

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Pajak

2.1.1. Pengertian Pajak

Negara berkewajiban menyelenggarakan pemerintahan yang berdaulat guna melindungi kepentingan rakyat di bidang keamanan, kesejahteraan, pertahanan, dan berperan dalam meningkatkan kecerdasan kehidupan rakyat. Kalimat di atas merupakan tujuan nasional yang tertuang dalam Alinea ke-4 pada Pembukaan Undang-Undang Dasar 1945 (UUD 1945), yang tentunya perlu dibiayai melalui pungutan pajak.

Pengaturan mengenai pajak yang bersifat wajib dan pungutan-pungutan lain yang dikenakan dalam rangka keperluan negara diatur dengan Undang-Undang (Pasal 23A UUD1945). Menurut Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Ketentuan Umum dan Perpajakan (UU KUP) Nomor 28 Tahun 2007, pajak adalah iuran orang atau badan hukum yang bersifat wajib dan dibayar tanpa imbalan secara langsung yang berlandaskan Undang-Undang. Melalui sebuah artikel karya (Agustina, 2020), P.J.A. Andriani yaitu berbunyi “Pajak adalah iuran kepada pemerintah dari

mereka yang wajib membayarnya tanpa imbalan langsung guna pembiayaan pengeluaran umum dalam penyelenggaraan pemerintahan”.

2.1.2. Tujuan Pajak

Dalam jurnal milik (Ispriyarso, 2011) disebutkan bahwa ada dua fungsi perpajakan, yaitu fungsi anggaran dan fungsi regulasi. Namun, dalam perkembangan zaman, fungsi perpajakan telah berkembang dan melengkapi dua fungsi lainnya, yaitu fungsi demokrasi dan redistribusi.

Menurut (Poernomo, 2014), fungsi anggaran adalah fungsi yang berada di sektor publik, yaitu fungsi pemungutan pajak yang sebesar-besarnya berlandaskan sesuai dengan ketentuan yang ada, yang akan digunakan secara tepat untuk membiayai kebutuhan belanja negara. Fungsi regulasi adalah fungsi pajak yang ditujukan sebagai alat untuk mengatur kebijakan guna mencapai tujuan tertentu di luar sektor keuangan. Dalam hal ini perpajakan berperan sebagai alat pengatur kondisi sosial dan ekonomi. Kemudian, fungsi demokrasi perpajakan merupakan salah satu wujud atau bentuk kegiatan pemerintahan dan pembangunan untuk kepentingan umat manusia. Pada masa sekarang, demokrasi sering dikaitkan dengan hak seseorang dalam memperoleh layanan publik dari pemerintah. Selanjutnya, fungsi redistribusi adalah fungsi yang menekankan pada unsur kesetaraan dan keadilan sosial bagi masyarakat.

2.2. Sumber Pendapatan Daerah

Dikutip melalui Jurnal milik (Lubis, 2013), menurut Halim, pendapatan daerah adalah penerimaan yang diperoleh dari berbagai sumber berupa kenaikan kekayaan atau pengurangan utang pada suatu tahun anggaran yang bersangkutan. Menurut Supriyadi, penerimaan daerah adalah pendapatan keuangan daerah untuk satu periode tahun anggaran tertentu yang merupakan hak negara. Menurut (Djaenuri, 2012) pemerintah daerah memerlukan wewenang dan kemampuan untuk menggali sumber pendapatan daerahnya sendiri dalam rangka untuk menyelenggarakan

otonomi daerah. Undang-Undang tahun 2014, sebagaimana tercermin dalam Pasal 23, pendapatan daerah dianggap sebagai peningkatan pendapatan bersih selama 1 tahun anggaran yang bersangkutan.

Jika dikaitkan dengan asas otonomi daerah, agar suatu daerah dapat membuat aturan atas wilayahnya sendiri, diberikan kewenangan/kebebasan untuk memungut pendapatan daerah guna menjamin pelaksanaan desentralisasi daerah. Hal tersebut selaras dengan hubungan pemerintah pusat - daerah dalam mekanisme perimbangan keuangan. Untuk memperlancar pelaksanaan desentralisasi tersebut, harus diimbangi dengan alokasi anggaran yang dibutuhkan dan juga pengalihan sumber daya yang tersedia pada daerah tersebut.

Sumber pendapatan suatu daerah dapat berasal dari Dana Perimbangan Keuangan dari pusat Pendapatan Asli Daerah (PAD), serta Pinjaman Daerah. PAD meliputi seluruh pendapatan daerah yang dipungut dari hasil potensi suatu daerah itu sendiri. Komponen Dana Perimbangan berupa Dana Bagi Hasil (DBH) yang berasal dari sumber daya alam dan hasil pungutan pajak daerah provinsi yang dibagi ke beberapa kabupaten/kota. Sedangkan Dana Alokasi Umum (DAU) dialokasikan dari dana pusat untuk tujuan pemerataan daerah di bawahnya, termasuk setiap Provinsi dan Kabupaten/Kota. Besarnya Dana Alokasi Khusus (DAK) yang ditetapkan setiap tahun dalam APBN, dimaksudkan untuk mengalokasikan kegiatan-kegiatan khusus ke daerah-daerah tertentu yang merupakan bagian dari program daerah dengan prioritas nasional. Pinjaman daerah adalah transaksi di mana suatu daerah menerima sejumlah uang dari daerah lain dan akan melakukan pembayaran pada masa yang akan datang dengan perjanjian tertentu (Pasal 1 Angka 38 UU 23/2014).

2.3. Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Pengertian Pendapatan Asli Daerah adalah semua pendapatan daerah yang bersumber asli menurut potensi pada suatu daerah, yang dibagi menjadi pengelolaan keuangan daerah yang dipisahkan, pajak daerah, retribusi daerah, serta PAD lainnya yang sah (Halim, 2007). Jika suatu daerah bertekad agar pembangunannya berjalan lancar sesuai harapan, maka daerah membutuhkan tambahan pemasukan melalui instrumen PAD. Dalam pelaksanaan otonomi daerah, pemerintah pusat memberikan kewenangan kepada daerah untuk mengatur regulasi sesuai kondisi daerahnya yang berkaitan dengan PAD. Pusat hanya sekadar menetapkan batasan-batasan maksimal yang tidak dapat dilanggar oleh Pemerintah Daerah. Penetapan batasan-batasan ini memiliki alasan agar tidak terjadi kesenjangan yang signifikan terkait dengan tarif pajak antar daerah. Penjelasan mengenai PAD adalah sebagai berikut :

Pajak Daerah

Jenis-jenis pajak daerah dijelaskan di dalam UU PDRD yaitu pajak daerah terdiri atas pajak daerah provinsi dan pajak kabupaten/kota. Pajak provinsi dikelola oleh pemerintah provinsi, sedangkan pajak daerah kabupaten/kota dikelola oleh pemerintah wilayah kabupaten/kota. Pajak provinsi yang dimaksud meliputi:

1. Pajak kendaraan bermotor/PKB;
2. bea balik nama kendaraan bermotor/BBNKB;
3. pajak bahan bakar kendaraan bermotor/PBBKB;
4. pajak air permukaan,
5. pajak rokok.

Sedangkan Pajak kabupaten/kota meliputi:

1. pajak reklame;

2. pajak hiburan;
3. pajak restoran;
4. pajak hotel;
5. pajak parkir;
6. pajak air tanah;
7. pajak penerangan jalan;
8. pajak sarang burung walet;
9. pajak mineral bukan logam dan batuan;
10. bea perolehan hak atas tanah dan bangunan; dan
11. pajak bumi dan bangunan perdesaan dan perkotaan.

Retribusi Daerah

UU PDRD 28/2009 menjelaskan bahwa retribusi terbagi menjadi 3, yaitu:

1. retribusi usaha;
2. retribusi umum; dan
3. retribusi perizinan.
4. hasil Pengelolaan Kekayaan Daerah yang Dipisahkan

Hasil pengelolaan kekayaan yang dipisahkan menjadi penerimaan suatu daerah berupa (Djaenuri, 2012):

1. dividen;
2. bagian dari laba; dan
3. hasil penjualan saham kepemilikan daerah.

Lain - Lain PAD yang Sah

Yang dimaksud dengan lain-lain PAD yang sah di beberapa daerah adalah sebagai berikut:

1. jasa giro;
2. sumbangan pihak ke-3;
3. penerimaan ganti rugi atas kekayaan daerah;
4. hasil dari penjualan barang milik daerah (BMD); dan yang terakhir
5. penerimaan yang berasal dari tunggakan pajak atau retribusi.

2.4. Pajak Daerah

Pajak Daerah menurut (Mardiasmo, 2013) adalah Pajak yang dipungut ke kas negara oleh orang pribadi atau badan hukum, tanpa adanya kontra prestasi, serta pemungutannya harus sesuai dengan prosedur dan aturan yang berlaku. Pajak daerah adalah jenis pajak yang dikelola dan dipungut oleh pemerintah daerah sesuai dengan peraturan daerah, dan pemerintah daerah menjalankan kewenangan pengelolaannya dalam rangka meningkatkan pembangunan daerah. Jika dilihat dari definisi menurut UU PDRD, Pajak daerah adalah pungutan yang secara hukum dibebankan kepada orang pribadi atau badan, bersifat wajib dan memaksa, serta tidak ada imbalan langsung, serta digunakan untuk meningkatkan kemakmuran masyarakat.

Berdasarkan definisi di atas, diambil kesimpulan mengenai pajak daerah yaitu pajak yang kewenangan pemungutannya menjadi hak pemerintah daerah, yang telah ditetapkan melalui peraturan daerah dan hasil dari pemungutannya dipergunakan untuk sebesar-besarnya keperluan daerah dalam rangka meningkatkan kemakmuran rakyat di daerah.

2.5. Reklame

2.5.1. Pengertian Reklame

Perkembangan zaman memicu beragam perusahaan mulai berdiri menghiasi dunia bisnis di Nusantara. Agar perusahaan bisa terus bertahan menghadapi persaingan bisnis yang ketat, perusahaan perlu gencar melakukan promosi mengenai produk yang ditawarkan, baik itu dalam bentuk barang ataupun jasa. Hal ini bertujuan untuk mengenalkan produk perusahaan kepada masyarakat luas. Semakin banyak masyarakat mengetahui mengenai produk kita, maka semakin meningkat pula penjualan yang dihasilkan. Kegiatan promosi berupa iklan memiliki cara yang bermacam-macam dan jenis media yang beragam.

Salah satu media yang sering dijumpai di jalan umum adalah Reklame. Berdasarkan Pasal 1 Angka 14 Perda Kabupaten Pati Nomor 3 Tahun 2011, Reklame adalah Reklame adalah suatu objek, alat, karya atau penggunaan segala bentuk dan metode yang bertujuan komersial untuk menarik, mengiklankan, membujuk masyarakat umum untuk membeli barang, jasa, melihat, membaca, mendengar atau merasakan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia(KBBI), Reklame memiliki arti menginformasikan kepada publik tentang barang tersebut (dengan teks lucu, gambar) sehingga laku; iklan. Periklanan adalah setiap kegiatan yang dirancang untuk menyajikan suatu barang atau jasa atau hal lain yang semenarik mungkin untuk menarik perhatian dan dinikmati masyarakat secara umum.

2.5.2. Jenis Reklame

Jenis reklame dalam Pasal 47 Ayat (2) dan Ayat (3) UU PDRD, reklame dikategorikan jadi dua kategori, yaitu reklame yang termasuk objek pajak dan reklame yang bukan sebagai objek pajak.

Reklame yang tergolong Objek Pajak:

Reklame Megatron

Reklame Megatron adalah iklan yang diam (tidak bergerak), dengan atau tanpa layar monitor, berupa gambar dan/atau teks yang dapat diubah, diprogram, dan diberi daya, termasuk Videotron dan Large Electronic Display (LED).

Reklame Papan atau Billboard

Reklame billboard/ reklame papan yang bersifat tetap (tidak bergerak) dan terbuat dari kayu, seng, pelat timah atau beton, logam atau bahan lain yang sejenis, dipasang pada tempat yang disediakan (berdiri bebas) atau digantung, dipasang pada dinding suatu bangunan, pagar, tiang, dll., baik yang disoroti oleh pencahayaan, disinari, maupun tidak.

Reklame Berjalan

Reklame berjalan adalah iklan yang dipasang pada kendaraan atau benda bergerak, yang dibawa oleh kendaraan dan/atau digendong/didorong/ditarik orang, termasuk iklan di atas gerobak, kendaraan (bermotor maupun tidak).

Reklame Baliho

Reklame baliho yaitu papan reklame yang ditempatkan di papan berbahan kayu maupun bahan lain yang dipasang pada bangunan tidak permanen yang tujuannya untuk mempromosikan kegiatan/Event insidental.

Reklame Kain

Reklame kain adalah iklan yang dimaksudkan untuk jangka pendek atau untuk mempromosikan peristiwa dan/atau kegiatan insidental yang menggunakan bahan kain, seperti spanduk, bendera, tenda, krey, dan bermacam-macam banner lainnya.

Reklame Selebaran

Reklame selebaran/flyer adalah iklan dalam bentuk lepas yang diedarkan, diberikan secara spontan, tetapi tidak boleh ditempel, dipasang, atau digantung pada benda lain, contohnya seperti brosur, leaflet, dan reklame dalam undangan.

Reklame Melekat atau Stiker

Stiker reklame atau stiker adalah suatu bentuk reklame lepas dengan cara dilekatkan, ditempelkan, dipasang maupun dapat digantungkan pada suatu benda.

Reklame Film atau *Slide*

Reklame Film atau tayangan slide adalah iklan yang diselenggarakan dengan menggunakan bentuk kaca atau film atau bahan lain yang sejenis sebagai sarana proyeksi dan/atau pancaran.

Reklame Udara

reklame udara adalah iklan yang diadakan di udara dengan menggunakan balon, gas, laser, pesawat terbang atau sarana serupa lainnya.

Reklame Suara

Reklame suara adalah iklan yang diselenggarakan dengan menggunakan bahasa lisan atau suara yang dihasilkan oleh suatu alat atau melalui suatu alat.

Reklame Peragaan

Reklame Peragaan adalah iklan yang diadakan dengan menampilkan suatu barang dengan atau tanpa suara.

Reklame *Sign Net*

Reklame *Sign Net* adalah iklan billboard elevasi rendah yang disusun secara berurutan di beberapa lokasi.

II. Reklame yang Tidak Termasuk Objek Pajak

- Penyelenggaraan reklame melalui internet, televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan, dan sejenisnya. Hal ini dikarenakan internet, televisi, radio, warta harian berperan sebagai media informasi.
- Label/merek produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan, yang berfungsi untuk membedakan dari produk sejenis lainnya. Hal ini dikarenakan sudah melalui perizinan BPOM.
- 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. Hal ini dikarenakan melekat pada bangunan usaha milik sendiri.
- Reklame yang diselenggarakan oleh Pemerintah atau Pemerintah Daerah; dan
- Penyelenggaraan reklame lainnya yang ditetapkan dengan Peraturan Daerah.

2.6. Pajak Reklame

Pasal 1 Angka 26 dan 27 UU PDRD menyebutkan bahwa pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Pasal 60 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 menyatakan bahwa, tarif Pajak Reklame ditetapkan paling tinggi sebesar 25% (dua puluh lima persen). Daerah

memiliki wewenang untuk menerapkan tarif Pajak Reklame di bawah 25% atau bahkan tidak mengenaikannya sekali pun. Namun, suatu daerah dilarang untuk menerapkan tarif Pajak Reklame di atas 25%. Berdasarkan Pasal 18 Peraturan Daerah Kabupaten Pati Nomor 3 Tahun 2011, Dasar Pengenaan Pajak Reklame diambil dari Nilai Sewa Reklame (NSR). Apabila reklame diselenggarakan oleh pihak ketiga maka NSR akan ditetapkan berdasarkan Nilai Kontrak Reklame yang dibuat oleh penyelenggara reklame sebagai pihak ketiga dengan pengguna jasa penyelenggaraan reklame. Nilai kontrak yang dimaksud berupa nilai yang disepakati dan telah dituangkan dalam perjanjian atau nota kesepakatan atau sebutan lain. Apabila reklame diselenggarakan sendiri maka NSR sebagaimana dihitung dengan memperhatikan faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, waktu, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah, dan ukuran media reklame yang diselenggarakan.

NSR ditetapkan dan dihitung dengan cara menjumlahkan Nilai Strategis Reklame dengan Nilai Jual Objek Pajak Reklame (NJOPR). NJOPR sendiri meliputi nilai perolehan harga/biaya pembuatan reklame, biaya pemasangan reklame, dan biaya pemeliharaan reklame.

2.7. Pemungutan Pajak

Pasal 1 angka 27 Peraturan Daerah Kabupaten Pati Nomor 3 Tahun 2011 menyebutkan bahwa pemungutan adalah suatu rangkaian kegiatan mulai dari penghimpunan data objek dan subjek pajak, penentuan besarnya pajak yang terutang sampai dengan kegiatan penagihan pajak kepada Wajib Pajak serta pengawasan penyetorannya.

Sistem pemungutan pajak dibagi menjadi tiga jenis, antara lain:

a. *Self Assessment System*

Sistem pemungutannya mengatur bahwa pajak harus dibayarkan oleh Wajib Pajak secara pribadi. Perhitungan pajak yang akan dibayarkan ke kantor pajak dilakukan oleh Wajib

Pajak itu sendiri, setelah itu dilaporkan langsung ke kantor pajak atau dapat dilakukan melalui sistem Online.

b. *Official Assessment System*

Sistem pemungutannya mengatur bahwa pajak dibayar oleh Wajib Pajak setelah mendapat Surat Ketetapan Pajak dari kantor pajak. Wajib Pajak tidak perlu untuk menghitung sendiri jumlah pajak yang akan dibayarkan, karena hal tersebut sudah dihitung oleh kantor pajak. Wajib Pajak hanya perlu membayar pajak sesuai dengan jumlah yang diberikan oleh kantor pajak.

c. *Withholding System*

Sistem pemungutannya mengatur bahwa pihak ketiga yang melakukan perhitungan jumlah pajak yang harus dibayar. Seperti halnya pemotongan penghasilan karyawan yang dilakukan oleh pihak ketiga. Pihak ketiga berarti pihak selain pemerintah dan Wajib Pajak, seperti halnya bendahara perusahaan.

Dikarenakan pajak reklame yang dinilai sukar dalam menentukan pajak terutang, saat ini pajak reklame masih menganut sistem pemungutan *Official Assessment*. Berkaitan dengan hal itu, maka wajib Pajak hanya memiliki kewajiban melaporkan mengenai detail ukuran objek reklame dan jenis media yang digunakan, tempat objek reklame, dan sebagainya kepada petugas yang selanjutnya akan dihitung besaran pajak yang terutang.

Tata cara pemungutannya, diatur dalam Pasal 13 PP Nomor 55 Tahun 2016 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Pemungutan Pajak Daerah adalah sebagai berikut.

1. Pemungutan Pajak dilarang diborongkan.
2. Setiap Wajib Pajak wajib membayar pajak yang terutang berdasarkan SKPD atau dokumen lain yang dipersamakan dengan itu.

3. Hasil pemungutan Pajak disetorkan ke kas daerah paling lambat satu hari kerja atau dalam waktu yang ditentukan oleh bupati.

2.8. Efektivitas

Kata Efektivitas berasal dari bahasa Inggris, yaitu *effective* yang berarti berhasil, tepat atau manjur. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) definisi efektivitas adalah sesuatu yang memiliki pengaruh atau akibat yang ditimbulkan, manjur, membawa hasil dan merupakan keberhasilan dari suatu usaha atau tindakan. Sementara (Mahmudi, 2010) menyatakan bahwa efektivitas merupakan hubungan antara keluaran dengan tujuan atau sasaran yang harus dicapai. Suatu kegiatan dapat dikatakan efektif apabila proses kegiatan mencapai tujuan dan sasaran akhir kebijakan. Sebagai contoh implementasi yang Efektif dan Efisien, walau suatu kegiatan dikatakan baik, jika tidak dilaksanakan secara efektif dan efisien, organisasi tidak akan mencapai tujuannya sebagaimana program tersebut dilaksanakan (Apriyanti, 2018). Jadi dapat didefinisikan bahwa tingkat efektivitas memiliki arti suatu bentuk ukuran pencapaian atau keberhasilan atas tujuan sesuai dengan rencana dan kebutuhan yang diperlukan, baik dalam penggunaan data, sarana maupun waktunya.

Berkaitan dengan pemungutan pajak reklame, efektivitas berkenaan dengan pencapaian tujuan dalam pemenuhan target penerimaan pajak reklame yang terealisasi. Sebagaimana diketahui bahwa dalam pemungutan pajak baik di tingkat pusat maupun daerah kabupaten/kota pasti memiliki target penerimaan pajak yang harus dicapai oleh setiap pegawai berdasarkan potensi pajak yang terdapat pada suatu wilayah saat itu. Penerimaan pajak yang telah ditargetkan berdasarkan potensi suatu daerah tersebut tentunya harus disesuaikan dengan jangka waktu yang tersedia tanpa mengabaikan tujuan utama dari pemungutan itu sendiri, yakni meningkatkan pendapatan negara semaksimal mungkin serta menunjang kebijaksanaan pemerintah dalam

meningkatkan investasi, daya saing dan kemakmuran rakyat (Tjondro, 2014). Sehingga pemungutan dapat dikatakan efektif apabila tujuan-tujuan instruksional yang telah ditentukan dalam pemungutan dapat tercapai dengan baik.

Jadi dapat disimpulkan bahwa suatu kegiatan dapat dikatakan efektif apabila kegiatan tersebut dapat diselesaikan pada waktu yang tepat dan mencapai tujuan yang diinginkan. Oleh karena efektivitas menekankan pada perbandingan antara rencana dengan tujuan yang akan dicapai, maka efektivitas pemungutan pajak reklame sering kali diukur dengan tercapainya tujuan, atau ketepatan dalam mengelola suatu situasi wajib pajak. Misalnya untuk mengukur efektivitas hasil suatu pemungutan pajak reklame yang ada di wilayah Kabupaten Pati, dapat dilakukan melalui perbandingan antara target penerimaan pajak reklame yang ditetapkan dengan jumlah penerimaan pajak reklame yang direalisasikan pada tahun tertentu.

2.9. Penelitian Terdahulu

No.	Judul, Jenis Dokumen, Penulis, tahun	Fokus Studi	Perbedaan dengan Penelitian Ini
1.	<p>“Tinjauan Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame di Kabupaten Malang” – KTTA - Faren Septyan - tahun 2019</p>	<p>Penerapan, potensi, target dan realisasi penerimaan pajak reklame di Kabupaten Malang.</p>	<p>Adanya perbedaan pada lokasi penelitian dan periode waktu yang berbeda. Kriteria kinerja keuangan yang digunakan oleh Pemerintah Kabupaten dalam melaksanakan pemungutan pajak reklame sudah baik. Namun, tidak bisa dipungkiri bahwa dalam menghitung potensi pajak reklame yang sebenarnya di lapangan.</p>
2.	<p>“Pengaruh Pajak Daerah, Retribusi Daerah dan lain-lain PAD yang sah Terhadap Kinerja Keuangan Daerah” - Jurnal Akuntansi- Komang Aryagus Wiguna dan I Ketut Jati - Tahun 2019</p>	<p>Pajak daerah secara umum, retribusi daerah, dan lain-lain PAD yang sah serta pengaruhnya terhadap PAD Bali.</p>	<p>Adanya perbedaan lokasi, periode waktu dan objek penelitian. Menurutnya, pajak daerah, retribusi daerah dan lain-lain PAD yang sah tidak memiliki pengaruh yang besar terhadap kinerja keuangan daerah Bali tahun 2012 - 2016.</p>

3.	<p>“Pengaruh Pajak Hotel dan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Pematangsiantar” - Jurnal Ekonomi Pembangunan Vol. 3 No. 1 - Tuahman Sipayung dan Abdurrahmansyah – Tahun 2021</p>	<p>Peran pajak hotel dan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli daerah (PAD) dan ekonomi suatu daerah.</p>	<p>Adanya perbedaan jenis pajak daerah, perbedaan lokasi penelitian, dan perbedaan periode waktu. Menurutnya, Pajak Reklame berpengaruh positif dan tidak signifikan pada Pendapatan Asli Daerah kota Pematangsiantar.</p>
----	---	--	--

Penulis mengajukan Karya Tulis Tugas Akhir dengan judul **“Tinjauan Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah di Wilayah Kabupaten Pati”**. Pemilihan topik ini dikarenakan wajib pajak yang tidak membayar pajaknya secara tepat waktu, instalasi dan pemasangan reklame liar yang tidak memperhatikan estetika kota di wilayah Kabupaten Pati. Hal ini disampaikan oleh Andy Maulana melalui portal berita yang bernama “Warta Javaindo” pada tanggal 12 Februari 2021. Peraturan mengenai pajak reklame telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah yakni peraturan pemerintah pusat mengenai batasan-batasan dan pedoman bagi daerah dalam menentukan kebijakannya terkait pajak daerah dan retribusi daerah. Untuk selanjutnya, hal teknis terkait ketentuan pajak reklame di wilayah Kabupaten Pati, dimuat dalam Peraturan Daerah Kabupaten Pati Nomor 3 Tahun 2011 tentang Pajak Daerah.

Untuk itu dalam Karya Tulis Tugas Akhir ini, penulis akan melakukan penelitian terkait proses pelaksanaan pemungutan pajak reklame di Kabupaten Pati dan melihat seberapa besar pengaruhnya bagi Pendapatan Asli Daerah di wilayah Kabupaten Pati dengan cara membandingkan antara target dan realisasi pajak reklame yang selanjutnya dilakukan penarikan kesimpulan sehingga menghasilkan jawaban apakah pemungutan pajak reklame di wilayah Kabupaten Pati sudah dapat dikatakan efektif serta menghasilkan jawaban berupa solusi mengenai hambatan yang terjadi selama proses pemungutan.

Penelitian sebelumnya terkait dengan efektivitas pemungutan pajak reklame oleh Faren Septyan Wirawan (KTTA) pada tahun 2019 dengan judul **“Tinjauan Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame di Kabupaten Malang”**. Penelitian yang dilaksanakan oleh Faren Septyan Wirawan berfokus pada penerapan, potensi, target dan realisasi penerimaan pajak reklame di Kabupaten Malang. Perbedaan dengan penelitian penulis adalah lokasi penelitian dan periode waktu yang berbeda. Berdasarkan hasil studi yang dilakukan Faren (2019), pelaksanaan pemungutan pajak reklame yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Malang dapat dikatakan sangat efektif. Hal ini didasarkan pada kriteria kinerja keuangan yang digunakan oleh Pemerintah Kabupaten dalam melaksanakan pemungutan pajak reklame. Namun, tidak bisa dipungkiri bahwa dalam menghitung potensi pajak reklame yang sebenarnya di lapangan masih sulit dilakukan dikarenakan pengawasan yang masih kurang dan belum memadai.

Penelitian selanjutnya adalah Penelitian Komang Aryagus Wiguna dan I Ketut Jati (Jurnal Akuntansi) tahun 2019 dengan judul **“Pengaruh Pajak Daerah, Retribusi Daerah dan lain-lain PAD yang sah Terhadap Kinerja Keuangan Daerah”**. Pada jurnal ini, berfokus pada pajak daerah secara umum, retribusi daerah, dan lain-lain PAD yang sah serta pengaruhnya terhadap PAD Bali. Terdapat perbedaan dengan penelitian yang penulis adakan adalah perbedaan lokasi,

periode waktu dan objek penelitian. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Komang dan I Ketut Jati, pajak daerah, retribusi daerah dan lain-lain PAD yang sah tidak memiliki pengaruh yang besar terhadap kinerja keuangan daerah Bali tahun 2012 - 2016.

Penelitian ketiga yang dijadikan referensi oleh penulis dalam menulis Karya Tulis Tugas Akhir ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Tuahman Sipayung dan Abdurrahmansyah dalam Jurnal Ekonomi Pembangunan Vol. 3 No. 1 pada Bulan Mei 2021 dengan judul “**Pengaruh Pajak Hotel dan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Pematangsiantar**”. Berdasarkan dari hasil penelitian oleh Tuahman dan Abdurrahmansyah (2021) dijelaskan bahwa Pajak Reklame berpengaruh positif dan tidak signifikan pada Pendapatan Asli Daerah kota Pematangsiantar. Serta Pajak Hotel dan Pajak Reklame bersama-sama berpengaruh terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Pematangsiantar. Menurut Tuahman dan Abdurrahmansyah (2021), Pendapatan Asli Daerah (PAD) bisa dijadikan alat ukur untuk menilai perkembangan ekonomi dari suatu kabupaten atau kota, nilai PAD tergantung pada kapasitas perpajakan kabupaten atau kota yang bersangkutan. Besaran pajak yang diterima PAD mencerminkan volume aktivitas ekonomi.