

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pendapatan Daerah

Menurut Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah pasal 1 ayat 35, pendapatan daerah merupakan pendapatan yang memberikan kontribusi terhadap jumlah penerimaan bersih pemerintah daerah dalam satu tahun anggaran tertentu. Adapun rincian sumber pendapatan daerah terdiri atas:

- a. Pendapatan Asli Daerah, meliputi:
 - 1) Pajak daerah;
 - 2) Retribusi daerah;
 - 3) Hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan; dan
 - 4) Lain-lain pendapatan asli daerah yang sah;
- b. Pendapatan transfer, meliputi:
 - 1) Transfer Pemerintah Pusat terdiri atas:
 - a) Dana perimbangan;
 - b) Dana otonomi khusus;
 - c) Dana keistimewaan; dan
 - d) Dana desa.

- 2) Transfer antardaerah, meliputi:
 - a) Pendapatan bagi hasil; dan
 - b) Bantuan keuangan.
- c. Lain-lain pendapatan daerah yang sah, yaitu penerimaan yang tidak mencakup PAD dan pendapatan transfer. Adapun pendapatan yang dimaksud dapat berupa dana darurat, hibah atau lainnya sesuai ketentuan yang berlaku. **Pendapatan Asli Daerah**

Merujuk Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintahan Daerah , Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan penerimaan yang diperoleh oleh daerah yang pemungutannya didasarkan pada ketentuan dalam undang-undang berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Adapun sumber-sumber Pendapatan Asli Daerah terdiri atas:
 - a. Pajak daerah;
 - b. Retribusi daerah
 - c. Hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan; dan
 - d. Lain-lain PAD yang sah, meliputi:
 - 1) Hasil penjualan kekayaan daerah yang tidak dipisahkan;
 - 2) Jasa giro;
 - 3) Pendapatan bunga;
 - 4) Keuntungan selisih nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing; dan
 - 5) Komisi, potongan, ataupun bentuk lain sebagai akibat dari penjualan dan/atau pengadaan barang dan/atau jasa oleh daerah.

Pendapatan Asli Daerah merupakan salah satu komponen penerimaan daerah yang berkaitan dengan asas desentralisasi. Jumlah PAD suatu daerah memegang peran utama dalam sumber pembiayaan daerah. Untuk itu, pemerintah daerah perlu menjamin terlaksananya implementasi kebijakan yang baik dan senantiasa melakukan optimalisasi sistem pemungutan pajak secara berkala. Selain itu, Pendapatan Asli Daerah juga mencerminkan tingkat kemandirian suatu daerah. Dalam hal ini, semakin tinggi penerimaan PAD pada suatu daerah menunjukkan bahwa daerah tersebut mampu melaksanakan desentralisasi fiskal yang baik. Setiap daerah diharapkan mampu mengurangi ketergantungannya terhadap transfer dana perimbangan dari pemerintah pusat dan dapat membiayai pengeluaran rumah tangganya sendiri. Adapun uraian komponen dari Pendapatan Asli Daerah adalah sebagai berikut:

A. Pajak Daerah

Ketentuan mengenai pajak daerah diatur dalam pasal 1 angka 10 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Dalam ketentuan tersebut, pajak daerah merupakan kontribusi yang bersifat wajib oleh yang diberikan kepada daerah oleh orang pribadi atau badan yang pemungutannya dapat dipaksakan dengan ketentuan dalam undang-undang. Dalam praktiknya, pajak daerah tidak memberikan imbalan secara langsung namun akan digunakan untuk kemakmuran rakyat.

Kewenangan pemungutan pajak daerah dilakukan oleh dua pihak yang berbeda yaitu provinsi dan kabupaten/kota. Besaran tarif untuk pajak yang dikelola oleh provinsi ditetapkan dalam nominal yang sama di seluruh Indonesia melalui

ketentuan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001. Sedangkan, besarnya tarif definitif untuk pajak kabupaten/kota ditentukan oleh peraturan daerah yang dapat dimanfaatkan oleh kepentingan umum baik orang pribadi maupun badan. Ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 mengatur pembagian tersebut meliputi:

- 1) Pajak Kabupaten/Kota, meliputi:
 - a) Pajak Hotel;
 - b) Pajak Restoran;
 - c) Pajak Hiburan;
 - d) Pajak Reklame;
 - e) Pajak Penerangan Jalan;
 - f) Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan;
 - g) Pajak Parkir;
 - h) Pajak Air Tanah;
 - i) Pajak Sarang Burung Walet;
 - j) Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan; dan
 - k) Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan.
- 2) Pajak Provinsi, meliputi:
 - a) Pajak Kendaraan Bermotor;
 - b) Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor;
 - c) Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor;
 - d) Pajak Air Permukaan; dan
 - e) Pajak Rokok.

B. Retribusi Daerah

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 mendeskripsikan Retribusi Daerah sebagai sumber penerimaan daerah yang akan digunakan untuk kepentingan daerah. Retribusi daerah merupakan pungutan yang dipungut atas pemberian jasa atau pemberian izin yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah untuk kepentingan masyarakat yang bersangkutan. Adapun objek retribusi antara lain:

- 1) Retribusi Jasa Umum, adalah penyelenggaraan retribusi yang diberikan pemerintah untuk masyarakat umum yang dapat dimanfaatkan untuk kepentingan umum baik orang pribadi maupun badan:
- 2) Retribusi Jasa Usaha, merupakan retribusi yang diberikan pemerintah daerah atau pihak swasta dengan menerapkan prinsip komersial dalam penyelenggaraannya; dan
- 3) Retribusi Perizinan Tertentu, merupakan retribusi yang diberikan oleh pemerintah daerah untuk layanan pemberian izin kepada pihak yang membutuhkan baik orang pribadi ataupun badan untuk kegiatan tertentu seperti pengendalian, pemanfaatan ruang, dan kepentingan sejenis lainnya.

C. Hasil Kekayaan Daerah yang Dipisahkan

Hasil kekayaan daerah yang dipisahkan merupakan penerimaan daerah atas hasil penyertaan modal daerah yang berasal dari hasil perusahaan milik daerah dan pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, yang perolehannya ditetapkan melalui ketentuan dalam peraturan daerah sesuai dengan ketentuan undang-undang. Objek pendapatan hasil kekayaan daerah yang dipisahkan terdiri atas:

- 1) Bagian laba atas penyertaan modal pada Badan Usaha Milik Daerah; dan
- 2) Bagian laba atas penyertaan modal pada Perusahaan Swasta.

BUMD berperan dalam peningkatan Pendapatan Asli Daerah sebagai pemacu utama pertumbuhan dan pengembangan ekonomi serta meningkatkan investasi asing maupun domestik untuk menunjang pertumbuhan ekonomi nasional.

D. Lain-Lain Pendapatan Asli Daerah yang Sah

Lain-lain Pendapatan Daerah yang Sah adalah jenis pendapatan selain pajak daerah, retribusi daerah dan hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan. Dalam pasal 6 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah disebutkan sumber lain-lain PAD yang sah meliputi:

- 1) Hasil penjualan kekayaan daerah yang dipisahkan;
- 2) Jasa giro;
- 3) Pendapatan bunga;
- 4) Keuntungan selisih nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing; dan
- 5) Komisi, potongan, atau bentuk lain sebagai akibat dari penjualan dan/atau pengadaan barang dan/atau jasa oleh daerah.

2.2 Pajak Reklame

a. Definisi Pajak Reklame

Dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 1 Ayat 26, Pajak Reklame merupakan pajak atas penyelenggan reklame. Adapun reklame diartikan sebagai 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. Secara umum, terdapat dua jenis reklame, yaitu reklame produk dan reklame non-produk. Reklame produk merupakan reklame yang memuat informasi berupa objek yang digunakan untuk kepentingan promosi. Sedangkan, reklame non-produk merupakan reklame yang memuat informasi berupa identitas perusahaan atau badan usaha dengan tujuan agar pemasangannya dapat membuat perusahaan atau badan usaha dapat lebih dikenal oleh khalayak umum.

b. Objek Pajak Reklame

Objek Pajak Reklame meliputi seluruh penyelenggaraan reklame. Dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 47 ayat 2, objek Pajak Reklame diklasifikasikan ke dalam 10 jenis. Lebih lanjut rincian jenis-jenis reklame dapat diketahui dalam ketentuan daerah, salah satunya Peraturan Daerah Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 12 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame. Adapun rincian jenis Pajak Reklame yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1) Reklame papan/*billboard*/*videotron*/*megatron* dan sejenisnya

Reklame papan/*billboard* merupakan reklame yang terbuat dari papan kayu, *calli brete*, *vinyle* termasuk seng atau bahan lain yang metode pemasangannya dapat dilakukan dapat dilekatkan pada bangunan atau bagian bangunan. Sedangkan, reklame *megatron*/*videotron*/*large electronic display (LED)* merupakan reklame yang ditampilkan dalam layar monitor berupa iklan bersinar dengan gambar atau tulisan yang bergerak.

2) Reklame kain

Reklame kain merupakan reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain, kertas atau bahan sejenis.

3) Reklame melekat

Reklame melekat atau dapat disebut dengan stiker merupakan reklame yang difungsikan dengan memanfaatkan kertas, plastik atau bahan lainnya dengan cara dilekatkan di tempat tertentu dengan ketentuan luas media yang dimaksud maksimal 200 cm² per lembar.

4) Reklame selebaran

Reklame selebaran merupakan reklame yang memanfaatkan media kertas atau alat sejenis yang dapat diberikan atau disebarkan kepada khalayak ramai selain untuk dilekatkan atau dipasang di tempat tertentu.

5) Reklame berjalan, termasuk pada kendaraan

Reklame berjalan/kendaraan merupakan reklame yang memanfaatkan kendaraan yang berjalan dengan cara ditempelkan atau dipasang dengan cara lain di kendaraan tersebut.

6) Reklame udara

Reklame udara merupakan reklame yang diselenggarakan dengan bantuan transportasi udara, laser atau alat lain yang dapat membuat objek reklame melayang di udara.

7) Reklame apung

Reklame Apung merupakan reklame yang ditampilkan di permukaan air secara terapung.

8) Reklame suara

Reklame suara merupakan reklame yang ditampilkan dengan perantara atau alat yang dapat menghasilkan suara.

9) Reklame film/slide

Reklame film/slide merupakan reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan tampilan film yang diproyeksikan ke benda lain.

10) Reklame peragaan

Reklame peragaan difungsikan dengan memperagakan suatu objek dengan suara atau tanpa suara.

c. Subjek dan Wajib Pajak Reklame

Subjek Pajak Reklame merupakan orang pribadi maupun badan yang menggunakan reklame. Sedangkan, wajib Pajak Reklame merupakan orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame. Dalam kasus adanya penyelenggaraan reklame sendiri secara langsung oleh orang pribadi atau badan, wajib Pajak Reklame adalah orang pribadi atau badan tersebut. Sedangkan jika reklame diselenggarakan melalui pihak ketiga, pihak ketiga tersebut menjadi wajib Pajak Reklame.

2.3 Sistem Pemungutan Pajak Reklame

a. Dasar Pengenaan Pajak Reklame

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi daerah pasal 49, Nilai Sewa Reklame merupakan nilai yang digunakan sebagai Dasar Pengenaan Pajak Reklame. Dalam hal reklame diselenggarakan oleh pihak ketiga, Nilai Sewa Reklame ditetapkan berdasarkan

nilai kontrak reklame. Sedangkan, jika terdapat penyelenggaraan reklame sendiri, Nilai Sewa Reklame dihitung dengan memperhatikan faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, waktu, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah, dan ukuran media reklame yang digunakan.

b. Tarif Pajak Reklame

Tarif Pajak Reklame ditetapkan dengan peraturan daerah paling tinggi sebesar 25%. Untuk pemasangan reklame produk rokok, dikenakan tambahan pajak sebesar 25% dari besarnya Pajak Reklame. Ketentuan ini mempertimbangkan eksternalitas negatif yang ditimbulkan oleh pemasangan reklame rokok. Sedangkan, untuk pemasangan reklame pendidikan diberikan keringanan pajak sebesar 25% dari besarnya Pajak Reklame.

c. Perhitungan Pajak Reklame

Penghitungan Pajak Reklame menggunakan Nilai Sewa Reklame sebagai Dasar Pengenaan Pajak dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Nilai Sewa Reklame} = \text{Nilai Jual Objek Pajak Reklame (NJOPR)} + \text{Nilai Strategis Pemasangan Reklame (NSPR)}$$

Nilai Strategis Pemasangan Reklame ditentukan oleh faktor indeks jalur jalan, nilai lokasi dan nilai sudut pandang reklame. Besarnya NSPR dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Nilai Strategis Pemasangan Reklame} = \{ \text{Jalur jalan (bobot} \times \text{skor)} + \text{lokasi (bobot} \times \text{skor)} + \text{sudut pandang (bobot} + \text{skor)} \} \times \text{Nilai Satuan Strategis Reklame}$$

Sedangkan, besarnya Nilai Jual Objek Pajak Reklame dihitung dengan rumus:

$$\text{Nilai Jual Objek Pajak Reklame} = (\text{luas bidang reklame} \times \text{harga dasar ukuran reklame}) + (\text{ketinggian reklame} \times \text{harga dasar ketinggian reklame})$$

Setelah mengetahui Nilai Sewa Reklame, jumlah Pajak Reklame dihitung dengan cara mengalikan tarif Pajak Reklame yang berlaku dengan Nilai Sewa Reklame.

d. Tata Cara Pembayaran Pajak

Pembayaran Pajak Reklame dilakukan melalui Kas Umum Daerah atau tempat lain yang ditunjuk oleh wali kota sesuai waktu yang telah ditentukan dalam Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD) dan Surat Tagihan Pajak Daerah (STPD).

e. Penagihan Pajak

Tindakan awal pelaksanaan penagihan Pajak Reklame adalah surat teguran, surat peingatan atau surat lain yang sejenis yang dikeluarkan 7 hari sejak saat jatuh tempo pembayaran. Jika dalam jangka waktu tersebut wajib pajak belum membayar pajaknya, akan diterbitkan surat teguran setelah lewat 21 hari sejak tanggal jatuh tempo surat teguran untuk menagih jumlah pajak yang terutang. Jika dalam jangka waktu tersebut wajib pajak belum juga melunasi utang pajaknya, akan diterbitkan surat paksa yang jatuh tempo dalam 2 x 24 jam setelah penerbitan surat paksa. Adapun jumlah pajak yang harus dibayar oleh wajib pajak akan ditambah dengan sanksi administrasi berupa bunga sebesar 2% setiap bulan untuk paling lama 15 bulan sejak terutangnya pajak.

f. Keberatan dan Banding

Wajib Pajak dapat mengajukan keberatan atas pengenaan Pajak Reklame kepada wali kota untuk Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD), Surat Ketetapan Pajak daerah Lebih Bayar (SKPDLB) dan pemotongan atau pemungutan oleh pihak ketiga berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan secara tertulis. Keputusan persetujuan oleh wali kota akan diberikan dalam jangka waktu

12 bulan. Apabila setelah lewat jangka waktu tersebut wali kota tidak memberikan keputusan, permohonan keberatan dianggap tidak dikabulkan. Apabila wajib pajak tidak menyetujui hasil dari keputusan keberatan, maka banding dapat diajukan kepada Badan Penyelesaian Sengketa Pajak dalam jangka waktu 3 bulan setelah diterimanya keputusan keberatan. Meskipun Wajib Pajak diberikan kesempatan untuk mengajukan keberatan dan banding, pengajuan tersebut tidak menunda kewajiban membayar pajak sehingga dalam proses pengajuan keberatan atau banding wajib pajak tetap harus membayar terlebih dahulu Pajak Reklame yang terutang. Apabila pengajuan keberatan atau banding dikabulkan sebagian atau seluruhnya, kelebihan atas pembayaran pajak yang terutang akan dikembalikan dan ditambah dengan imbalan sanksi administratif berupa bunga sebesar 2% sebulan untuk paling lama 24 bulan.

g. Pengembalian Kelebihan Pembayaran Pajak

Wajib Pajak Reklame dapat meminta permohonan pengembalian kelebihan pembayaran pajak kepada wali kota secara tertulis dan mendapatkan keputusan dalam jangka waktu 12 bulan. Apabila jangka waktu dilampaui namun wali kota tidak memberikan keputusan, permohonan pengembalian kelebihan pembayaran pajak dianggap dikabulkan dan SKPDLB harus diterbitkan dalam waktu paling lama 1 bulan. Jika wajib pajak diketahui memiliki utang pajak lainnya, kelebihan pembayaran pajak dilakukan dalam waktu paling lama 2 bulan sejak diterbitkannya SKPDLB dengan menerbitkan Surat Perintah Membayar Kelebihan Pajak (SPMKP). Apabila kemudian pengembalian kelebihan pembayaran pajak dilakukan setelah lewat jangka waktu tersebut, wajib pajak berhak menerima

imbalan bunga sebesar 2% sebulan atas keterlambatan pembayaran kelebihan pajak.

h. Sanksi Administratif

Untuk SKPD berdasarkan STPD tidak atau kurang dibayar yang telah lewat waktu paling lama 30 hari sejak SKPD diterima, wajib pajak akan dikenakan sanksi administratif berupa bunga sebesar 2% sebulan yang ditagih dengan penerbitan SKPD.

i. Ketentuan Pidana

Ketentuan tindak pidana untuk Pajak Reklame sama halnya dengan tindak pidana dibidang perpajakan daerah lainnya yaitu tidak dapat dituntut setelah melampaui jangka waktu 5 tahun sejak saat terutangnya pajak atau berakhirnya masa pajak atau berakhirnya bagian tahun pajak atau berakhirnya tahun pajak yang bersangkutan.

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel II. 1 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

No	Judul, Jenis Dokumen, Penulis, Tahun	Fokus Studi	Perbedaan dengan Penelitian ini
1	Pengaruh Kepatuhan Wajib Pajak Terhadap Penerimaan Pajak di Kota Bogor, Jurnal Lentera Akuntansi, Ardita Nurul Inayah (2019).	Mengetahui pengaruh kepatuhan wajib pajak terhadap penerimaan pajak di Kota Bogor tahun 2016.	Mengetahui kontribusi penerimaan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah kota Bogor.
2	Strategi Peningkatan Penerimaan Pendapatan Pajak Reklame di Kabupaten Bogor, Jurnal Manajemen Pembangunan Daerah, Indah Ayu Sulviane, Hariantp, dan Dedi Budiman Hakim (2014).	Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame, mengkaji manajemen penyelenggaraan pajak reklame, menganalisis persepsi masyarakat terhadap pajak reklame dan menyusun strategi peningkatan pendapatan pajak reklame di Kabupaten Bogor.	Menganalisis implementasi kebijakan pemungutan Pajak Reklame di kota Bogor, berikut uraian hambatan yang dihadapi oleh pemerintah daerah kota Bogor dalam proses pemungutan Pajak Reklame dan strategi maksimalisasi Pajak Reklame di kota Bogor.

Inayah(2019) melakukan penelitian terkait pengaruh kepatuhan wajib pajak terhadap penerimaan pajak di kota Bogor. Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian dekriptif verifikatif dan pendekatan kuantitatif dengan menjelaskan masing-masing variabel menggunakan data berupa angka kemudian menjelaskan hubungan kedua variabel melalui uji hipotesis. Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa penerimaan pajak masih rendah dikarenakan sedikitnya wajib pajak yang melaksanakan kewajibannya. Kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan pembayaran pajak menjadi salah satu indikasi dalam penerimaan. Hal ini disimpulkan berdasarkan penelitian yaitu jumlah kepatuhan wajib pajak yang berpengaruh secara signifikan terhadap penerimaan pajak.

Dalam penelitian berikutnya, Indah Ayu Sulviane(2014) meneliti strategi peningkatan penerimaan pendapatan Pajak Reklame di kabupaten Bogor. Metode analisis yang digunakan adalah regresi, efisiensi dan efektifitas pajak. Sedangkan perancangan programnya menggunakan analisis IFE, EFE dan IE, serta analisis SWOT dan WSPM. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan Pajak Reklame, mengkaji manajemen penyelenggaraan Pajak Reklame, menganalisis persepsi masyarakat terhadap Pajak Reklame dan menyusun strategi peningkatan pendapatan Pajak Reklame di kabupaten Bogor. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, diketahui kepatuhan wajib pajak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penerimaan Pajak Reklame. Pernyataan ini berbanding lurus dengan penelitian yang dilakukan oleh Inayah.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah lebih berfokus kepada metode deskriptif kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam

penelitian ini diperoleh melalui hasil kajian pustaka dan studi lapangan berupa wawancara yang dilakukan terhadap Badan Pendapatan Daerah kota Bogor. Penelitian ini mengidentifikasi implementasi kebijakan pemungutan Pajak Reklame di kota Bogor. Selain itu, akan disajikan uraian berupa hambatan yang dihadapi oleh pemerintah daerah kota Bogor dalam proses pemungutan Pajak Reklame berikut strategi maksimalisasi Pajak Reklame di kota Bogor.