BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Pajak

Secara umum pajak didefinisikan sebagai iuran rakyat yang bersifat memaksa dan dikelola oleh pemerintah yang kemudian akan digunakan untuk kepentingan umum. Menurut beberapa ahli adalah:

Terdapat banyak pengertian pajak yang dikemukakan para pakar. Berikut pengertian pajak menurut beberapa ahli antara lain menurut Prof. Dr. P. J. A. Adriani dalam Waluyo (2008:2)

> "Pajak adalah iuran kepada negara (yang dipaksakan) yang tergantung oleh yang wajib pajak membayarnya menurut peraturan – peraturan, dengan tidak mendapatkan prestasi – kembali, yang langsung dapat ditunjukan, dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran – pengeluaran umum berhubungan dengan tugas negara yang menyelenggarakan pemerintahan."

Menurut Prof. Dr. Rochmat Soemantri dalam Mardiasmo (2011:1):

> "Pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang – undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbalan (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum."

Pengertian pajak menurut Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan Pasal 1 :

> "Pajak adalah kontribusi wajib pajak kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang – Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar – besarnya kemakmuran masyarakat."

Dari berbagai macam pengertian pajak menurut Waluyo (2008:3) terdapat persamaan yang merupakan ciri –ciri yang melekat pada pengerian pajak yaitu:

1. Pajak dipungut berdasarkan (dengan kekuatan) undang – undang serta aturan pelaksanaannya.
2. Dalam pembayaran pajak tidak dapat ditunjukan adanya kontrapretasi individual oleh pemerintah.
3. Pajak dipungut oleh negara baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah.
4. Pajak diperuntukan bagi pengeluaran – pengeluaran pemerintah, yang bila dari pemasukannya masih terdapat surplus, surplus tersebut dipergunakan untuk membiayai *public investment.*
5. Pajak dapat pula membiayai tujuan yang tidak *bugeter*, yaitu fungsi mengatur.

2.1.2 Fungsi Pajak

Berdasarkan pada pengertian pajak yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa fungsi pajak adalah sebagai sumber pendapatan negara guna membiayai pengeluaran – pengeluaran umum negara untuk kesejahteraan masyarakat. Selain itu, fungsi pajak menurut Mardiasmo (2011:1)

1. Fungsi Budgetair/Finansial

   Fungsi Budgetair/Finansial yaitu pajak sebagai sumber dana bagi pemerintah untuk membiayai pengeluaran –pengeluarannya.

2. Fungsi Regulerend/Fungsi Mengatur

   Fungsi Regulerend/Fungsi Mengatur yaitu pajak sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijaksanaan pemerintah dalam bidang sosial ekonomi.

2.1.3 Sistem Pemungutan Pajak

Sistem pemungutan pajak menurut Mardiasmo (2011:7) terdiri atas

1. Official Assesment System

Official Assesment System adalah suatu sistem pemungutan yang memberi wewenang kepada pemerintah (fiskus) untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh Wajib Pajak.

2. *Self Assesment System*

Self Assesment System adalah suatu sistem pemungutan pajaka yang memberi wewenang kepada Wajib Pajak untuk menentukan sendiri besarnya pajak yang terutang.

3. With Holding System

With Holding System adalah suatu sistem 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.

2.1.4 Asas –Asas Pemungutan Pajak

Menurut Adam Smith dalam Waluyo (2008:13) menyatakan bahwa pemungutan pajak hendaknya didasarkan pada asas – asas berikut ini:

1. Asas *Equality*

Pemungutan pajak harus bersifat adil dan merata yaitu pajak dikenakan kepada orang pribadi yang harus sebanding dengan kemampuan membayar pajak atau *ability to pay* dan sesuai dengan manfaat yang diterima.

Adil yang dimaksud bahwa setiap wajib pajak menyumbangkan uang untuk mengeluarkan pemerintah sebanding dengan kepentingan dan manfaat yang diminta.

2. Asas *Certainty*

Penetapan pajak itu tidak ditentukan sewenang – wenang. Oleh karena itu, Wajib Pajak harus mengetahui secara jelas dan pasti pajak yang terutang, kapan harus Dibayar, serta batas waktu pembayaran .

3. Asas *Convenience*

Kapan Wajib Pajak itu harus membayar pajak sebaiknya sesuai dengan saat –saat Yang tidak menyulitkan Wajib Pajak

4. Asas *Economy*

Secara ekonomi biaya pemungutan dan biaya pemenuhan kewajiban pajak bagi Wajib Pajak diharapkan seminimum mungkin, demikian pula beban yang dipikul Wajib Pajak.

Sedangkan asas pemungutan pajak yang dipaparkan oleh Mardiasmo (2011:7) adalah sebagai berikut:

1. Asas Domisili (asas tempat tinggal)

   Negara berhak mengenakan pajak atas seluruh penghasilan Wajib Pajak yang bertempat tinggal di wilayahnya, baik penghasilan yang berasal dari dalam maupun dari luar negeri.

2. Asas Sumber

   Negara berhak mengenakan pajak atas penghasilan yang bersumber di wilayahnya tanpa memperhatikan tempat tinggal Wajib Pajak.

3. Asas Kebangsaan

Pengenaan pajak dihubungkan dengan kebangsaan suatu negara.

2.1.5 Teori Pemungutan Pajak

1. Teori Asuransi

Teori ini mengatakan bahwa pajak itu diibaratkan sebagai suatu premi asuransi yang harus dibayarkan oleh setiap warga negara, karena warga negara tersebut telah mendapatkan perlindungan atas hak – haknya dari pemerintah yaitu keselamatan jiwa dan raganya. Tapi sekarang teori ini sudah tidak dipakai lagi karena tidak tepat dan bertentangan dengan sifat pajak yang diartikan bahwa untuk pembayaran pajak tersebut rakyat tidak meminta imbalannya secara langsung sebagaimana layaknya yang dilakukan oleh perusahaan asuransi.

2. Teori Kepentingan

Menurut teori ini, yang harus membayar pajak adalah orang yang berkepentingan dan besarnya pajak yang dibayar sesuai dengan besarnya kepentingan Wajib Pajak yang dilindungi. Teori ini tidak sesuai lagi dan ditinggalkan orang karena tidak sesuai dengan sifat pajak, dimana kadang – kadang yang berkepentingan adalah orang yang tidak mampu yang justru dilindungi oleh negara, misalnya rakyat miskin yang memerlukan jaminan sosial, sehingga disini terdapat kepentingan yang saling bertentangan.

3. Teori Daya Pikul

Menurut teori daya pikul semua warga negara harus membayar pajak, dimana besar kecilnya pajak harus sesuai dengan daya pikul seseorang. Yang termasuk dalam daya pikul ini adalah segala macam beban pengeluaran dan tanggungan keluarganya, dan ini baru dapat dipikul bila seseorang mempunya penghasilan. Daya pikul seseorang tergantung dari pendapatan yang diperolehnya, sususnan keluarga, dan jumlah kekayaan yang dimilikinya.

4. Teori Bakti

Teori ini mengutamakan kepentingan negara yang merupakan suatu kesatuan dari individu – individu diana setiap warga negara terkait kepada pemerintahannya, sehingga negara mempunyai hak atas warganegaranya dan kemungkinan secara mutlak untuk memungut pajak dari rakyatnya. Sebaliknya rakyat secara sadar membayar pajak karena menyadarinya sebagai kewajiban asli untuk membuktikan tanda baktinya kepada negara.

5. Teori Asas Daya Beli

Teori ini mengatakan bahwa setiap warga negara harus membayar pajak berdasrkan kemampuan membelinya, apabila daya belinya besar berarti pendapatannya cukup besar juga, kemudian dari daya beli tersebut oleh negara (dalam bentuk pajak) disalurka kembali kepada masyarakat. Jadi pajak ini berasal dari rakyat sesuai dengan kemampuannya yang kemudian kembali kepada rakyat yang disalurkan negara melalui pembangunan dan sebagainya.

2.1.6 Pembagian Pajak

Menurut Mardiasmo (2011:5) pajak dikelompokan menjadi beberapa bagian yaitu sebagai berikut:

1. Menurut golongan dibagi menjadi 2, yaitu:

   a. Pajak langsung

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

   Contoh: Pajak Penghasilan.

   b. Pajak tidak langsung

   Pajak tidak langsung adalah pajak yang pembebanannya dapat di limpahkan ke pihak lain.

   Contoh: Pajak Pertambahan Nilai.

2. Menurut sifat

   a. Pajak subjektif

   Pajak yang berpangkal atau berdasarkan pada subjek yang selanjutnnya dicari syarat objektifnya, dalam arti memperlihatkan keadaan dari Wajib Pajak.

   Contoh: Pajak Penghasilan

b. Pajak Objektif

Pajak yang berpangkal atau berdasarkan atau berdasarkan pada objeknya, tanpa memperlihatkan keadaan dari Wajib Pajak.

Contoh: Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah.

3. Menurut pemungut dan pengelolannya :

a. Pajak pusat

Pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat dan digunakan untuk membiayai rumah tangga negara.

Contoh: Pajak Penghasilan, Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah, Pajak Bumi dan Bangunan, dan Bea Materai.

b. Pajak daerah

Pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah dan digunakan untuk membiayai rumah tangga daerah.

Contoh: Pajak Reklame, Pajak Hotel, Pajak Restoran, dan Pajak Hiburan

2.2 Daya Pajak (*Tax Effort*)

Menurut Stotsky, at al, yang dikutip Tuan Minh Le, et al. *Tax Effort is the index of the ratio between the share of actual collection GDP and taxable capacity. A "high tax effort" is defind as the case when a tax effort is above 1, implying the country well untilizes it's has base to increase tax revenues* (Stotsky,

et al., 1997). *A "low tax effort" is the case when a tax effort index is below 1, indicating that the country may have a relatively substantial scope or potensial to raise tax revenues*.

Potensi adalah sesuatu yang sebenarnya sudah ada, hanya belum didapat atau diperoleh ditangan. Untuk mendapatkan atau memperolehnya perlu upaya-upaya tertentu, misalnya untuk potensi sumber daya alam tambang perlu upaya eksplorasi dan eksploitasi, untuk potensi pajak perlu dilakukan perhitungan daya pajak (*Tax Effort*), (Mahmudi, 2010).

Menurut Halim (2004) daya pajak (*tax effort*) adalah rasio antara penerimaan pajak dengan kapasitas atau kemampuan masyarakat dalam membayar pajak di suatu daerah. Salah satu indikator yang dapat digunakan untuk mengetahui kemampuan membayar masyarakat adalah Produk Domestik Regional Bruto.Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) mrupakan Indikator kemampuan masyarakat daerah dalam membayar (*ability to pay*) pajak. Jika PDRB suatu daerah meningkat, maka kemampuan daerah dalam membayar (*ability to pay*) pajak juga akan meningkat. Jika daya pajak rendah sedangkan pendapatan asli daerah tinggi artinya potensi yang ada belum dimanfaatkan secara optimal.Syahputra (2006) menyatakan bahwa nilai daya pajak berkisar antara 0 sampai 1, semakin besar nilai daya pajak menunjukkan semakin besar kemampuan pemerintah daerah dalam menjaring potensi daerah melalui pajak, dengan kata lain rata-rata kontribusi pajak mempunyai perbandingan yang tinggi terhadap PDRB.

Hal ini dapat di hitung berdasarkan rumus :

$$TaxRatio = \frac{RealisasiPajakReklame}{PDRB} x\ 100\%$$

Sumber : Halim (2004)

Elastisitas (Elasticity) Analisis ini untuk mengetahui tingkat kepekaan perubahan suatu jenis penerimaan jika terjadi perubahan pada jumlah PDRB dan jumlah penduduk. Analisis ini digunakan untuk mengetahui derajat kepekaan dariPendapatan Asli Daerah akibat adanya perubahan pada penerimaan pajak reklame. Sehingga pada akhirnya dapat diketahui seberapa besar pajak reklame berpengaruh terhadap Pendapatan Asli Daerah (Halim 2004 : 26). Dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Tax Elasticity} = \frac{\%\ \Delta PDRB}{\%\ \Delta PAD} X\ 100\%$$

Berdasarkan konsep elastisitas tersebut akan diperoleh 3 kemungkinan yaitu :

a) E < 1 disebut inelastik Artinya jika penerimaan pajak reklame naik 1 % maka Pendapatan Asli Daerah akan naik kurang dari 1 %. Jika penerimaan Pajak Reklame turun 1 % maka Pendapatan Asli Daerah akan turun kurang dari 1 %.
b) E > 1 disebut elastik Artinya jika penerimaan pajak reklame naik 1 % maka Pendapatan Asli Daerah akan naik lebih dari 1 %. Jika penerimaan pajak reklame turun 1 % maka Pendapatan Asli Daerah akan turun lebih dari 1 %
c) E = 1 disebut unitary Artinya jika penerimaan pajak reklame naik 1 % maka Pendapatan Asli Daerha akan naik 1 %. Jika penerimaan pajak reklame turun1 % maka Pendapatan Asli Daerah akan turun 1%

2.3 Pengertian Efektifitas

Efektifitas pemungutan pajak mengambarkan bagaimana kinerja suatu pemerintahan. Dimana kinerja menurut Indra Bastian (2006:274) adalah prestasi yang dapat dicapai oleh organisasi dalam periode tertentu. Menurut Richard Steers (Abdul Halim, 2004:166), efektifitas harus dinilai atas tujuan yang bisa dilaksanakan dan bukan atas konsep tujuan yang maksimum. Apabila konsep efektifitas dikaitkan dengan pemungutan pajak, maka efektifitas tersebut yang dimaksudkan adalah seberapa besar realisasi penerimaan. Berhasil mencapai potensi yang seharusnya dicapai pada suatu periode tertentu (Abdul Halim, 2004: 167).

Pengertian efektivitas bila dikaitkan dengan penerimaan suatu pajak maksudnya adalah seberapa besar realisasi pajak yang berhasil dicapai berdasarkan target atau sasaran yang sebenarnya harus dicapai pada periode tertentu. Efektivitas digunakan untuk mengukur hubungan antara hasil pungutan suatu pajak dengan tujuan atau target yang telah ditetapkan (Mardiasmo, 2002). Perhitungan efektivitas (hasil guna) digunakan untuk mengetahui tingkat keberhasilan dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan.

Menurut Jones dan Pendlebury dalam (Halim,2004), efektivitas adalah suatu ukuran keberhasilan atau kegagalan dari organisasi dalam mencapai suatu tujuan. Indikator Efektivitas pemungutan Pajak Reklame adalah rasio antara hasil pemungutan pajak dengan target pajak dengan anggapan semua wajib pajak

membayar semua pajak terutang, atau dengan kata lain dapat dihitung dengan rumus:

$$Efektivitas = \frac{RealisasiPenerimaanPajakReklame}{TargetPenerimaanPajakReklame} x\ 100\%$$

Sumber : Halim (2004)

Efektivitas digunakan untuk mengukur hubungan antara hasil pungutan suatu pajak dengan tujuan atau target yang telah ditetapkan. Efektivitas pajak reklame merupakan kemampuan pemerintah daerah dalam merealisasikan penerimaan pajak reklame yang direncanakan dengan target yang ditetapkan (Rosidah,2010).Indikator efektivitas adalah rasio antara hasil pemungutan suatu pajak dengan potensi hasil pajak, atau dengan kata lain dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Efektivitas = \frac{RealisasiPenerimaanPajakReklame}{PotensiPajakReklame} x\ 100\%$$

Sumber : Halim (2004)

Dalam perhitunga efektivitas menurut halim (2004), kemampuan daerah dalam menjalankan tugas dikategorikan efektif apabila rasio yang dicapai mencapai minimal 100%. Maka semakin tinggi rasio efektivitas, semakin baik pula kemampuan daerah.

Untuk mengatur nilai efektivitas, secara lebih rinci digunakan kriteria berdasarkan Kepmendagri No. 690.900.327 Tahun 1994 tentang pedoman penilaian dan Kinerja keuangan yang disusun tabel berikut:

Tabel 2.1
Kriteria Kinerja Keuangan

Persentase Efektivitas	Kriteria
>100%	Sangat Efektif
90 – 100%	Efektif
80 -90 %	Cukup Efektif
60 -80 %	Kurang Efektif
< 60%	Tidak Efektif

Sumber : Depdagri, Kepmendagri No. 690.900.327

2.4 Sumber Pendapatan Daerah

Dalam era otonomi daerah saat ini, pemerintahan daerah diberikan kewenangan untuk menggali lebih luas,mengelola dan menggunakan sumber daya alam serta potensi – potensi lain yang terdapat di daerahnya masing –masing, untuk mendukung pelaksanaan pemerintahan dan pembangunannya. Menurut Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2004 tentang keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah Pasal 5, pendapatan daerah bersumber dari :

A. Pendapatan Asli Daerah;

B. Dana Perimbangan; dan

C. Lain-lain Pendapatan.

2.4.1 Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Menurut Undang – Undang Republik Indonesia nomor 33 Tahun 2004 pasal 1 angka 18, Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah pendapatan yang diperoleh Daerah yang dipungut berdasarkan Peraturan Daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Menurut Undang – Undang Nomor 33 Tahun 2004 Pasal 6, pendapatan Asli Daerah (PAD) bersumber dari:

A. Pajak Daerah;

B. Retribusi Daerah;

C. Hasil pengelolaan kekayaan Daerah yang dipisahkan; dan

D. Lain-lain PAD yang sah.

2.4.2 Dana Perimbangan

Menurut Undang – Undang Nomor 33 Tahun 2004 Pasal 1:

> "Dana Perimbangan adalah dana yang bersumber dari pendapatan APBN yang dialokasikan kepada Daerah untuk mendanai kebutuhan Daerah dalam rangka pelaksanaan Desentralisasi."

Menurut Undang –Undang Nomor 33 Tahun 2004 Pasal 10, dana perimbangan terdiri dari:

A. Dana Bagi Hasil;

B. Dana Alokasi Umum; dan

C. Dana Alokasi Khusus.

2.4.3 Lain – Lain Pendapatan Daerah Yang Sah

Menurut Undang – Undang Nomor 33 Tahun 2004 Pasal 43, lain-lain Pendapatan terdiri atas pendapatan hibah dan pendapatan Dana Darurat. Pendapatan Hibah merupakan bantuan yang tidak mengikat. Menurut Undang – Undang Nomor 33 Tahun 2004 pasal 1 angka 28:

> "Hibah adalah Penerimaan Daerah yang berasal dari pemerintah negara asing, badan/lembaga asing, badan/lembaga internasional, Pemerintah, badan/lembaga dalam negeri atau perseorangan, baik dalam bentuk devisa, rupiah maupun barang dan/atau jasa, termasuk tenaga ahli dan pelatihan yang tidak perlu dibayar kembali".

Sedangkan dana darurat menurut Undang –Undang Nomor 33 Tahun 2004 pasal 1 angka 29 adalah :

> "Dana Darurat adalah dana yang berasal dari APBN yang dialokasikan kepada Daerah yang mengalami bencana nasional, peristiwa luar biasa, dan/atau krisis solvabilitas".

2.4.4 Peranan Pendapatan Asli Daerah

Desentralisasi pemerintahan mengakibatkan pemerintahan daerah harus lebih mandiri dan berupaya untuk lebih menggali sumber daya berpotensi maupun yang sedang dikembangkan di daerahnya masing – masing, hal ini dilakukan untuk memperoleh pendapatan guna membiayai pengeluaran –pengeluaran umum rumah tangga daerah tersebut. Salah satu sumber pendapatan daerah berasal dari pendapatan asli daerah. Pendapatan asli daerah merupakan tulang punggung pembiayaan daerah, oleh karena itu kemampuan melaksanakan ekonomi diukue

dari besarnya kontribusi yang diberikan oleh pendapayan asli daerah terhadap APBD.

2.5 Pajak Daerah

Pajak daerah adalah salah satu sumber kontribusi pendapatan asli daerah (PAD). Pajak daerah dipungut oleh pemerintah daerah tingkat I maupun pemerintah daerah tingkat II dan digunakan untuk membiayai rumah tangga masing masing daerah. Dasar hukum pengenaan pajak daerah adalah Undang – Undang Nomor 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.

2.5.1 Pengertian Pajak Daerah

Pajak daerah Menurut Undang-undang No. 28 Tahun 2009 Pasal 10 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, adalah:

"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".

Sedangkan pajak daerah menurut Erly Suandy (2011:229)

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

2.5.2 Ciri – Ciri Pajak Daerah

Menurut Azhari (2005:49), ciri-ciri Pajak Daerah adalah:

1. Pajak daerah dapat berasal dari pajak asli daerah maupun pajak Negara yang diserahkan kepada daerah sebagai pajak daerah

2. Pajak daerah dipungut oleh daerah terbatas di dalam wilayah administratif yang dikuasainya
3. Hasil pungutan pajak daerah dipergunakan untuk membiayai urusan rumah tangga daeerah atau untuk membiayai pengeluaran daerah sebagai badan hukum
4. Pajak daerah dipungut oleh daerah berdasarkan kekuatan Peraturan Daerah (Perda), maka sifat pemungutan pajak daerah dapat dipaksakan kepada masyarakat yang wajib membayar dalam lingkungan kekuasaannya.

2.5.3 Sistem Pemungutan Pajak Daerah

Undang – undang Nomor 28 Tahun 2009 menetapkan sistem pemungutan pajak untuk setiap Pajak Daerah :

1 Sistem Pemungutan Pajak Daerah

Pemungutan pajak daerah saat ini menggunakan tiga sistem pemungutan pajak. Sebagaimana yang tertera dibawah ini:

a. Dibayar sendiri oleh wajib pajak
b. Ditetapkan oleh kepala daerah
c. Dipungut oleh pemungut pajak

2 Pemungutan Pajak Daerah

Dimungkinkan kerjasama dengan pihak ketiga dalam proses pemungutan pajak, antara lain:

a. Percetakan formulir perpajakan

b. Pengiriman surat – surat kepada wajib pajak

c. Penghimpunan data objek dan subjek pajak

Untuk wajib pajak, sesuai dengan ketetapan kepala daerah maupun yang dibayar sendiri oleh wajib pajak :

a. Diterbitkan Surat Tagihan Pajak Daerah (STPD)

b. Surat Keputusan Pembetulan

c. Surat Keputusan Keberatan

d. Putusan Banding sebagai dasar pemungutan dan penyetoran pajak.

2.5.4 Jenis – Jenis Pajak Daerah

Menurut Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 pajak daerah dibagi menjadi dua kelompok, yaitu:

1. Pajak Provinsi, terdiri atas:

   a. Pajak Kendaraan Bermotor

      Pajak Kendaraan Bermotor adalah pajak atas kepemilikan dan/atau penguasaan kendaraan bermotor. Kendaraan Bermotor adalah semua kendaraan beroda beserta gandengannya yang digunakan di semua jenis jalan darat, dan digerakan oleh peralatan teknik berupa motor atau peralatan lainnya yang berfungsi untuk mengubah suatu sumber daya energi tertentu menjadi tenaga gerak kendaraan bermotor yang bersangkutan, termasuk alat –alat berat dan alat – alat besar yang dalam

operasinya menggunakan roda dan motor dan tidak melekat secara permanen serta kendaraan bermotor yang dioperasikan di air.

b. Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor

Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor adalah pajak atas penyerahan hak milik kendaraan bermotor sebagai akibat perjanjian dua pihak atau perbuatan sepihak atau keadaan yang terjadi karena jual beli, tukar menukar, hibah, warisan atau pemasukan dalam badan usaha.

c. Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor

Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor adalah pajak atas penggunaan bahan bakar kendaraan bermotor. Bahan Bakar Kendaraan Bermotor adalah semua jenis bahan bakar cair atau gas yang digunakan untuk kendaraan bermotor.

d. Pajak Air Permukaan

Pajak Air Permukaan adalah pajak atas pengambilan dan/atau pemanfaatan air permukaan. Air Permukaan adalah semua air yang terdapat pada permukaan tanah, tidak termasuk air laut, baik yang berada di laut maupun di darat.

e. Pajak Rokok

Pajak Rokok adalah pungutan atas cukai rokok yang dipungut oleh pemerintah.

2. Pajak Kota/Kabupaten terdiri atas:

a. Pajak Hotel

Pajak hotel adalah pajak atas pelayana hotel. Hotel adalah bangunan yang khusus disediakan bagi orang untuk dapat menginap/ istirahat, memperoleh pelayanan, dan atau fasilitas lainnya dengan dipungut bayaran, yang mencakup motel, losmen, gubuk pariwisata, wisma pariwisata, pesanggrahan, rumah penginapan dan sejenisnya, serta rumah kos dengan jumlah kamar lebih dari 10 (sepuluh).

b. Pajak Restoran

Pajak restoran adalah pajak atas pelayanan restoran. Restoran adalah fasilitas penyedia makanan dan atau minuman dengan diungut bayaran, yang mencakup juga rumah makan, kafetari, kantin,warung, bar, dan sejenisnya termasuk jasa boga/katering.

c. Pajak Hiburan

Pajak hiburan adalah pajak atas penyelenggaraan hiburan. Hiburan adalah semua jenis tontonan, pertunjukan, permainan, dan/atau keramaian yang dinikmati dengan dipungut biaya.

d. 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 memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau 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.

e. Pajak Penerangan Jalan

Pajak penerangan jalan adalah pajak atas penggunaan tenaga listrik, baik yang dihasilkan oleh pembangkit listrik sendiri maupun yang diperoleh dari sumber lain

f. Pajak Mineral Bukan Logam

Pajak Mineral Bukan Logam adalah pajak atas kegiatan pengambilan mineral bukan logam dan batuan, baik dari sumber alam di dalam dan/atau permukaan bumi untuk dimanfaatkan.

g. Pajak Parkir

Pajak Parkir adalah pajak yang dikenakan atas tempat parkir di luar badan jalan, baik yang disediakan berkaitan dengan pokok usaha maupun yang disediakan sebagai suatu usaha, termasuk penyediaan tempat penitipan kendaraan bermotor.

h. Pajak Air Tanah

Pajak Air Tanah adalah pajak atas pengambilan dan/ atau pemanfaatan Air tanah. Air Tanah adalah air yang terdapat dalam lapisan tanah atau batuan di bawah permukaan tanah.

i. Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan (BPHTB)

Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan (BPHTB) adalah pajak atas perolehan hak atas tanah dan/atau bangunan. Perolehan Hak atas Tanah dan/atau Bangunan adalah pebuatan atau peristiwa hukum yang

mengakibatkan diperolehnya hak atas tanah dan/atau bangunan oleh orang pribadi ata badan.

j. Pajak Sarang Burung Walet

Setiap kegiatan pengambilan dan/atau pengusahaan sarang burung wallet dipungut pajak dengan nama Pajak Sarang Burung Walet.

k. Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan

Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan adalah pajak atas bumi atau bangunan yang dimiliki, dikuasai, dan/atau dimanfaatkan oleh orang pribadi atau Badan, kecuali kawasan yang digunakan untuk kegiatan usaha perkebunan, perhutanan, dan pertambangan.

2.6 Pajak Reklame

Sesuai dengan Undang- undang Nomor 28 Tahun 2009 pasal 1 angka 26 dan 27 bahwa :

> "Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda, alat, pembuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau 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."

Pengenaan pajak reklame tidak mutlak ada di seluruh daerah kota atau kabupaten yang ada di Indonesia. Hal ini dikarenakan dengan kewenangan yang diberikan kepada pemerintah kota atau kabupaten untuk menggunakan atau tidak menggunakan suatu jenis pajak kota atau kabupaten. Keberadaan pajak reklame sebagai salah satu jenis pajak kabupaten/ kota diatur juga dalam Undang –

Undang Nomor 28 Tahun 2009, yang dimulai tanggal 1 Januari 2010 menjadi dasar hukum pajak daerah di Indonesia.

2.6.1 Dasar Hukum Pemungutan Pajak Reklame

Dalam Siahaan (2010: 383) pemungutan pajak Reklame di Indonesia saat ini didasarkan pada dasar hukum yang jelas dan kuat sehingga harus dipatuhi oleh masyarakat dan pihak yang terkait. Dasar hukum pemungutan pajak reklame pada suatu kabupaten atau kota adalah sebagai berikut:

1 Undang –Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah

2 Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 tentang Pajak Daerah

3 Peraturan daerah kabupaten/kota yang mengatur pajak reklame

4 Keputusan bupati/walikota yang mengatur tentang pajak reklame sebagai aturan pelaksanaan peraturan daerah tentang Pajak Reklame pada kabupaten/kota dimaksud

2.6.2 Objek Pajak Reklame

1. Reklame Papan

   Reklame papan adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kuyu, plastik, kerlas,fibre glass, kaca, batu,logam, alat penyinar, atau bahan lain yang sejenis yang berbentuk lampu pijm atau alat lain yang bersinar yang dipasang pada tempat yang disediakan (berdiri sendiri) atau dengan cara digantungkan.

2. Reklame Kain

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

3. Reklame Melekat

   Reklame melekat adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebarkan, diberikan atau dapat diminta untuk ditempelkan, diletakkan, dipasang digantungkan pada suatu benda milik pribadi lain dengan ketentuan luasnyatidak lebih dari200 m/lembar.

4. Reklame Selebaran

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

5. Reklame Kendaraan

   Reklame kendaraan adalah reklame yang ditempatkan atau ditempelkan pada kendaraan yang digerakkan oleh tenaga hewan atau tenaga mekanik.

6. Reklame Peragaan

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

7. Reklame Udara

   Reklame udara adalah reklame yang diselenggarakan di udara dengan menggunakan balon gas, pesawat atau lain sejenisnya.

8. Reklame Film

   Reklame film adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara menggunakan klise berupa kaca atau film, ataupun bahan - bahan lain yang sejenis, sebagai alat untuk diproyeksikan dan ataupun diperagakan pada layar atau benda lain atau dipancarkan dan diperagakan melalui pesawat televisi.

9. Reklame Suara

   Reklame suara adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata - kata yang diucapkan atau suara yang ditimbulkan dan atau oleh perantara alat atau pesawat apapun.

Dikecualikan dari objek pajak reklame adalah sebagai berikut :

a. Penyelenggaraan Reklame melalui internet, televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan, dan sejenisnya;
b. Label/merek produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan, yang berfungsi untuk membedakan dari produk sejenis lainnya;
c. Nama pengenal usaha atau profesi yang dipasang melekat pada bangunan tempat usaha atau profesi diselenggarakan sesuai dengan ketentuan yang mengatur nama pengenal usaha atau profesi tersebut;
d. Reklame yang diselenggarakan oleh Pemerintah atau Pemerintah Daerah; dan
e. Penyelenggaraan Reklame lainnya yang ditetapkan dengan Peraturan Daerah.

2.6.3 Subjek Pajak dan Wajib Pajak Reklame

Subyek Pajak Reklame adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame.

Wajib Pajak Orang Pribadi atau Badan yang menyelenggarakan reklame

2.6.4 Dasar Pengenaan Tarif dan Cara Perhitungan Pajak Reklame

Dasar pengenaan tarif dan cara perhitungan pajak reklame menurut Siahaan (2010:387) adalah sebagai berikut:

1. Dasar Pengenaan Pajak Reklame

Dasar Pengenaan Pajak Reklame adalah nilai sewa reklame (NSR), yaitu nilai yang ditetapkan sebagai dasar perhitungan penetapan besarnya Pajak Reklame. Dalam hal reklame diselenggarakan oleh pihak ketiga, NSR ditetapkan berdasarkan nilai kontrak reklame. Sedangkan apabila reklame diselenggarakan sendiri, NSR dihitung dengan memerhatikan faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, waktu, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah dan ukuran media reklame. Dalam hal NSR tidak diketahui dan atau dianggap tidak wajar, NSR ditetapkan dengan menggunakan faktor – faktor tersebut di atas. Cara perhitungan NSR ditetapkan dengan peraturan daerah. Selanjutnya hasil perhitungan NSR ditetapkan dengan peraturan kepala daerah.

Dalam peraturan daerah tentang Pajak Reklame, NSR dapat ditentukan dihitung berdasarkan hal – hal berikut:

a. Besarnya biaya pemasangan reklame;

b. Besarnya biaya pemeliharaan reklame;

c. Lama pemasangan reklame;

d. Nilai strategis lokasi; dan

e. Jenis reklame

Cara perhitungan NSR diterapkan dengan peraturan daerah. Umumnya peraturan daerah akan menetapkan bahwa NSR ditetapkan oleh bupati/walikota dengan persetujuan DPRD kabupaten/kota yang bersangkutan dengan berpedoman pada Keputusan Mentri Dalam Negeri. Hasil perhitungan NSR ditetapkan dengan keputusan bupati/walikota. Nilai sewa reklame dapat dihitung dengan rumus :

Nilai Sewa Reklame = Nilai Jual Objek Reklame (NJOR) + Nilai Strategis Pemasangan Reklame(NSPR)

Nilai Jual Objek Reklame ((NJOR) adalah keseluruhan pembayaran/pengeluaran yang dikeluarkan oleh pemilik dan atas penyelenggaraan reklame, termasuk dalam hal ini adalah biaya / harga beli bahan reklame, konstruksi, instalasi listrik, pembayaran/ongkos perakitan, pemancaran, peragaan, penayangan, pengecatan, pemasangan, transportasi pengangkutan dan lain sebagainya samapai dengan bangunan reklame selesai dipancarkan, diperagakan, ditayangkan,dan atau terpasang di tempat yang telah diizinkan.

Perhitungan NJOR didasarkan pada besarnya komponen biaya penyelenggaraan reklame, yang meliputi inikator :

a. Biaya pembuatan/konstruksi

b. Biaya pemeliharaan

c. Lama pemasangan

d. Jenis reklame

e. Luas bidang reklame

f. Ketinggian reklame

Besarnya NJOR dapat dihitung dengan rumus :

NJOR = (Ukuran Reklame x Harga Dasar Ukuran Reklame) + (Ketinggian Reklame x Harga Dasar Ketinggian Reklame)

Nilai Strategis Pemasangan Reklame yang selanjutnya disingkat (NSPR) adalah ukuran nilai yang ditetapkan pada titik lokasi pemasangan reklame tersebut, berdasarkan kriteria kepadatan pemanfaatan tata ruang kota untuk berbagai aspek kegiatan di bidang usaha. Perhitungan nilai strategis didasarakan pada besarnya ukuran reklame, dengan indikator :

a. Nilai fungsi ruang (NFR) lokasi pemasangan

b. Nilai fungsi jalan (NFJ)

c. Nilai sudut pandang (NSP)

Besarnya NSPR dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

NSPR = (NFR+NSP+NFJ) x Hrga Dasar Nilai Strategis

NSPR = [{Fungsi Ruang (= Bobot x Skor)} + {Fungsi Jalan (Bobot x Skor)} + {Sudut Pandang (Bobot x Skor)}] x Harga Dasar Nilai Strategis

Besarnya Pajak Reklame untuk reklame miniuman beralkohol dan rokok ditambah dua puluh lima persen dari nilai sewa reklame. Perhitungan diatas berlaku hanya untik satu sisi saja, sementara apabila terdiri dari dua sisi (dapat dilihat dari seblah depan maupun belakng) maka dikalikan dua.

Untuk mengitung luas reklame sebagai dasar pengenaan pajak dilakukan dengan cara sebagai berikut :

a. Reklame yang mempunyai bingkai atau batas, dihitung dari bingkai aau batas paling luar dimana seluruh gambar, kalimat atau huruf – huruf tersebut berada didalamnya;
b. Reklame yang tidak berbentuk persegu dan tidak berbingkai, dihitung dari gambar, kalimat, atau huruf – huruf yang paling luar dengan jalan menarik garis lurus vertical dan horizontal, sehingga merupakan empat persegi; dan
c. Reklame yang berbentuk pola, dihitung dengan rumus berdasarkan bentuk dan benda masing – masing reklame.

2. Tarif Pajak Reklame

Tarif Pajak Reklame ditetapkan paling tinggi sebesar 25 % dan ditetapkan dengan peraturan daerah kabupaten/kota yang bersangkutan. Dengan demikian, setiap daerah kabupaten/kota diberi kewenangan untuk menetapkan besarnya tarif pajak yang mungkin berbeda dengan kabupaten/kota lainnya, asalkan tidak lebih dari dua puluh lima persen. Dalam Perda Kota Bandung No. 2 Tahun 2010, Pajak Reklame ditetapkan sebesar 25%

3. Perhitungan Pajak Reklame

Besarnya Poko Pajak Reklame yang terhutang dihitung dengan cara mengalikan tarif pajak dengan dasar pengenaan pajak. Secara umum perhitungan Pajak Reklame adalah sesuai dengan rumus berikut :

Pajak Terutang = Tarif Pajak x Dasar pengenaan Pajak

= Tarif Pajak x Nilai Sewa Reklame

2.6.5 Masa Pajak, Tahun Pajak, Saat terutang Pajak dan Wilayah Pemungutan Pajak Reklame

Dalam Siahaan (2010:390) pada Pajak Reklame, masa pajak merupakan jangka waktu yang lamanya sama dengan satu bulan takwim atau jangka waktu lain yang ditetapkan dengan keputusan bupati/walikota. Dalam pengertian masa pajak bagian dari bulan dihitung satu bulan penuh. Tahun pajak adalah jangka waktuu yang lamanya satu tahun takwim kecuali wajib pajak menggunakan tahun buku yang tidak sama dengan tahun takwim.

Umumnya masa pajak adalah jangka waktu tertentu yang lamanya sama dengan jangka waktu penyelenggaraan reklame. Penetapan masa pajak yang tidak hanya satu bulan takwim dapat dilihat pada contoh dibawah ini:

a. Masa pajak untuk jangka waktu yang lamanya satu tahun ditetapkan bagi Pajak Reklame sejenis megatron, vidiotron, *bill**board*/papan, reklame berjalan/ kendaraan; dan reklame suara/permanen
b. Masa pajak untuk jangka waktu lamanya satu bulan ditetapkan bagi Pajak Reklame jenis reklame melekat (template, poster, dan stiker), reklame udara/ balon, film/slide, dan reklame penerangan(permanen)
c. Masa pajak untuk jangka waktu yang lamanya satu hari ditetapkan bagi Pajak Reklame jenis baligo dan kain/spanduk/umbul-umbul/*banner*.

d. Masa pajak untuk jangka waktu yang lamanya satu kali penyelenggaraan ditetapkan bagi Pajak Reklame jenis selembaran/brosur/leafleat, reklame suara (tidak permanen), dan reklame peragaan (tidak permanen).

Pajak yang terutang merupakan pajak reklame yang harus dibayar oleh wajib pajak pada suatu saat, dalam masa pajak atau dalam tahun pajak menurut ketentuan peraturan daerah tentang Pajak Reklame yang ditetapkan oleh pemerintah daerah kabupaten/kota setempat. Saat pajak terutang dalam masa pajak ditentukan menurut keadan, yaitu pada saat penyelenggaraan reklame.

Pajak reklame yang terutang dipungut di wilayah kabupaten/kota tempat reklame berlokasi. Hal ini terkait dengan kewenangan pemerintah kabupaten/kota yang hanya terbatas atas setiap reklame yang berlokasi dan terdaftar dalam lingkup wilayah administrasinya.

2.6.6 Pengukuhan, Pendaftaran dan Pendataan

Siahaan (2010:392) memaparkannya sebagai berikut:

1. Pengukuhan Wajib Pajak

Wajib Pajak Reklame wajib mendaftarkan usahanya kepada bupati/walikota, dalam prektik umumnya kepada Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten/Kota, dalam jangka waktu tertentu, misalnya selambat – lambatnya tiga puluh hari sebelum dimulainya kegiatan uasaha untuk dikukuhkan dan diberikan Nomor Pokok Wajib Pajak Daerah (NPWPD). Jangka waktu ini sesuai

dengan jangka waktu yang ditentukan oleh bupati atau walikota di mana Pajak Reklame dipungut.

Surat Keputusan Pengukuhan yang dikeluarkan oleh Kepala Dinas Pendapatan Daerah tidak merupakan dasar untuk menentukan mulai saat terutang Pajak Reklame, tetapi hanya merupakan saeana administrasi dan pengawasan bagi petugas Dinas Pendapatan Daerah. Apabila pengusaha penyelenggara reklame tidak mendaftarkan usahanya dalam jangka waktu yang telah ditentukan, maka Kepala Dinas Pendapatan daerah akan menetapkan pengusaha tersebut sebagai wajib pajak secara jabatan. Penetapan secara jabatan dimaksudkan untuk pemberian nomor pengukuhan dan NPWPD dan buakan penetapan besarnya pajak terutang. Tata cara pelaporan dan pengukuhan wajib pajak ditetapkan oleh bupati/walikota dengan surat keputusan.

2. Pendaftaran dan Pendataan

Untuk mendapatkan data wajib pajak, dilaksanakan pendaftaran dan pendataan terhadap wajib pajak. Kegiatan pendaftaran dan pendataan diawali dengan mempersiapkan dokumen yang diperlukan, berupa formulir pendaftaran dan pendataan, kemudian diberikan kepada wajib pajak. Setelah dokumen disampaikan kepada wajib pajak, wajib pajak mengisi formulir pendaftaran dengan jelas, lengkap serta mengembalikan kepada petugas pajak. Selanjutnya, petugas mencatat formulir pendaftaran dan pendataan yang dikembalikab oleh wajib pajak dalam Daftar Induk Wajib Pajak berdasarkan nomor urut yang digunakan sebagai dasar untuk menerbirtkan NPWPD.

2.6.7 Penetapan Pajak Reklame

Dalam Siahaan (2010:394) penetapan pajak reklame adalah sebagai berikut:

1. Cara Pemungutan Pajak Reklame

Pemungutan Pajak Reklame tidak dapat diborongkan. Artinya, seluruh proses kegiatan pemungutan Pajak Reklame tidak dapat diserahkan pada pihak ketiga. Walaupun demikian, dimungkinkan adanya kerja sama denga pihak ketiga dalan proses pemungutan pajak, anatara lain pencetakan formulir perpajakan, pengiriman surat – surat kepada wajib pajak. Kegiatan yang tidak dapat dikerjasamakan dengan pihak ketiga adalah kegiatan penghitungan besarnya pajak yang terutang, pengawasan, penyetoran pajak dan penagihan pajak.

2. Penetapan Pajak Reklame

Berdasarkan Surat Pemberitahuan Pajak Daerah (SPTPD) yang disampaikan oleh wajib pajak dan pendataan yang dilakukan oleh Dinas Pendapatan Daerah, bupati/walikota atau pejabat yang ditunjuk oleh bupati/walikota menetapkan Pajak Reklame yang terutang dengan menerbitkan Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD). SKPD harus dilunasi oleh wajib Pajak Paling lama tiga puluh Hari sejak diterimnya SKPD oleh wajib pajak atau jangka waktu lain yang ditetapkan oleh bupati atau walikota. Apabila setelah lewat waku yang ditentukan wajib pajak tidak atau kurang bayar pajak terutang dalam SKPD, wajib pajak dikenakan sanksi administrasi berupa bunga sebesar dua persen sebulan dan tagihan dengan menerbitkan Surat Tagihan Pajak Darerah (STPD).

2.6.8 Pembayaran Pajak Reklame

Dalam siahaan (2010: 396) bahwa Pajak Reklame terutang dapt dilunasi dalm jangka waktu yang ditentukan dalam peraturan daerah, misalnya selambat – lambatnya pada tanggal 15 bulan berikutnya dari masa pajak yang terutang setelah berakhirnya masa pajak. Penentuan tanggal jatuh tempo pembayaran dan penyetoran Pajak Reklame ditetapkan oleh bupati/walikota. Apabila kepada wajib pajak diterbitkan SKPDKB, SKPDKBT, STPD, Surat Keputusan Pembetulan, Surat Keputusan Keberatan dan Putusan Banding yang menyebabkan jumlah pajak yang harus dibayar bertambah, Pajak Reklame harus dilunasi paling lambat satu bulan sejak tanggal diterbitkan.

2.7 Pengaruh Daya Pajak Terhadap Pendapatan Asli Daerah

Menurut halim (2004) daya Pajak (*tax effort*) adalah rasio antara penerimaan pajak dengan kapasitas atau kemapuan masyarakat dalam membayar pajak di suatu daerah. Syahputra (2006) menyatakan bahwa nilai daya pajak berkisar antara 0 sampai 1, semakin besar nilai daya pajak menunjukkan semakin besar kemampuan pemerintah daerah dalam menjaring potensi daerah melalui pajak, dengan kata lain rata-rata kontribusi pajak mempunyai perbandingan yang tinggi terhadap PDRB. Pertumbuhan PDRB dari tahun ke tahun dapat dikatakan bentuk kemandirian di era otonomi daerah sebagai tolak ukur pertumbuhan ekonomi dan PAD.Peningkatan PAD menunjukkan adanya partisipasi masyarakat terhadap jalannya pemerintahan didaerahnya. Semakin tinggi PAD maka akan menambah dana pemerintah daerah yang kemudian akan digunakan untuk

membangun sarana dan prasarana di daerah tersebut. Hal tersebut akan meningkatkan kemandirian daerah, sehingga pemerintah daerah akan berinisiatif untuk lebih menggali potensi-potensi daerah yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi (Sidik, 2002). Potensi adalah sesuatu yang sebenarnya sudah ada, hanya belum didapat atau diperoleh ditangan. Untuk mendapatkan atau memperolehnya perlu upaya-upaya tertentu, misalnya untuk potensi sumber daya alam tambang perlu upaya eksplorasi dan eksploitasi, untuk potensi pajak perlu dilakukan perhitungan daya pajak (*tax effort*), (Mahmudi, 2010).

2.8 Pengaruh Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah

Pengertian efektivitas bila dikaitkan dengan penerimaan suatu pajak maksudnya adalah seberapa besar realisasi pajak yang berhasil dicapai berdasarkan target atau sasaran yang sebenarnya harus dicapai pada periode tertentu. Efektivitas digunakan untuk mengukur hubungan antara hasil pungutan suatu pajak dengan tujuan atau target yang telah ditetapkan (Mardiasmo, 2002). Perhitungan efektivitas (hasil guna) digunakan untuk mengetahui tingkat keberhasilan dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan. Undang – undang tentang pajak daerah dan retribusi daerah bertujuan untuk mengarahkan sistem perpajakan daerah yang sederhana, adil, efektif dan efisien yang dapat mengerakan peran serta masyarakat dalam pembiayaan pembangunan daerah (wartini,2010)

2.9 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2

Penelitian Terdahulu

Judul	Peneliti	Variabel (X,Y)	Hasil
Analisis Potensi Penerimaan , efektifitas dan *Tax Effort* Pajak Penerangan Jalan Terhadap Pendapatan Asli Daerah	Wirdatul Fadhilah (2012)	X_1 = potensi pajak penerangan jalan X_2 = Efektifitas Pajak Penerangan Jalan X_3 = *Tax Effort* Y = Realisasi Penerimaan pajak Penerangan Jalan Z = Realisasi Pendapatan Asli Daerah	1.Potensi dan efektifitas pajak penerangan jalan berpengaruh secara signifikan terhadap penerimaan pajak penerangan 2.efektifitas pemungutan dan tax effort pajak penerangan jalan berpengaruh terhadap penerimaan pajak penerangan jalan 3. Pajak penerangan jalan berpengaruh signifikan terhadap penerimaan pajak penerangan jalan
Analisis Efektivita dan Tax Effort Pemungutan Pajak Reklame	Windu Triantoro (2012)	X_1= Efektifitas Pajak Reklame X_2= *Tax Effort* Y = Penerimaan Pajak Reklame	1.Efektivitas pemungutan paja reklame dan *Tax Effort* pajak reklame

serta Pengaruh Pajak Reklame terhadap Penerimaan Pajak Daerah		Z = Penerimaan Pajak Daerah	secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penerimaan pajak reklame 2.Berdasarkan hasil uji t efektivitas pemungutan pajak reklame secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pajak reklame 3. Tax effort pajak reklame memiliki pengaruh terhadap penerimaan pajak daerah. 4.pemungutan pajak reklame berpengaruh secara signifikan terhadap penerimaan pajak daerah.

2.10 Kerangka Pemikiran

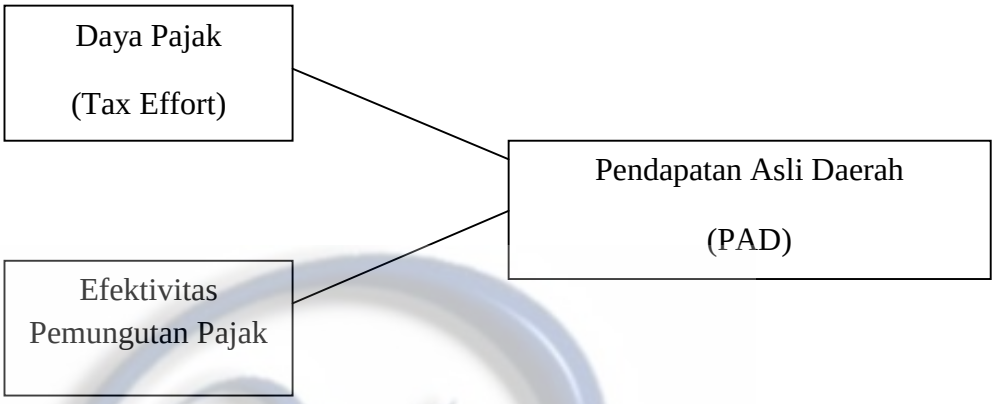
Kota Banadung adalah salah satu kota kreatif yang ada di Indonesia, oleh karena itu dengan majunya kreatifitas dan teknologi banyak penggunaan iklan yang di gunakan untuk mempromosikan barang maupun jasa yang di hasilkan oleh perusahaan maupun pengusaha. Dengan adanya hal tersebut pemerintah kota Bandung juga dapat menjadikan hal tersebut menjadi salah satu potensi pajak atau pendapatan asli daerah kota Bandung. Pemerintah cenderung menggali potensi penerimaan pajak untuk meningkatkan penerimaan daerahnya (Shamsub dan Akoto, 2004). Potensi adalah sesuatu yang sebenarnya sudah ada, hanya belum didapat atau diperoleh ditangan. Untuk mendapatkan atau memperolehnya perlu upaya-upaya tertentu, untuk potensi pajak perlu dilakukan perhitungan daya pajak (*Tax Effort*), (Mahmudi, 2010). Menurut Halim (2004) daya Pajak (*Tax Effort*) adalah rasio antara penerimaan pajak dengan kapasitas atau kemapuan masyarakat dalam membayar pajak di suatu daerah. Upaya pajak merupakan aspek relevan bila dikaitkan dengan tujuan otonomi daerah, yaitu peningkatan kemandirian daerah. Kemandirian daerah seringkali diukur dengan menggunakan PAD, dimana pajak daerah dan retribusi daerah menjadi komponen PAD yang memberikan kontribusi yang sangat besar. Menurut penelitian terdahulu (Windu Triantoro 2012) *tax effort* pajak reklame memiliki pengaruh terhadap penerimaan pajak daerah.

Efektivitas digunakan untuk mengukur hubungan antara hasil pungutan suatu pajak dengan tujuan atau target yang telah ditetapkan. Efektivitas pajak reklame merupakan kemampuan pemerintah daerah dalam merealisasikan

penerimaan pajak reklame yang direncanakan dengan target yang ditetapkan (Rosidah,2010). Efektifitas pemungutan pajak mengambarkan bagaimana kinerja suatu pemerintahan. Dimana kinerja menurut Indra Bastian (2006:274) adalah prestasi yang dapat dicapai oleh organisasi dalam periode tertentu. Pengertian efektivitas bila dikaitkan dengan penerimaan suatu pajak maksudnya adalah seberapa besar realisasi pajak yang berhasil dicapai berdasarkan target atau sasaran yang sebenarnya harus dicapai pada periode tertentu. Efektivitas digunakan untuk mengukur hubungan antara hasil pungutan suatu pajak dengan tujuan atau target yang telah ditetapkan (Mardiasmo, 2002). Efektivitas merupakan perbandingan antara realisasi penerimaan pajak reklame dengan target yang telah ditetapkan. Efektivitas pemungutan Pajak Reklame adalah rasio antara hasil pemungutan pajak dengan target pajak dengan anggapan semua wajib pajak membayar semua pajak terutang Jika pemungutan pajak reklame efektktif maka diharapkan penerimaan Pendapatan daerah dapat semakin besar. Dari hasil penelitian terdahulu (Windu Triantoro 2012) pemungutan pajak reklame berpengaruh secara signifikan terhadap penerimaan pajak daerah.

Dengan demikian dapat di gambarkan kerangka pemikiran terseut seperti :

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



2.11 Hipotesis Penelitian

1. Pengaruh Daya Pajak (*Tax Effort*) Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah

   H_0 : Daya Pajak (*Tax Effort*) Reklame tidak berpengaruh perhadap Pendapatan Asli Daerah

   H_1 : Daya Pajak (*Tax Effort*) Reklame berpengaruh terhadap Pendapatan Asli Daerah

2. Pengaruh Efektifitas Pemungutan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah

   H_0 : Efektifitas Pemungutan Pajak Reklame tidak berpengaruh terhadap Pendapatan Asli Daerah

   H_2 : Efektifitas Pemungutan Pajak Reklame berpengaruh terhadap Pendapatan Asli Daerah

3. Pengaruh Daya Pajak (*Tax Effort*) Reklame dan Efektifitas Pemungutan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah

H_0 : Daya Pajak (*Tax Effort*) Reklame dan Efektifitas Pemungutan Pajak Reklame tidak berpengaruh terhadap Pendapatan Asli Daerah

H_3 : Daya Pajak (*Tax Effort*) Reklame dan Efektifitas Pemungutan Pajak Reklame berpengaruh terhadap Pendapatan Asli Daerah