

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Pendapatan Asli Daerah

2.1.1.1 Pengertian

Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah penerimaan yang diperoleh daerah dari sumber-sumber dalam wilayahnya sendiri yang pungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku. 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 (Halim,2004 dalam Widowati,2014). Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan semua penerimaan daerah yang berasal dari sumber ekonomi asli daerah.

2.1.1.2 Sumber-Sumber

Kelompok Pendapatan Asli Daerah dipisahkan menjadi empat jenis pendapatan, yaitu sebagai berikut:

1) Pajak Daerah

Pajak daerah merupakan pendapatan daerah yang berasal dari pajak. Jenis pendapatan pajak untuk provinsi meliputi objek pendapatan berikut:

a. Pajak Provinsi

Pajak provinsi adalah pajak yang kewenangan pemungutannya ada pada Pemerintah Provinsi. Jenis pajak daerah yang termasuk dalam pajak provinsi

adalah Pajak Kendaraan Bermotor, Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor, Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor, Pajak Air Permukaan dan Pajak Rokok.

b. Pajak Kabupaten/Kota

Pajak Kabupaten/Kota adalah pajak yang kewenangan pemungutaannya ada pada Pemerintah Kabupaten/Kota. Jenis pajak daerah yang termasuk dalam pajak kabupaten/kota adalah Pajak Hotel, Pajak Restoran, Pajak Hiburan, Pajak Reklame, Pajak Penerangan Jalan, Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan, Pajak Parkir, Pajak Air Tanah, Pajak Sarang Burung Walet, Pajak Bumi dan Bangunan Pedesaan dan Perkotaan, dan Bea Perolehan Hak Atas Tanah dan Bangunan.

2) Retribusi Daerah

Retribusi daerah merupakan pendapatan daerah yang berasal dari retribusi. Retribusi daerah yang dapat dipungut oleh pemerintah provinsi dan kabupaten/kota dibagi menjadi tiga, yaitu sebagai berikut:

- a. Retribusi Jasa Umum
- b. Retribusi Jasa Usaha
- c. Retribusi Perizinan Tertentu

3) Hasil pengelolaan kekayaan milik daerah yang dipisahkan

Hasil pengelolaan kekayaan milik daerah yang dipisahkan merupakan penerimaan daerah yang berasal dari pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan.

4) Lain-lain Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang sah

Pendapatan ini merupakan penerimaan daerah yang berasal dari lain-lain milik pemerintah daerah.

2.1.2 Pajak

2.1.2.1 Pengertian Pajak

Pajak dalam istila asing disebut: *tax* (inggris); *import contribution, taxe, droit* (Prancis); *Steuer, Abgabe, Gebuhr* (Jerman); *impuesto contribution, tributo, gravemen, tesa* (Spanyol) dan *belasting* (Belanda) (Safri,2003 dalam Rinawati,2012).

Terdapat beberapa pendapat tentang pengertian pajak. Menurut Prof Dr. Rochmat Soemitro, S.H, pajak adalah iuran rakyat kepada kas Negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal balik (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukan, dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum.

Pengertian pajak menurut Prof. Dr. P. J . A. Adriani adalah iuran kepada Negara (yang dapat dipaksakan) yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan, dengan tidak mendapat prestasi kembali , yang langsung dapat ditunjuk, dan gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum berhubung dengan tugas Negara untuk menyelenggarakan pemerintah.

Sementara itu, Prof. Dr. M. J. H. Smeets menjelaskan bahwa pajak adalah prestasi kepada pemerintah yang terutang melalui norma-norma umum, dan yang dapat dipaksakan, tanpa adanya kontraprestasi yang dapat ditunjukan secara individual; maksudnya adalah untuk membiayai pembiayaan pemerintah.

Pengertian pajak sesuai pasal 1 angka 1 UU Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan menyebutkan bahwa pajak adalah kontribusi wajib 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 dan sebesar-besarnya kemakmuran rakyat (Agoes,2014).

Berdasarkan beberapa definisi di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pajak adalah iuran wajib bersifat memaksa yang dibayarkan rakyat kepada pemerintah dan dengan tidak mendapat imbalan secara langsung, namun digunakan untuk kepentingan umum berdasarkan peraturan-peraturan yang berlaku.

2.1.2.2 Fungsi Pajak

Pada umumnya yang dikenal 2 (dua) fungsi pajak, yaitu:

a. Fungsi Anggaran (Budgetair)

Pajak mempunyai fungsi sebagai alat untuk memasukan uang sebanyak-banyaknya ke dalam kas negara. Uang yang masuk ke kas Negara pada waktunya untuk di gunakan untuk membiayai pengeluaran Negara. Pengeluaran Negara adalah pengeluaran rutin (misalnya: pembayaran gaji pegawai, belanja barang, biaya pemeliharaan gedung, dan lain-lain) untuk membiayai pembangunan.

b. Fungsi Mengatur (Reguleren)

Pajak mempunyai fungsi sebagai alat untuk mencapai tujuan tertentu di luar bidang keuangan Negara. Fungsi mengatur ini sebagai usaha pemerintah untuk campur tangan dalam segala bidang guna menyelenggarakan tujuan lain yang ingin di capai. Fungsi mengatur dewasa ini sangat penting peranannya sebagai alat kebijaksanaan pemerintah (*fiscal policy*) dalam menyelenggarakan politiknya di segala bidang

2.1.2.3 Tujuan Pajak

Secara umum tujuan yang dapat dicapai dari diberlakukannya pajak adalah untuk mencapai kondisi meningkatkan ekonomi suatu Negara yaitu: (1) untuk membatasi konsumsi dan dengan demikian mentranfer sumber dari konsumsi ke investasi; (2) untuk mendorong tabungan dan menanam modal; (3) untuk mentranfer sumber dari masyarakat ke tangan pemerintah sehingga memungkinkan adanya investasi pemerintah; (4) untuk memodifikasi pola investasi; (5) untuk mengurangi ketimpangan ekonomi; dan (6) untuk memobilisasi surplus ekonomi (R.Nukse,1971 dalam Nurmayasari,2010).

Menurut Seligman, terdapat 4 (empat) macam prinsip pemungutan yang perlu dipegang pemerintah dalam mencapai tujuannya, yaitu:

1. Prinsip *Fiscal*

Prinsip ini berhubungan dengan dua hal, yakni *Adequacy* (kecukupan) dan *Elasticity* (elastis), artinya bahwa pemungutan pajak harus dapat terjamin terpenuhinya kebutuhan pengeluaran Negara dan harus cukup elastik dalam menghadapi berbagai tantangan perubahan serta perkembangan kondisi perekonomian

2. Prinsip *Administrative*

Prinsip ini meliputi *Certainly*, *Convenience*, dan *Economy*. Prinsip *Certainly* dari Seligman pada dasarnya sama dengan prinsip *Certainly* dari Adam Smith, yakni ketentuan-ketentuan dalam undang-undang perpajakan oleh Seligman dikatakan sebagai suatu undang-undang yang buruk. Sementara itu, prinsip *Convenience*

berhubungan dengan pernyataan-pernyataan bagaimana pajak itu di bayar, kapan harus di bayar, kemana harus dibayarkan dan dalam kondisi bagaimanakah pajak itu dibayar, sedangkan prinsip *Economy* sama dengan prinsip *Efficiency* dari Adam Smith, yakni bahwa biaya-biaya dalam pemungutan pajak harus lebih rendah daripada pajak yang dipungut.

3. Prinsip *Economy*

Prinsip ini dijabarkan dalam dua prinsip yakni *Innocuity* dan *Efficiency*. Prinsip *Innocuity* ialah bahwa hendaknya proses pemungutan pajak tidak menimbulkan hal-hal yang destruktif. Artinya beban pajak yang dipikul oleh para wajib pajak jangan sampai menghalang-halangi perekonomian bangsa, menghambat produksi atau mencegah investasi. Walaupun pajak dipungut, tetapi proses kemajuan perekonomian masyarakat tetap sama, tidak berhenti apalagi mundur. Sementara itu, prinsip *Efficiency* dimaksudkan supaya suatu perpajakan suatu Negara mampu untuk memenuhi hasil-hasil yang diinginkan. Artinya system perpajakan itu secara praktis dapat mudah dilaksanakan, sehingga penerimaan yang diharapkan dari pajak dapat tercapai.

4. Prinsip *Ethical*

Prinsip ini meliputi hal *Uniformity* dan *Universality*. Kata *Uniformity* menggambarkan kesamaan, perilaku yang sama terhadap para pembayar pajak, sedangkan kata *Universality* berarti setiap wajib pajak harus memikul pajaknya, dan tidak ada satupun wajib pajak yang memikul pajak yang lebih dari semestinya.

2.1.2.4 Jenis Pajak

Menurut (Agoes,2014), pajak di bagi menjadi beberapa menurut sifatnya, objeknya, dan lembaga pemungutannya.

- a. Menurut sifatnya, pajak dikelompokkan menjadi dua, yaitu:
 - 1) Pajak langsung adalah pajak yang pembebanannya tidak dapat dilimpahkan oleh pihak lain dan menjadi beban langsung wajib pajak yang bersangkutan. Contoh: Pajak Penghasilan (PPh).
 - 2) Pajak tidak langsung adalah pajak yang pembebanannya dapat dilimpahkan kepada pihak lain. Contoh: Pajak Pertumbuhan Nilai (PPN), dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM).
- b. Menurut objeknya, pajak dikelompokkan menjadi dua, yaitu:
 - 1) Pajak Subjektif adalah pajak yang berpangkal atau berdasarkan pada subjek yang dilanjutkan dengan mencari syarat objektifnya, dalam arti memperhatikan keadaan diri wajib pajak. Contoh: PPh.
 - 2) Pajak Objektif pajak yang berpangkal atau berdasarkan pada objek tanpa memperhatikan keadaan diri wajib pajak. Contoh: PPN, PBB, dan BM.
- c. Menurut pemungutnya, pajak dikelompokkan menjadi dua, yaitu:
 - 1) Pajak Pusat adalah pajak yang dipungut oleh pemerintah dan digunakan untuk membiayai rumah tangga pemerintah pusat.
Contoh: PPh, PPN, PPnBM, PBB, dan BM.

- 2) Pajak Daerah adalah pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah dan digunakan untuk membiayai rumah tangga pemerintah daerah. Contoh: Pajak Reklame, Pajak Hotel, Pajak Retroran, Pajak Kendaraan Bermotor.

2.1.2.5 Sistem Pemungutan Pajak

Menurut (Waluyo dan Wirawan,1999), system pemungutan pajak dapat dibagi menjadi tiga yaitu:

a) *Withholding System* adalah suatu sistem pemungutan pajak, yang memberikan wewenang kepada pihak tertentu atau pihak ketiga (*withholder*) untuk memotong atau memungut pajak yang terutang berdasarkan presentase tertentu terhadap jumlah pembayaran yang dilakukan dengan penghasilan. Cirinya adalah:

1. Wewenang menentukan besarnya pajak yang terutang dari pemungutan pajak ada pada pihak pemotongan atau pihak pemungut pajak (*withholder*).
2. Wajib pajak pemungut/pemotong (*withholder*) bersifat aktif dalam menghitung, memungut, menyeter melaporkan sendiri pajak yang dipotong.

b) Pemungutan dengan Sistem Ketetapan (*Official Assessment System*) adalah suatu sistem pemungutan pajak, yang memberikan wewenang kepada fiskus untuk menentukan besarnya pajak yang terutang. Cirinya adalah:

1. Wewenang menentukan besarnya pajak yang terutang diberikan pada pihak fiskus.
2. Wajib pajak bersifat pasif dalam menghitung pajak terutang.
3. Utang pajak timbul setelah diterbitkan surat ketetapan pajak fiskus.

c) Sistem menghitung pajak sendiri (*Self Assessment System*) adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberikan wewenang, kepercayaan dan tanggung jawab

kepada wajib pajak untuk melaksanakan sendiri kewajiban dan hak perpajakan.

Cirinya adalah:

1. Wewenang menentukan besarnya pajak yang terutang diberikan pada wajib pajak. Fiskus hanya mengawasi dan tidak boleh ikut campur.
2. Wajib pajak bersifat aktif dalam menghitung, memungut, menyetor dan melaporkan sendiri pajak dan terutang.
3. Surat ketetapan pajak hanya dikeluarkan sebagai produk hukum dari hasil pemeriksaan pajak oleh fiskus.

2.1.3 Pajak Daerah

Pajak daerah merupakan pajak yang dikelola oleh pemerintah daerah, baik provinsi maupun kabupaten/kota yang berguna untuk menunjang penerimaan Pendapatan Asli Daerah dan hasil penerimaan tersebut masuk dalam APBD (Sunato, 2005 dalam Adela, 2012).

Menurut Undang-Undang Nomor 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, Pajak Daerah yang selanjutnya disebut Pajak, 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 Negara dan sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Selain itu, pengertian pajak daerah berdasarkan Undang-Undang Nomor 34 tahun 2000 adalah iuran wajib yang dilakukan oleh daerah kepada orang pribadi atau badan tanpa imbalan yang langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan berdasarkan

perundang-undangan yang berlaku, yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah (Siahaan,2010).

Dengan demikian pajak daerah merupakan 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.

Pajak daerah merupakan salah satu sumber penerimaan Pendapat Asli Daerah yang terdiri dari 5 (lima) jenis pajak provinsi 11 (sebelas) jenis pajak kabupaten/kota. Jenis pajak Provinsi dan Retribusi Daerah meliputi:

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

Jenis pajak Kabupaten/Kota berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 tahun 2009 tentang Pajak dan Retribusi Daerah adalah:

1. Pajak Hotel
2. Pajak Restoran
3. Pajak Hiburan
4. Pajak Reklame
5. Pajak Penerangan Jalan

6. Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan
7. Pajak Parkir
8. Pajak Air Tanah
9. Pajak Sarang Burung Walet
10. Pajak Bumi dan Bangunan Pedesaan dan Perkotaan
11. Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan

2.1.4 Pajak Reklame

2.1.4.1 Pengertian Pajak Reklame

Menurut Undang-Undang Nomor 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah pasal 1 angka 18 dan 19, pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Pajak adalah benda, alat, perbuatan atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan menganjurkan, mempromosikan atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang atau badan yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan dan/atau dinikmati oleh umum.

2.1.4.2 Dasar Hukum Pajak Reklame

Terdapat undang-undang dan peraturan-peraturan untuk memberikan kepastian hukum atas penyelenggaraan reklame, diantaranya:

- 1) Undang-Undang Nomor 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
- 2) Undang-undang Nomor 34 Tahun 2000 yang merupakan perubahan atau Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
- 3) Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 tentang Pajak Daerah.

- 4) Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah dan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2008 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah.

Sementara itu, untuk Kota Kupang sendiri terdapat beberapa peraturan daerah yang berlaku, diantaranya:

- 1) Peraturan Daerah Walikota Kupang Nomor 6 tahun 2011 tentang Pajak Daerah.
- 2) Peraturan Daerah Kota Kupang Nomor 2 tahun 2016 tentang Pajak Daerah.
- 3) Peraturan Daerah Kota Kupang Nomor 7 tahun 2002 tentang Pajak Reklame.

2.1.4.3 Subjek dan Objek Pajak Reklame

Menurut Peraturan Daerah Walikota Kupang Nomor 6 tahun 2011 pasal 20, subjek pajakl reklame adalah orang pribadi atau badan yang menggunakan reklame. Wajib reklame adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame. Apabila reklame diselenggarakan sendiri secara langsung oleh pribadi atau badan, wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau badan tersebut. Sedangkan, apabila reklame diselenggarakan melalui pihak ketiga, pihak ketiga tersebut menjadi wajib pajak reklame.

Objek pajak reklame sebagaimana yang diatur dalam Peraturan Daerah Walikota Kupang Nomor 6 tahun 2011 pasal 19 angka 2 adalah semua penyelenggaraan reklame. Reklame meliputi:

- a. Reklame papan/*billboard*/*videotron*/*megatron* dan sejenisinya adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kayu, kertas, plastic, *fiber glass*, kaca, batu logam atau bahan lain yang sejenis dipasang pada tempat yang

disediakan (berdiri sendiri) atau dengan cara digantungkan atau ditempatkan pada benda lain:

- b. Reklame kain adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain plasti, karet bager atau bahan sejenisnya dengan itu:
- c. Reklame malekat (stiker) adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas diselenggarakan dengan cara disebarkan, ditempelkan atau dipasang pada benda lain:
- d. Reklame selebaran adalah reklame yang disebarkan, diberikan atau dapat diminta dengan ketentuan untuk tidak ditempelkan, diletakan pada benda lain;
- e. Reklame berjalan termasuk pada kendaraan adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara berkeliling dengan di tempelkan atau di tempatkan pada kendaraan;
- f. Reklame teks berjalan (*running text*) adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan tulisan berjalan yang dipasang dengan cara digantung atau ditempatkan pada tempat lain.
- g. Reklame film atau slide adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan klise atau film atau bahan-bahan sejenisnya dengan itu, sebagai alat yang diproyeksi dan/atau diperagakan pada layar atau benda lain atau dipancarkan melalui pesawat televisi;
- h. Reklame udara adalah reklame yang diselenggarakan diudara dengan menggunakan balon gas, pesawat dan/atau alat yang sejenisnya; dan

- i. Reklame apung adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan atau alat tertentu yang dimanfaatkan air laut dan/atau tampungan air seperti pada bendungan besar atau cek dam.

2.1.4.4 Bukan Objek Pajak Reklame

Menurut Perda Nomor 6 tahun 2011, yang tidak termaksud sebagai objek pajak reklame adalah:

- a. Penyelenggaraan reklame melalui internet, televise, 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 dengan ukuran tidak lebih dari 1 (satu) m²;
- d. Reklame yang diselenggarakan oleh Pemerintah atau pemerintah daerah;
- e. Tulisan atau benda yang di pakai semata-mata untuk menjamin keselamatan umum;
- f. Reklame yang tidak mencari keuntungan;
- g. Reklame yang ditempelkan pada kendaraan dari daerah lain yang berada di daerah wilayah pajak tidak lebih dari 7 (tujuh)hari.

2.1.4.5 Tarif dan Dasar Pengenaan Pajak Reklame

Tarif pajak reklame berdasarkan pasal 22 Perda Kota Kupang Nomor 6 tahun 2011 ditetapkan paling tinggi sebesar 25% (dua puluh lima persen).

Dasar pengenaan pajak reklame menurut Perda Kota Kupang Nomor 6 tahun 2011 adalah Nilai Sewa Reklame (NSR), yaitu nilai yang ditetapkan sebagai perhitungan penetapan besarnya pajak reklame. Apabila reklame diselenggarakan oleh pihak ketiga, NSR ditetapkan berdasarkan nilai kontrak reklame. Sedangkan apabila 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.

Cara perhitungan Nilai Sewa Reklame berdasarkan Peraturan Daerah Kota Kupang Nomor 2 tahun 2016 ditetapkan sebagai berikut:

$$\text{NSR} = \text{NJOPR} \times \text{INSP} \times \text{JWP}$$

Dimana,

NSR : Nilai Sewa Reklame ;

NJOPR : Nilai Jual Obyek Pajak Reklame;

INSP : Indeks Nilai Strategis Pemasangan;

JWP : Jangka Waktu Pemasangan.

Menurut (Siahaan,2010), Nilai Jual Objek Pajak Reklame (NJOPR) adalah keseluruhan pembayaran dan pengeluaran yang dikeluarkan oleh pemilik dan atau penyelenggara reklame, termasuk dalam hal ini adalah biaya/harga beli bahan

reklame, kontruksi, instalasi listrik, pembayaran/ongkos perakitan, pemancaran, peragaan, penayangan, pengecatan, pemasangan dan transportasi pengangkutan, dan lain sebagainya sampai dengan bangunan reklame selesai dipancarkan, diperagakan, ditayangkan dan/atau terpasang di tempat yang telah diizinkan.

Perhitungan NJOPR didasarkan pada besarnya komponen biaya penyelenggaraan reklame, yang meliputi indicator:

- a. Biaya pembuatan/konstruksi
- b. Biaya pemeliharaan
- c. Lama pemasangan
- d. Jenis reklame
- e. Luas bidang reklame
- f. Ketinggian reklame

Besarnya NJOPR dihitung dengan rumus:

$$\text{NJOPR} = (\text{Ukuran Reklame} \times \text{Harga Dasar Ukuran Reklame}) \\ + (\text{Ketinggian Reklame} \times \text{Harga Dasar Ketinggian Reklame})$$

Sumber: Marihot Siahaan, 2010

Indeks Nilai Strategis Pemasangan yang selanjutnya disingkatkan (INSP) adalah nilai yang ditetapkan pada titik lokasi pemasangan reklame tersebut, berdasarkan kriteria pendataan pemanfaatan tata ruang kota untuk berbagai aspek kegiatan di bidang usaha. Perhitungan nilai strategis didasarkan pada besarnya ukuran

reklame, dengan indikator: Nilai Fungsi Ruang (NFR) lokasi pemasangan; Nilai Fungsi Jalan (NFJ); dan Nilai Sudut Pandang (NSP).

2.1.4.6 Perhitungan Pajak Reklame

Berdasarkan pokok pajak reklame yang terutang dihitung dengan cara mengalikan pajak (paling tinggi 25%) dengan dasar pengenaan pajak yaitu Nilai Sewa Reklame

Perhitungan pajak reklame adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Pajak Terutang} &= \text{Tarif Pajak} \times \text{Dasar Pengenaan Pajak} \\ &= \text{Tarif Pajak} \times \text{Nilai Sewa Reklame} \end{aligned}$$

Sumber: Marihot Siahaan, 2010

2.1.5 Jumlah Perusahaan

Badan sesuai dengan Undang-undang Perpajakan Tahun 2000 adalah sekumpulan orang dan atau modal yang merupakan kesatuan baik yang melakukan usaha maupun yang tidak melakukan usaha yang meliputi Perseroan Terbatas, Perseroan Komanditer, Perseroan lainnya, Badan Usaha Milik negara dengan nama dan dalam bentuk apapun, Firma, Kongsi, Koperasi, Dana Pensiun Pesekutuan, Perkumpulan, Yayasan, Organisasi Massa, Organisasi SosPol atau Organisasi yang sejenis, lembaga, Bentuk Usaha Tetap dan Bentuk Badan lainnya.

Wajib Pajak sesuai dengan Undang-undang Perpajakan Tahun 2000 adalah orang pribadi atau badan yang menurut ketentuan peraturan perundangundangan perpajakan diwajibkan untuk melaksanakan pembayaran pajak, termasuk pemungutan

pajak atau pemotongan pajak tertentu. Dari penjelasan diatas Wajib Pajak Badan dapat diartikan sebagai Wajib Pajak yang dikenakan atas Badan yang sesuai dengan pengertian diatas yang berkewajiban membayar pajak sesuai dengan perundang-undangan perpajakan.

Media periklanan(reklame) digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan komersial perusahaan. Dengan banyaknya perusahaan menggunakan media periklanan (reklame) maka perusahaan harus membayar wajib pajak dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

2.1.6 Jumlah Industri

Istilah industri secara ekonomi dapat diartikan sebagai kegiatan mengolah bahan mentah menjadi barang jadi atau barang setengah jadi. Kegiatan pengolahan disini dapat dilakukan secara manual, dengan mesin, maupun secara elektronik. Terjadinya ketimpangan pembangunan sector industry atau tingkat industrialisasi antar daerah adalah sebagai salah satu faktor penyebab terjadinya ketimpangan ekonomi antar daerah. Peran sector industry dalam pembangunan adalah untuk memberikan nilai tambah faktor- faktor produksi (Subandi,2012).

Menurut (Sutrisno,2012) dalam (Liberty,2013), jumlah industri berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame. Pajak reklame cocok untuk sumber penerimaan daerah, karena tempat objek pajak dapat mudah diketahui. Jumlah industri yang menggunakan jasa pemasangan reklame juga sangat berpengaruh dengan pendapatan PDRB. Hal ini disebabkan apabila suatu industri yang ingin memasarkan produknya dapat menggunakan reklame agar dapat diketahui masyarakat yang dapat menambah

jumlah penerimaan pajak itu sendiri. Bertambahnya jumlah industry yang memasang reklame mengakibatkan objek pajak bertambah luas, sehingga penerimaan daerah pun meningkat.

2.1.7 Produk Domestik Regional Bruto (PDRB)

Terdapat beberapa istilah yang dipakai untuk menilai tingkat produksi suatu bangsa, salah satunya adalah Produk Domestik Bruto atau *Gross Domestic Product* (PDB atau GDP). Pada prinsipnya, Produk Domestik Bruto merupakan nilai barang dan jasa akhir yang dihasilkan di wilayah suatu Negara, baik yang dilakukan oleh warga Negara yang bersangkutan maupun warga Negara asing yang bekerja di Wilayah Negara tersebut dalam kurun waktu tertentu. Dalam menghitung pendapatan regional, hanya dipakai konsep domestik, berarti seluruh nilai tambah yang ditimbulkan oleh berbagai sektor atau lapangan usaha yang melakukan kegiatan usahanya di suatu Wilayah atau region (dalam hal ini provinsi) dimasukkan, tanpa memperhatikan pemilihan atas faktor produksi. Dengan demikian, PDRB secara agregatif menunjukkan kemampuan suatu daerah dalam menghasilkan pendapatan atau balas jasa kepada faktor-faktor produksi yang ikut berpartisipasi dalam proses produksi di daerah tersebut.

PDRB perkapita pada skala daerah dapat digunakan sebagai pengukur pertumbuhan ekonomi yang lebih baik karena lebih tepat mencerminkan kesejahteraan penduduk suatu Negara dari pada nilai PDB atau PDRB suatu daerah dibagi dengan jumlah penduduk di Negara maupun daerah yang bersangkutan atau dapat disebut juga sebagai PDB atau PDRB rata-rata.

PDRB merupakan total nilai barang dan jasa yang diproduksi di wilayah atau regional tertentu dan dalam kurun waktu tertentu biasanya satu tahun. Tingginya tingkat pertumbuhan ekonomi yang ditunjukkan dengan tingginya nilai PDRB menunjukkan bahwa daerah tersebut mengalami kemajuan dalam perekonomian.

Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) menurut Badan Pusat Statistik (BPS) didefinisikan sebagai jumlah nilai tambah yang dihasilkan oleh seluruh unit usaha dalam suatu wilayah, atau merupakan jumlah seluruh nilai barang dan jasa akhir yang dihasilkan oleh seluruh unit ekonomi di suatu wilayah. Produk Domestik Regional Bruto atas dasar harga berlaku menggambarkan nilai tambah barang dan jasa yang dihitung menggunakan harga pada setiap tahun, sedang Produk Domestik Regional Bruto atas dasar harga konstan menunjukkan nilai tambah barang dan jasa yang dihitung menggunakan harga pada tahun tertentu.

PDRB adalah jumlah keseluruhan nilai tambah barang dan jasa yang dihasilkan dari semua kegiatan perekonomian diseluruh wilayah dalam periode tahun tertentu yang pada umumnya dalam waktu satu tahun. Pada perhitungan PDRB dapat menggunakan dua harga yaitu PDRB harga berlaku dan PDRB harga konstan, yang dimana PDRB harga berlaku merupakan nilai suatu barang dan jasa yang dihitung menggunakan harga yang berlaku pada tahun tersebut, dan PDRB harga konstan adalah nilai suatu barang dan jasa yang dihitung dengan menggunakan harga pada tahun tertentu yang dijadikan sebagai tahun acuan atau tahun dasar.

2.1.8 Laju Pertumbuhan

Laju pertumbuhan merupakan perubahan suatu indikator yang akan diamati yang terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Banyak contoh pertumbuhan yang diamati individu maupun pemerintah, seperti laju pertumbuhan ekonomi, laju pertumbuhan penduduk lainnya. Apabila terjadi laju pertumbuhan ekonomi berarti menunjukkan baiknya pemerintah suatu wilayah tertentu dalam mengelola perekonomian wilayah tersebut. Perhitungan laju pertumbuhan dilakukan dengan membagi hasil pengurangan dari nominal yang diamati tahun berjalan dengan nominal yang diamati pada tahun sebelumnya yang dikalikan dengan 100%.

2.2 Hubungan Antarvariabel

1.2.1 Hubungan Antar Jumlah Perusahaan terhadap Pajak Reklame

Jumlah wajib pajak perusahaan yang berkewajiban membayar pajak sesuai dengan ketentuan yang telah diatur dalam undang-undang perpajakan Tahun 2000 adalah orang pribadi atau badan yang menurut ketentuan peraturan perundangundangan perpajakan diwajibkan untuk melaksanakan pembayaran pajak reklame, termasuk pemungutan pajak reklame atau pemotongan pajak tertentu. Dari penjelasan diatas Wajib Pajak Badan dapat diartikan sebagai Wajib Pajak yang dikenakan atas Badan yang sesuai dengan pengertian diatas yang berkewajiban membayar pajak sesuai dengan perundang-undangan perpajakan.

1.2.2 Hubungan Antara Jumlah Industri terhadap Pajak Reklame

Menurut (Tarigan,2005) Perusahaan besar akan meramalkan perubahan yang akan terjadi di daerah perusahaan/industri beroperasi, sehingga industri akan melakukan penyesuaian dan untuk meningkatkan keuntungan mereka. Menurut (Nurmayasari,2010) menyatakan jumlah industri berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame dan pajak daerah.

1.2.3 Hubungan Antara Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) terhadap Pajak Reklame

Dengan meningkatkan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) maka akan semakin tinggi pula ekonomi daerah tersebut dan bisa membayar pajak dengan tertib dan memungkinkan daerah untuk mewajibkan pajak yang lebih tinggi dari sebelumnya. Menurut (Hariyuda,2009) menjelaskan bahwa Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) berpengaruh signifikan terhadap penerimaan pajak daerah.

2.3 Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung penelitian ini, penelitian menyajikan beberapa penelitian terdahulu tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pajak reklame, diantaranya:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

NO	Nama Penelitian & Tahun	Judul	Rumusan Masalah	Analisis dan Hasil
1	Noviyanto Indriwan (2014)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame Kabupaten Klaten	1. Bagaimana pengaruh jumlah penduduk terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Klaten 2. Bagaimana pengaruh Jumlah perusahaan terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Klaten 3. Bagaimana pengaruh Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Klaten	Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel independen (PDRB, Jumlah penduduk, Jumlah Perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel penerimaan pajak reklame. Hasil uji t dengan tingkat signifikan (α)= 5% menunjukkan bahwa PDRB dan Jumlah penduduk berpengaruh positif terhadap penerimaan pajak reklame, sedangkan jumlah perusahaan tidak berpengaruh

				positif. Hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,988912 yang berarti bahwa 98,89% variabel dependen (penerimaan pajak reklame) mampu di jelaskan oleh variabel independen dalam modal (PDRB, Jumlah Penduduk, jumlah perusahaan) sedangkan sisanya 1,11% dijelaskan oleh faktor lain diluar model
2	Mery Silvia (2014)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi penerimaan Pajak Reklame Di Kota Medan	1. Bagaimana pengaruh jumlah penduduk terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Medan 2. Bagaimana pengaruh jumlah perusahaan terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Medan 3. Bagaimana pengaruh Produk	Hasil penelitian diperoleh bahwa Jumlah Penduduk (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penerimaan pajak reklame dilihat dari t hitung 5,304 > t tabel 1,812 atau H_{a1} diterima. Jumlah perusahaan (X_2) secara parsial tidak berpengaruh

			Domestik Regional Bruto terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Medan	terhadap penerimaan pajak reklame dilihat dari t hitung $0,034 < 1,812$ atau H_a2 ditolak. Dan PDRB (X3) Secara parsial tidak berpengaruh penerimaan pajak reklame dilihat dari t hitung $0,083 < 1,812$ atau H_a3 diteloak. Variabel jumlah penduduk, Jumlah Perusahaan, PDRB secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Medan
3	M.Raihan, (2013)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame Di Kabupaten Yogyakarta	1. Bagaimana pengaruh jumlah penduduk terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Yogyakarta 2. Bagaimana pengaruh jumlah Industri terhadap	Penelitian ini menggunakan model analisis uji MWD, Asumsi dengan pengujian Autokorelasi, Multikolinearitas, Heteroskedastisitas, Koefisien Determinasi (R^2), Uji F dan Uji T.

			penerimaan pajak reklame di Kabupaten Yogyakarta 3. Bagaimana pengaruh Produk Domestik Regional Bruto terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Yogyakarta	penelitian ini menemukan bahwa tidak semua hasilnya sesuai dengan hipotesis. Jumlah penduduk, jumlah industri, PDRB berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di kota Yogyakarta.
4	Oppisen Yudisyus (2013)	Penerimaan Pajak Reklame dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya	1. Bagaimana pengaruh jumlah penduduk terhadap penerimaan pajak reklame. 2. Bagaimana pengaruh Jumlah Industri terhadap penerimaan pajak reklame.	Regresi Linier Berganda (<i>Mukltiple Linier Regression Merhod</i>) dengan metode kuadrat terkecil atau <i>Ordinary Least Square</i> (OSL) Dari hasil penelitian di temukan bahwa Secara parsial hanya variable PDRB, jumlah penduduk, dan jumlah industry yang berpengaruh

				positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta. Sedangkan variable panjang jalan tidak memiliki pengaruh positif. Penelitian ini menggunakan data sekunder dari tahun 2003 sampai 2012
5	Setia Neo Liberty (2013)	Analisis Faktir-Faktor yang Mmempengaruhi Penerimaan Pajak Relkame Di Kabupaten Jember	1. Bagaimana pengaruh Jumlah Industri terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Jember 3. Bagaimana pengaruh Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Jember	Model regresi linear berganda dengan metode kuadrat terkecil biasa (OLS) Dari hasil penelitian di temukan bahwa Secara parsial jumlah penduduk berpengaruh positif namun tidak signifikan, sedangkan jumlah industry dan PDRB berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di

				Kabupaten Jember. Secara simultan pajak reklame dipengaruhi oleh ketiga variable independen dalam penelitian ini, dan sisanya sebesar 49.9% di sebabkan oleh faktor lain. Penelitian ini menggunakan data skunder dari tahun 2000 sampai 2011.
--	--	--	--	--

Sumber: Diolah 2019

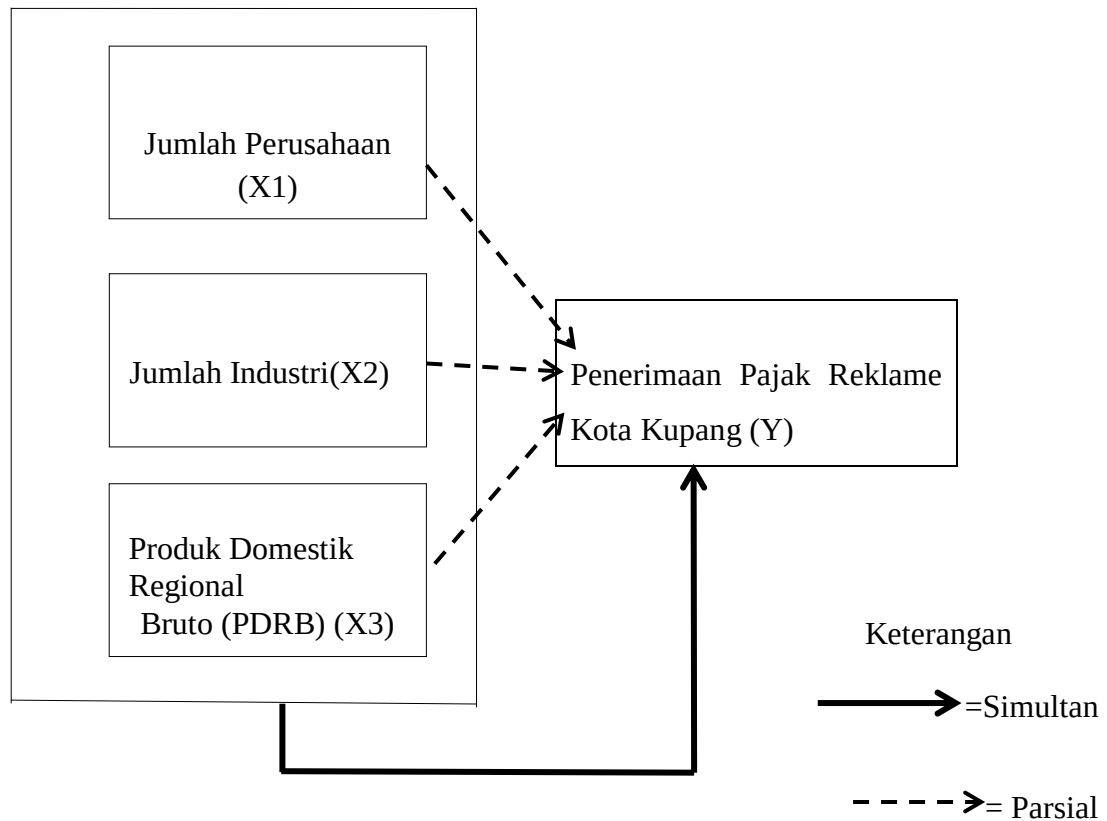
Berdasarkan tabel penelitian terdahulu diatas, terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu. Persamaan terletak pada variable independen yang digunakan yaitu jumlah penduduk, jumlah industri dan PDRB dan penerimaan pajak reklame sebagai variable dependen serta model regresi yang digunakan yaitu model regresi linier berganda. Sedangkan, perbedaannya terletak pada indikator yang digunakan yaitu laju pertumbuhan, lokasi serta tahun penelitian ini dan penelitian sebelumnya.

2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis

Pembiayaan terhadap kebutuhan suatu daerah memerlukan sumber-sumber penerimaan yang dapat diandalkan, misalnya pajak daerah. Salah satu jenis pajak daerah yang memiliki potensi dalam penambahan pendapatan daerah adalah pajak reklame. Sumbangan yang diberikan pajak reklame cukup berkontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah. Setiap tahun, realisasi pajak reklame di Kota Kupang mengalami peningkatan dengan kontribusi yang berfluktuasi sehingga membuat pemerintah untuk terus berusaha mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame. Terdapat beberapa faktor-faktor yang diduga mempengaruhi penerimaan pajak reklame diantaranya jumlah perusahaan, jumlah industri, dan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Oleh karena itu, perlu dilakukan pengujian statistik dan analisis sehingga dapat diketahui apakah faktor-faktor tersebut memang benar memiliki pengaruh terhadap kenaikan maupun penurunan pajak reklame.

Berdasarkan uraian di atas, maka kerangka berpikir dalam usulan penelitian ini adalah sebagai berikut

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran Teoritis



2.5 Hipotesis

Dalam penelitian ini dirumuskan hipotesis guna memberikan arah dan pedoman dalam melakukan penelitian. Hipotesis yang digunakan dalam penelitian adalah :

- 2.5.1 Jumlah perusahaan, jumlah industri, dan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) berpengaruh parsial secara signifikan dan positif (+) terhadap pajak reklame di Kota Kupang

2.5.2 Jumlah perusahaan, jumlah industri, dan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) berpengaruh simultan secara signifikan dan positif (+) terhadap pajak reklame di Kota Kupang