologi Penelitian Akuntansi dan Bisnis*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Pawiloi, Andi Mahyudin. *Analisis Kontribusi Pajak Reklame dan Pajak Hotel terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Makassar*. Skripsi. 2014.

Peraturan Bupati tahun 2012 tentang Dasar Perhitungan Nilai Sewa Reklame dan Pemasangan Reklame serta Nilai Perolehan Air Tanah.

Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2014 tentang Pajak Penerangan Jalan.

Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2011 tentang Pajak Air Bawah Tanah.

Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2010 tentang Parkir.

Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2011 tentang Pajak Daerah.

Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2012 tentang Pajak Reklame.

Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2012 tentang Pajak Hotel dan Restoran.

Peraturan Daerah Nomor 9 Tahun 2012 tentang Pajak Hiburan.

Prakosa, Kesit Bambang. 2005. *Pajak dan Retribusi Daerah*. UII Pres. Yogyakarta.

Purnamawati, I Gusti Ayu. 2014. *Pelaksanaan Peraturan Daerah Nomor 7 Tahun 2011 Dalam Menunjang Pendapatan Asli Daerah dari Sektor Retribusi Parkir Kendaraan Roda Dua*. Pandecta: Research Law Journal. Volume 9 Nomor 1.

Ratdianto, Adhika dkk. *Analisis Laju Pertumbuhan dan Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame terhadap Penerimaan Pajak Daerah (Studi Kasus DPKAD Proboling)*, Jurnal Perpajakan (JEJAK). Vol 8 No 1 2016.

Resmi, Siti, 2013. *Perpajakan Teori dan kasus*. Jakarta : Salembaaa

Ridwan. *Kontribusi Pajak Reklame dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah pada Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Nunukan*. Jurnal Administrasi Negara. Vol 1. No 02. (2013).

Rori, Handro. *Analisis Perhitungan dan Pelaporan Pajak Reklame di Kota Manado*. Jurnal EMBA. Vol.1 No.3 (Juni 2013).

Saddam. *Intensifikasi Pemungutan Pajak Reklame dan Kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Bone Tahun 2009-2012*. Skripsi. 2014.

Siahaan, Marihot P, S.E. 2005. *Pajak Daerah dan Kontribusi Daerah*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Soemitro. Rochmat. 2011. *Asas dan Dasar Perpajakan*. Rafika Aditama. Bandung.
Sripradita, Nio Anggun et. al. *Analisis Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (Studi pada Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Kediri)*. Jurnal-e Perpajakan., vol. 1 no. 1. (2014).

Suhartono, Rudy, Wirawan B Ilyas. 2011. *Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (KUP)*. Jakarta: Salemba Empat.

Sukardi. 2012. *Metodologi penelitian akuntansi*. Jakarta : Erlangga.

Utomo, Dwiarmo, et al. 2011. *Perpajakan Aplikasi dan Terapannya*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

UU No.18 Tahun 1997. *Tentang Pajak Daerah dan Kontribusi Daerah*.

UU No.22 Tahun 1999. *Tentang Otonomi Daerah*.

UU No.25 Tahun 1999. *Tentang Perimbangan Keuangan Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah*.

UU No.28 Tahun 2009. *Tentang Pajak Daerah dan Kontribusi Daerah*.

UU No.32 Tahun 2004. *Tentang Otonomi Daerah*.

UU No.33 Tahun 2004 Pasal 1. *Tentang Perimbangan Keuangan Antar Pusat dan Daerah*.

UU No.34 Tahun 2000. *Tentang Pajak Daerah*.

UU No.6 Tahun 2001 Pasal 1 Ayat 8. *Tentang Peraturan Daerah Kota Bukittinggi*.

UU No.65 Tahun 2011. *Tentang Pajak Daerah*.

Wahyuni, Tri. *Tingkat Efektivitas Efisiensi Penghasilan Pajak Daerah Beserta Peran serta terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Semarang (2010-2013)*. Jurnal Penelitian. (2015).

Waluyo, dan Wirawan B Ilyas. 2003. *Perpajakan Indonesia*. Jakarta : Salemba Empat.

Warsito. 2001. *Hukum Pajak*. Jakarta : Pt. Rajawali Grafindo Persad. Hal 128.

Yan Yan, et. al. *Analisis Peranan dan Kontribusi Pajak Reklame terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kota Jambi*. Jurnal Penelitian.

Yulianti Rini (dkk).2017. *Profil Dinas Pengelolaan Pendapatan Keuangan dan Aset Daerah: DPPKA Kabupaten Tanah Datar*.

Lampiran 1

1. Jumlah kecamatan, luas dan Persentase Daerah Menurut Kecamatan Tahun 2016

Kecamatan	Kelurahan	Luas daerah	Persentase luas kecamatan
Guguak Panjang	7	6.831	27.07
Mandiingin koto selayan	9	12.156	48.16
Aua Birugo Tigo Baleh	8	6.252	24.77
Bukittinggi	24	25.239	100

2. Jumlah Penduduk, Menurut Kecamatan dan Luas Daerah di Kota Bukittinggi Tahun 2016

Kecamatan	Luas wilayah km ²	Laki-laki	Perempuan	Jumlah total
Guguak Panjang	6.831	23.214	24.554	47.768
Mandiingin Koto Selayan	12.156	23.651	24.417	48.068
Aur Birugo Tigo Baleh	6.252	13.638	15.241	28.876
Bukittinggi 2015	25.239	59.419	63.202	122.621
Bukittinggi 2014	25.239	58.408	62.083	120.621
Bukittinggi 2013	25.239	57.261	60.999	118.26
Bukittinggi 2012	25.239	56.094	59.981	116.075
Bukittinggi 2011	25.239	55.008	58.895	113.903
Bukittinggi 2010	25.239	53.845	57.467	111.312

Lampiran 2

Realisasi Pajak Reklame Dari Tahun 2008-2017

Tahun	Realisasi Pajak Reklame (Rp)
2008	821.830.874
2009	816.778.329
2010	688.234.394
2011	565.043.339
2012	747.977.672
2013	745.057.333
2014	357.999.126
2015	449.094.696
2016	458.027.476
2017	823.901.068

Lampiran 3

1. Efektivitas Pajak Reklame Kota Bukittinggi Tahun 2008-2017

Tahun	Target Penerimaan	Realisasi Penerimaan	Efektivitas	Kriteria
	Pajak Reklame (Rp)	Pajak REklame (Rp)		
2008	630.000.000	821.830.874	130.44%	Sangat Efektif
2009	850.000.000	816.778.329	96.09%	Efektif
2010	860.000.000	688.234.394	80.02%	Efektif
2011	860.000.000	565.043.339	65.70%	Cukup Efektif
2012	955.057.051	747.977.672	78.31%	Cukup Efektif
2013	955.057.051	745.057.333	78.01%	Cukup Efektif
2014	955.057.051	357.999.126	37.48%	Tidak Efektif
2015	645.000.000	449.094.696	69.62%	Cukup Efektif
2016	445.000.000	458.027.476	102.92%	Sangat Efektif
2017	1.500.00.0000	823.901.068	54.92%	Tidak Efektif
Rata-rata			79.35%	

2. Kontribusi Pajak Reklame Kota Bukittinggi

Tahun	Realisasi Pajak Reklame	Realisasi PAD	Kontribusi	Kriteria
2008	82.183.0874	33.829.000.000	2.42%	Sangat Kurang
2009	81.677.8329	44.924.000.000	1.81%	Sangat Kurang
2010	688.234.394	33.847.000.000	2.03%	Sangat Kurang
2011	565.043.339	49.253.000.000	1.14%	Sangat Kurang
2012	747.977.672	45.077.000.000	1.65%	Sangat Kurang
2013	745.057.333	55.204.000.000	1.34%	Sangat Kurang
2014	357.999.126	61.604.000.000	0.58%	Sangat Kurang
2015	449.094.696	66.027.000.000	0.68%	Sangat Kurang
2016	458.027.476	71.303.000.000	0.64%	Sangat Kurang
2017	823.901.068	81.221.000.000	1.01%	Sangat Kurang
Rata-rata			1.33%	

Lampiran 4

1. Perbandingan Efektivitas dan Penerimaan Pajak di Kota Bukittinggi dan Kabupaten Tanah Datar Tahun 2011-2015

Tahun	Bukittinggi		Tanah Datar	
	Realisasi (Rp)	Efektivitas (%)	Realisasi (Rp)	Efektivitas (%)
2011	565.043.339	65.70	43.098.445	36.91
2012	747.977.672	78.31	113.693.571	89.11
2013	745.057.333	78.01	92.771.504	57.05
2014	357.999.126	37.48	123.563.728	49.77
2015	449.094.696	69.62	130.227.364	101.63

2. Perbandingan Kontribusi dan Penerimaan Pajak Reklame di Kota Bukittinggi dan Kabupaten Tanah Datar Tahun 2011-2015

Tahun	Bukittinggi		Tanah Datar	
	Realisasi (Rp)	Kontribusi (%)	Realisasi (Rp)	Kontribusi (%)
2011	565.043.339	1.14	43.098.445	0.07
2012	747.977.672	1.65	113.693.571	0.18
2013	745.057.333	1.34	92.771.504	0.01
2014	357.999.126	0.58	123.563.728	0.01
2015	449.094.696	0.68	130.227.364	0.11



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Dian Oktavia
No. Bp : 1410541013
Tempat/Tgl. Lahir : Bukittinggi / 27 Oktober 1995
Jenis kelamin : Perempuan
Anak ke : 2 (Dua)
Jumlah Bersaudara : 2 (Dua)
Status : Belum Menikah
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jl. Sumua No 120 RW 01 RT 05, Kec. Aua Birugo Tigo Baleh,
Kel. Ladang Cakiah, Kota Bukittinggi
Alamat e-mail : Dianoktavia136@gmail.com
Riwayat Pendidikan : 1. SDN 03 Pakan Labuah Tahun 2008
2. SMP N 7 Bukittinggi Tahun 2011
3. SMA N 5 Bukittinggi Tahun 2014
4. Sarjana Ekonomi Jurusan Ilmu Ekonomi
Universitas Andalas Tahun 2014-2018

