

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Teori

2.1.1 Pajak

Pengertian pajak

Menurut Mardiasmo (2018:3) Perpajakan Halaman Undang – undang Nomor 16 Tahun 2009 yaitu tentang perubahan keempat dari Undang undang Nomor 6 tahun 1983 yang membahas tentang ketentuan Umum dan Tata Cara perpajakan yang ada pada pasal 1 Ayat 1 yang berbunyi pajak merupakan kontribusi wajib pajak kepada negara yang terutang oleh orang pribadi ataupun badan yang sifatnya memaksa dan berdasarkan pada undang-undang, tidak mendapatkan imbalan langsung dan digunakan untuk mensejahterakan, memakmurkan rakyat sebesar besarnya.

Kemudian menurut Prof.Dr.Rochmat Soemitro, SH., Pajak merupakan iuran pada kas Negara berdasarkan undang-undang yang dapat dipaksakan dan tidak mendapatkan jasa timbal langsung serta dapat digunakan untuk membayar pengeluaran umum.

Jadi dapat disimpulkan bahwa pajak memiliki unsur-unsur yaitu :

1. iuran dari rakyat kepada negara. Maka yang berhak memungut pajak hanyalah negara. Iuran tersebut berupa uang dan bukan barang
2. berdasarkan Undang- Undang. Pajak dipungut berdasarkan atau dengan kekuatan Undang-undang serta aturan pelaksanaannya
3. tanda jasa timbal dari negara yang secara langsung dapat ditunjuk. Dalam pembayaran pajak tidak dapat ditunjukkan adanya timbal individual oleh pemerintah
4. digunakan untuk membiayai rumah tangga negara, yaitu untuk pengeluaran – pengeluaran yang bermanfaat bagi masyarakat luas yang tentunya untuk kesejahteraan masyarakat.

2.1.2. Fungsi Pajak

Pajak merupakan salah satu penerimaan pemerintah yang bertujuan untuk membiayai pembangunan yang dasarnya digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat. Menurut Resmi (2017:3) pajak memiliki fungsi – fungsi :

a. fungsi budgetair atau sumber keuangan Negara

artinya pajak adalah salah satu sumber penerimaan pemerintah yang digunakan untuk membiayai pengeluaran, baik rutin maupun juga pembangunan. Pajak merupakan sumber penerimaan Negara, maka dari itu pemerintah berusaha memasukkan uang sebanyak banyaknya untuk kas pada Negara. Usaha tersebut dilakukan dengan cara intensifikasi dan ekstensifikasi pemungutan pajak dengan cara penyempurnaan peraturan berbagai jenis pajak antara lain seperti Pajak Penghasilan (PPh), Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) dan lain sebagainya.

b. Fungsi Reguleren (Pengatur)

pajak sendiri memiliki fungsi sebagai pengatur, yang artinya bahwa pajak sebagai alat untuk mengatur ataupun melaksanakan kebijakan pemerintah di dalam bidang sosial dan ekonomi dan mencapai tujuan – tujuan tertentu yang ada diluar bidang keuangan. Dibawah ini merupakan contoh pada penerapan pajak dimana pajak sebagai fungsi pengatur :

1. Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) akan dikenakan pada saat terjadi transaksi jual dan beli barang mewah, dengan semakin mewahnya suatu barang maka tariff pajaknya semakin tinggi atau mahal sehingga barang itu harganya semakin mahal. Pengenaan pajak ini dimaksudkan supaya rakyat tidak berlomba – lomba untuk mengkonsumsi barang mewah atau mengurangi gaya hidup mewah.

2. tarif pajak progresif dikenakan atas penghasilan, yang dimaksudkan agar pihak yang memperoleh penghasilan tinggi dapat memberikan kontribusi atau membayar pajak yang tinggi juga maka akan terjadi pemerataan pendapatan.
3. tarif ekspor sebesar 0% yang artinya agar para pengusaha terdorong untuk mengekspor hasil hasil produksinya di pasar dunia sehingga akan memperbesar devisa Negara.
4. pajak penghasilan dikenakan atas penyerahan barang hasil industri tertentu, contohnya seperti industry semen, industry kertas, industry baja, dan lain sebagainya tujuannya adalah supaya terdapat penekanan produksi terhadap industri tersebut karena akan apat mengganggu lingkungan ataupun polusi yang dapat membahayakan kesehatan manusia.
5. pengenaan pajak 1 % bersifat final untuk kegiatan usaha dan batasan peredaran pada usaha tertentu, tujuannya untuk menyederhanakan perhitungan pajak.
6. pemberlakuan *tax holiday* tujuannya untuk menarik para investor asing supaya dapat menanamkan modalnya di negara Indonesia

2.1.3. Jenis – Jenis Pajak

Menurut Golongan

a. pajak langsung

pajak yang pembebanannya tidak dapat dilimpahkan kepada pihak lain, tetapi harus menjadi beban langsung Wajib Pajak yang bersangkutan. Contoh wajib pajak penghasilan

b. pajak tidak langsung

pajak yang pembebanannya dapat dilimpahkan kepada pihak lain.

Contohnya pajak pertambahan nilai

Menurut sifat :

a. pajak subyektif

adalah pajak yang berpangkal atau berdasarkan pada subyeknya yang selanjutnya dicari syarat objektifnya, dalam arti memperhatikan keadaan wajib pajak contoh : pajak penghasilan

b. pajak obyektif

pajak yang berpangkal atau berdasarkan pada objeknya, tanpa memperhatikan keadaan dari wajib pajak contoh pajak pertambahan nilai dan pajak penjualan barang mewah

Menurut pemungut dan pengelolanya

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

b. pajak daerah

Jenis – jenis pajak daerah tingkat I (provinsi)

a. pajak kendaraan bermotor

pajak atas kepemilikan dan atau penguasaan kendaraan bermotor

b. Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor

adalah penyerahan atas hak milik kendaraan bermotor akibat perjanjian dua pihak atau perbuatan sepihak atau keadaan yang terjadi karena jual beli, tukar menukar, hibah dll

c. Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor

adalah pajak atas penggunaan bahan bakar kendaraan bermotor

d. pajak air permukaan

pengambilan dan atau pemanfaatan air permukaan

e. pajak rokok

pungutan atas cukai rokok yang dipungut oleh pemerintah

Jenis - Jenis Pajak daerah tingkat II (Kabupaten atau Kota)

a. pajak hotel

pajak atas pelayanan yang disediakan pihak hotel

b. pajak restoran

pajak atas pelayanan yang disediakan pihak restoran

c. pajak hiburan

pajak atas penyelenggaraan hiburan

d. pajak reklame

pajak penyelenggaraan reklame

e. pajak penerangan jalan

pajak atas penggunaan tenaga listrik, baik yang dihasilkan sendiri maupun sumber lain

f. pajak mineral bukan logam dan batuan

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 atas penyelenggaraan tempat parkir diluar adan 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 atas pengambilan dan atau pemanfaatan air tanah

i. pajak sarang burung walet

pajak atas kegiatan pengambilan dan atau perusahaan sarang burung walet

j. pajak Bumi Bangunan Perdesaan dan Perkotaan

pajak atas bumi dan bangunan perdesaan atau perkotaan yang dimiliki, dikuasai dan atau dimanfaatkan oleh orang pribadi atau badan. Kecuali kawasan yang digunakan untuk kegiatan usaha perkebunan, perhutanan, dan pertambangan

k. Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan

adalah pajak perolehan hak atas tanah dan atau bangunan.

2.1.4. Pemungutan

Menurut Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 2 Tahun 2015 Tentang Pajak Daerah, pemungutan adalah suatu rangkaian kegiatan mulai dari himpunan data objek dan subjek pajak, penentuan besarnya pajak yang terutang sampai kegiatan penagihan pajak kepada wajib pajak serta pengawasan penyeterannya.

2.1.5. Tata Cara Pemungutan Pajak

Menurut Siti Resmi (2017:9) dalam tata cara pemungutan pajak terdiri dari stelsel pajak, asas pemungutan pajak dan sistem pemungutan pajak.

1. Stelsel Pajak

Pemungutan ini dapat dilakukan dengan 3 stelsel.

a. stelsel adalah pengenaan pajaknya didasarkan dengan obyek yang sesungguhnya contohnya untuk PPH obyeknya penghasilan. Maka pemungutan pajaknya baru dapat

dilaksanakan pada akhir tahun pajak, dimana setelah semua penghasilan yang sesungguhnya dalam satu tahun pajak diketahui.

Kelebihan dari stelsel nyata yaitu perhitungan pajaknya didasarkan pada penghasilan yang sesungguhnya maka akan jadi lebih akurat dan realistis. Kekurangannya dari stelsel nyata adalah wajib pajak baru akan diketahui pada akhir periode, maka :

1. wajib pajak akan dibebankan jumlah pembayaran pajak yang tinggi pada akhir tahun, sedangkan pada waktu tersebut belum tentu tersedia jumlah kas yang mencukupi.

2. semua wajib pajak membayar pajak pada akhir taun maka jumlah uang yang beredar secara makro akan terpengaruh

b. stelsel anggapan atau fiktif yaitu pengenaan pajak didasarkan kepada suatu anggapan dan diatur oleh undang – undang. Misalnya penghasilan suatu tahun dianggap sama dengan penghasilan dari tahun sebelumnya maka pajak yang terutang pada suatu tahun juga dianggap sama dengan pajak yang terutang pada tahun berjalan yang sudah dapat ditetapkan atau sudah diketahui di awal tahun yang bersangkutan

2.1.6. Teori – Teori Pemungutan Pajak

Adapun teori teori yang menggambarkan atau menjelaskan keputusan pemberian hak kepada negara untuk memungut pajak. Negara sendiri juga mempunyai hak untuk memungut pajak berdasarkan beberapa teori menurut (Mardiasmo, 2018:5) :

1. Teori Asuransi yaitu Negara harus melindungi keselamatan jiwa, harta benda serta hak – hak rakyatnya, maka rakyat harus membayar pajak yang sebagai suatu premi asuransi karena memperoleh jaminan perlindungan tersebut.

2. Teori kepentingan adalah pembagian pajak kepada rakyat yang berdasarkan pada kepentingan masing – masing orang. Semakin besar kepentingan seseorang terhadap negara, maka makin tinggi pula pajak yang harus dibayar.

3. Teori daya pikul, yaitu beban pajak untuk semua orang sama beratnya, yang berarti pajak harus dibayarkan sesuai dengan daya pikul masing – masing orang.

Untuk mengukur daya pikul sendiri dapat dilakukan 2 pendekatan yaitu:

a. unsur obyektif yaitu dengan cara melihat besarnya penghasilan atau kekayaan yang dimiliki oleh seseorang

b. unsur subyektif yaitu dengan cara memperhatikan besarnya kebutuhan materiil yang harus dipenuhi

2.1.7 Asas pemungutan Pajak

Untuk mencapai tujuan dari pemungutan pajak, menurut Siti Resmi (2017: 9) maka terdapat tiga asas pemungutan pajak sebagai berikut :

1. Asas Domisili atau asas tempat tinggal

Dalam asas ini Negara berhak mengenakan pajak atas seluruh penghasilan dari Wajib Pajak yang bertempat tinggal di wilayahnya. Baik dari penghasilannya yang berasal dari dalam ataupun luar negeri. Maka setiap Wajib Pajak yang berdomisili ataupun bertempat tinggal di wilayah Indonesia yaitu Wajib Pajak dalam Negeri karena pajak atas seluruh penghasilan yang diperoleh dari Indonesia maupun dari luar negeri.

2. Asas Sumber

Bahwa Negara berhak mengenakan pajak atas penghasilan yang sumbernya di wilayahnya tanpa memperhatikan tempat tinggal Wajib Pajak. Maka setiap orang yang memperoleh penghasilan dari Indonesia akan dikenakan pajak atas penghasilan yang diperolehnya.

3. Asas Kebangsaan

Asas ini menyatakan pemungutan pajak dihubungkan dengan kebangsaan suatu Negara. Contohnya yaitu pajak bangsa asing di Indonesia dikenakan atas setiap orang asing yang bukan kebangsaan Indonesia, tetapi bertempat Indonesia.

2.1.8. Kriteria Pemungutan Pajak

Menurut Lilik Yunanto (2015) beberapa kendala dalam pemungutan pajak daerah adalah :

1. Realisasi dalam pengawasan peraturan pajak cenderung rendah, dalam ketentuan UU Nomor 34 Tahun 2000 mengatakan bahwa peraturan daerah tentang pajak dan retribusi yang diterbitkan oleh pemerintah daerah harus disampaikan kepada pemerintah pusat., yaitu ke menteri dalam negeri dan menteri keuangan paling lama 15 hari sejak ditetapkan tetapi tidak semua provinsi dan kabupaten kota menyampaikan peraturan daerah ke pemerintah pusat, masih banyak provinsi dan kabupaten kota yang tidak memperhatikan amanat dalam ketentuan Undang – Undang tersebut pastinya melemahkan pemungutan pajak daerah dengan tidak adanya peyampaian peraturan daerah tersebut dapat terjadi kemungkinan terbitnya peraturan daerah yang kemudian hari ternyata bermasalah kaena kepentingan umum dan atau peraturan perundang undangan yang lebih tinggi

2. sentralisasi keuangan pemerintah pusat dalam pengawasan pemungutan pajak daerah. Semua aktivitas pelaksanaan pemerintahah di daerah tetap diperlukan aadanya suatu sistem pengawasan dari pemerintah pusat namun pengawasan hendaknya tidak lagi menyisakan celah bagi pemerintah pusat untuk menerapkan sentalisasi kekuaaan yang nantinya menimbulkan konflik antar pusat dan daerah atau antar provinsi dan kabupaten atau kota. Karena jika demikian makna otonomi daerah menjadi kabur. Pengawasan pemerintah pusat yang terlalu ketat dapat melemahkan pemungutan pajak dikarenakan dapat membatasi keleluasaan pemerintah dan masyarakat daerah sehingga pemerintah daerah tidak dapat mandiri dalam mengelola aspek kehidupannya sesuai dengan aspirasi, rasa, keadilan dan budaya masing – masing

3. kurang siapnya daerah dalam menangani sengketa pajak. Permasalahan yang timbul dalam sengketa pajak pada umumnya adalah bagaimana menentukan jenis pajak daerah yang tepat dikenakan (langsung atau tidak langsung), kepada siapa dan ditingkat pemerintahan mana (kabupaten/kota). Sengketa pajak sebagai sengketa yang timbul dalam bidang perpajakan antara wajib pajak atau penanggung pajak dan pejabat pajak yang berwenang sebagai akibat dikeluarkannya keputusan yang dapat diajukan banding atau gugatan kepada pengadilan pajak berdasarkan peraturan perundang undangan perpajakan termasuk gugatan atas pelaksanaan penagihan pajak dengan surat paksa. Adanya sengketa pajak tersebut baik sengketa regulasi sengketa, sengketa ketetapan pajak maupun sengketa pelaksanaan penagihan pajak secara otomatis melemahkan pemungutan pajak.

4. memberi perizinan, rekomendasi dan pelaksanaan pelayanan umum yang kurang atau tidak sesuai dengan ruang lingkup tugasnya.

5. kurangnya pembinaan terhadap seluruh perangkat dinas.

2.1.9. Hambatan dalam Pemungutan Pajak

Menurut Mardiasmo (2017:10) dalam bukunya yang berjudul Perpajakan ada hambatan dalam pemungutan pajak serta dapat dikelompokkan menjadi dua bagian:

1. Perlawanan Pasif

Masyarakat enggan atau pasif dalam membayar pajak hal ini dikarenakan :

- a. adanya perkembangan intelektual dan moral masyarakat
- b. sistem perpajakan yang mungkin bias saja sulit dipahami oleh masyarakat
- c. sistem control tidak dapat dilaksanakan dengan baik

2. Perlawanan Aktif

Dalam perlawanan aktif disini meliputi semua usaha serta perbuatan yang dilakukan oleh Wajib Pajak yang dengan tujuan untuk menghindari Pajak yang bentuknya seperti:

a. *Tax avoidance* yang artinya usaha meringankan beban pajak dengan tidak melanggar Undang – undang yang telah ditetapkan

b. *Tax Evasion* yang artinya yaitu usaha yang meringankan beban pajak dengan cara melanggar undang – undang atau menggelapkan pajak.

2.1.10. Pajak Daerah

2.1.10.1. Dasar Hukum

Dasar hukum dari pemungutan pajak daerah dan retribusi daerah terdapat dalam Undang – Undang No. 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah Mardiasmo (2018:10)

2.1.10.2. Pengertian Pajak Daerah

Menurut Peraturan Daerah kota Malang Nomor 2 Tahun 2015 Tentang Pajak 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 daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Berikut ini terdapat pengertian yang berhubungan tentang Pajak Daerah Menurut Mardiasmo (2018:10) :

Daerah otonom, selanjutnya disebut daerah adalah kesatuan masyarakat hukum yang mempunyai batas-batas wilayah yang berwenang mengatur dan mengurus urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat menurut prakarsa sendiri berdasarkan aspirasi masyarakat dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia

Pajak daerah, yang selanjutnya disebut 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.

Badan, yaitu sekumpulan orang dan atau modal yang merupakan kesatuan, baik yang melakukan usaha maupun yang tidak melakukan usaha, meliputi perseroan terbatas, perseroan komanditer, perseroan lainnya, Badan Usaha Milik Negara (BUMN) atau Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) dengan nama dan bentuk apapun, seperti firma, kongsi, koperasi, dan pension, persekutuan, perkumpulan, yayasan, organisasi masa. Organisasi sosial politik atau organisasi lainnya, lembaga dan bentuk badan lainnya termasuk kontrak investasi kolektif dan bentuk usaha tetap.

Subyek pajak, yaitu orang pribadi atau badan yang dapat dikenakan pajak. Wajib pajak, yaitu orang pribadi atau badan, meliputi pembayar pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak yang mempunyai hak dan kewajiban, perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan daerah.

2.1.10.2. Jenis – jenis Pajak Daerah

Sesuai dengan pembagian administrasi daerah menurut Undang – Undang Nomor 28 Tahun 2009, (Mardiasmo (2018 : 15)Pajak Daerah apa digolongkan menjadi dua macam :

1. Pajak daerah Tingkat I atau pajak provinsi terdiri dari :
 - a. pajak kendaraan bermotor
 - b. Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor
 - c. Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor
 - d. Pajak Air Permukaan
 - e. Pajak Rokok
2. pajak daerah tingkat II atau pajak kabupaten atau kota

- a. pajak hotel
- b. pajak restoran
- c. pajak hiburan
- d. pajak reklame
- e. Pajak penerangan jalan
- f. pajak mineral bukan logam
- g. pajak parkir
- h. pajak air tanah
- i. pajak sarang burung walet
- j. pajak bumi dan bangunan
- k. bea perolehan hak atas tanah dan bangunan

2.1.10.3. Sistem Pemungutan Pajak Daerah

Sistem pemungutan pajak dibedakan menjadi tiga :

1. *official assessment* suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pemungut pajak (fiskus) untuk menentukan besarnya pajak yang harus dibayar (pajak terutang) oleh seseorang
2. *semi self assessment* suatu sistem pemungutan pajak memberi wewenang pada fiskus dan wajib pajak untuk menentukan besarnya pajak yang terutang
3. *self assessment system* suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang penuh kepada setiap wajib pajak untuk menghitung, menyetarakan dan melaporkan sendiri besarnya pajak yang terhutang.

4. *withholding system* suatu sistem pemungutan pajak yang memberikan wewenang pada pihak ketiga untuk memotong / memungut besarnya pajak yang terutang

2.1.10.4. Syarat Pemungutan Pajak Daerah

pemungutan pajak harus memenuhi beberapa syarat:

a. syarat keadilan

Pemungutan pajak harus sesuai dengan tujuan hukum yaitu mencapai keadilan undang – undang dan pelaksanaan pemungutan harus adil. Artinya mengenakan pajak secara umum dan merata disesuaikan dengan kemampuan masing masing wajib pajak.

b. syarat yudiris

pemungutan pajak harus didasarkan pada undang – undang. Hal ini memberi jaminan hukum untuk menyatakan keadilan bagi negara mupun warganya.

c. syarat ekonomis

pemungutan pajak tidak sampai mengganggu perekonomian khususnya pada kegiatan perdagangan sehingga menimbulkan kelesuhan perekonomian masyarakat.

e. syarat financial

pemungutan pajak harus efisien dan didasarkan pada fungsi budgeter. Artinya pemungutan harus ditekan sehingga lebih rendah dari hasil pemungutannya

e. syarat sederhana

sistem pemungutan pajak yang sederhana akan memudahkan dan mendorong masyarakat dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

2.1.11. Pajak Reklame

2.1.11.1. Reklame

Menurut Peraturan Walikota Kota Malang Nomor 20 Tahun 2013 Tentang Tata Cara Pembayaran pajak Daerah Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk, dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial, memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa atau badan yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan atau dinikmati oleh umum.

2.1.11.2. Pengertian Pajak Reklame

Menurut Undang – Undang No 28 Tahun 2009 pasal 1 angka 26 dan 27 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah: Pajak Reklame merupakan pajak atas penyelenggaraan reklame

2.1.11.3. Pemungutan pajak reklame

Ada beberapa pengertian dalam pemungutan pajak reklame menurut (Siahaan, 2013 : 382-383)

1. panggung reklame adalah merupakan sarana atau tempat pemasangan reklame yang telah ditetapkan untuk suatu beberapa buah reklame.
2. penyelenggaraan reklame merupakan badan atau orang yang mengadakan reklame baik untuk dan atas namanya sendiri atau untuk atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya.

2.1.11.4. Obyek Pajak Reklame

1. Obyek Pajak Reklame

Menurut Peraturan Walikota Kota Malang Nomor 20 Thun 2013 Tentang Tata Cara Pembayaran Pajak Daerah Pasal 12 Objek Pajak Reklame adalah semua penyelenggaraan reklame

Objek pajak sebagaimana yang dimaksud meliputi :

- a. pajak reklame tetap
- b. reklame insidentil

Reklame tetap sebagaimana dimaksud terdiri dari :

- a. reklame bersinar, meliputi
 - 1. reklame megatron atau vieotron atau walt
 - 2. reklame neon sign atau neon box
 - 3. reklame light emitting diode (LED)
 - 4. reklame TV media
- b. reklame papan meliputi :
 - 1. reklame billboard
 - 2. Reklame displayboard
 - 3. reklame mini jumbo atau mini billboard
 - 4. reklame jembatan penyebrangan prang (JPO)
 - 5. reklame bus shelter atau halte bus
 - 6. reklame hop panel
 - 7. reklame letter sign (huruf simbol)
 - 8. reklame primatek
 - 9. reklame profesi
- c. reklame tembok
- d. reklame teks berjalan (running text)

e. reklame berjalan, termasuk pada kendaraan

f. reklame peragaan meliputi :

1. pameran produk

2. demo produk

3. sunscreen

g. reklame taman gantung

h. reklame rombongan atau mini kios

reklame insidental sebagaimana dimaksud terdiri dari :

a. reklame kain

1. reklame baliho

2. reklame spanduk

3. reklame umbul – umbul

4. reklame vertical banner

5. reklame poster

6. reklame tenda

7. reklame pengarah jalur

8. reklame flagchain atau gimik

b. reklame selebaran atau leaflet meliputi

1. poster dan sejenisnya

2. brosur dan sejenisnya

3. leaflet dan sejenisnya

- c. reklame melekat atau stiker
- d. reklame film atau slide
- e. reklame udara
- f. reklame apung
- g. reklame suara

2. Bukan Objek Pajak Reklame

Menurut Peraturan Walikota Kota Malang Nomor 20 Thun 2013 Tentang Tata Cara Pembayaran Pajak Daerah Pasal 13 Objek Pajak Reklame adalah semua penyelenggaraan reklame.

Tidak termasuk sebagai objek pajak reklame yaitu :

- a. penyelenggaraan reklame melalui internet, televise, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan, dan sejenisnya
- b. lebel atau merek produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan, yaitu 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, pemerintah Provinsi atau Pemerintah Daerah, TNI atau POLRI dan Partai Politik dengan tidak mencantumkan sponsor produk komersil.

Dalam hal nama pengenal usaha atau profesi dipasang tidak melekat pada bangunan tempat usaha atau profesi dikenakan pajak.

Dalam hal nama pengenal usaha atau profesi mencantumkan sponsor produk komersial dikenakan pajak seluas ukuran media reklame yang digunakan oleh produk komersial.

Reklame yang diselenggarakan oleh pemerintah, pemerintah Provinsi atau pemerintah daerah, TNI atau POLRI dan partai politik sebagaimana dimaksud, disertai surat resmi dan instansi yang bersangkutan.

2.1.11.5. Dasar Hukum Penetapan Besaran Pajak Reklame

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

- a. Undang – Undang No28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah
- b. Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 16 Tahun 2010 tentang Pajak Daerah
- c. Peraturan Walikota Malang Nomor 20 Tahun 2013 tentang Tata Cara Pembayaran, Penyetoran, Tempat Pembayaran, Anggaran dan Penundaan Pembayaran Pajak Daerah dan Perubahannya
- d. Peraturan Walikota Malang Nomor 34 Tahun 2013 tentang Perubahan Kedua Peraturan Walikota Malang Nomor 20 Tahun 2013
- e. Peraturan Walikota Malang Nomor 48 Tahun 2016 Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi Tugas dan Fungsi Serta Tata Kerja Badan Pelayanan Pajak Daerah

Menurut Peraturan Walikota Kota Malang Nomor 12 Tahun 2013 Tentang tata Cara Pembayaran Pajak Daerah Pasal 14 dasar pengenaan pajak reklame yaitu Nilai Sewa (NSR) sebagaimana dimaksud, dihitung dengan memperhatikan faktor sebagai berikut :

:

- a. jenis reklame
- b. bahan yang digunakan
- c. lokasi penempatan

d. jangka waktu penyelenggaraan

e. jumlah media reklame

f. ukuran media reklame

Menurut Peraturan Walikota Kota Malang Nomor 12 Tahun 2013 Tentang tata Cara Pembayaran Pajak Daerah Pasal 15 tarif pajak reklame ditetapkan sebesar 20% (dua puluh persen)

2.1.11.6. Penataan Reklame

Menurut Peraturan Walikota Malang Nomor 27 Tahun 2015 Tentang Penataan Reklame Pasal 2 ayat 1 sampai 8 :

1. Penataan reklame diatur menurut :

a. tempat;

b. jenis;

c. sifat;

d. ukuran;

e. konstruksi; dan

f. kawasan.

2. Tempat sebagaimana dimaksud pada ayat 1 huruf a, sebagai berikut :

a. pada sarana dan prasarana kota, meliputi :

1. batas tepi luar trotoar;

2. median jalan;

3. bus shelter/halte bus;

4. jembatan penyeberangan orang;

5. pos jaga polisi/pos pengawas;

6. jam kota;

7. telepon umum;

8. bus surat;

9. tempat hiburan dan rekreasi;

10. gelanggang olah raga;

11. terminal;

12. pasar;

13. wc umum;

14. gapura.

b. di luar sarana dan prasarana kota, meliputi :

1. di atas tanah;

2. bangunan.

3. Jenis sebagaimana dimaksud pada ayat 1 huruf b, sebagai berikut :

a. reklame bersinar;

b. reklame papan;

c. reklame tembok;

d. reklame berjalan;

e. reklame peragaan;

f. reklame rombongan/mini kios;

g. reklame kain;

h. reklame selebaran/leaflet;

i. reklame melekat/stiker;

j. reklame teks berjalan;

k. reklame film/slide;

l. reklame udara; dan

m. reklame apung.

4. Sifat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf c, yaitu :

a. reklame tetap; dan

b. reklame insidental.

5. Ukuran sebagaimana dimaksud pada ayat 1 huruf d, sebagai berikut :

a. reklame kecil dengan ukuran kurang dari 4 m² (empat meter persegi);

b. reklame sedang dengan ukuran 4 m² (empat meter persegi) sampai dengan 12 m² (dua belas meter persegi); dan

c. reklame besar dengan ukuran lebih dari 12 m² (dua belas meter persegi).

6 Konstruksi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf e, ditetapkan sebagai berikut :

a. kaki tunggal yaitu sarana reklame yang konstruksinya hanya satu tiang;

b. kaki ganda yaitu sarana reklame yang konstruksinya terdiri atas dua tiang atau lebih;

c. rangka yaitu sarana reklame yang konstruksinya berbentuk rangka; dan

d. menempel yaitu sarana reklame yang konstruksinya menyatu pada bangunan.

7. Kawasan sebagaimana dimaksud pada ayat 1 huruf f, terdiri dari :

a. kawasan bebas, yaitu merupakan kawasan yang sama sekali tidak diperbolehkan diselenggarakan kegiatan reklame yang meliputi :

1. kawasan Ijen Boulevard;

2. kawasan bundaran Jalan Tugu, kecuali di dalam Lokasi Persil;

3. kawasan Jalan Kertanegara, kecuali di dalam Lokasi Persil;

4. kawasan Jalan Veteran, kecuali di dalam Lokasi Persil;

5. kawasan pendidikan;

6. kawasan kantor pemerintahan; dan

7. kawasan tempat ibadah.

b. kawasan khusus, yaitu merupakan kawasan dengan karakter/ciri tertentu yang memiliki kualitas lingkungan dan arsitektur bangunan yang baik, diperbolehkan diselenggarakan kegiatan reklame dengan menempel di bagian depan bangunan;

c. kawasan selektif, yaitu merupakan kawasan yang diperbolehkan dipasang reklame dengan jenis reklame terpilih dan merupakan titik reklame terpilih, yaitu pada :

1. kawasan Alun-Alun Merdeka;

2. kawasan Taman Merjosari; dan

3. kawasan taman/hutan kota di Jalan Malabar.

d. kawasan umum, yaitu merupakan kawasan yang diperbolehkan diselenggarakan kegiatan dan titik reklame selain yang tercantum pada huruf b.

(8) Kawasan bebas sebagaimana dimaksud pada ayat (7) huruf a angka 1, angka 2, angka 3, angka 4, angka 8 dan huruf c diperbolehkan dipasang reklame insidental secara terbatas jumlah dan hari pemasangannya yang menyatu dengan even insidental tertentu berdasarkan rekomendasi dari Tim Teknis.

2.1.11.7. Standart Reklame

Menurut Peraturan Walikota Malang Nomor 27 Tahun 2015 Tentang Penataan Reklame Pasal 3 ayat 1 sampai 2 :

- (1) Setiap pemasangan reklame harus memenuhi standar reklame.
- (2) Standar reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1), meliputi :
 - a. standar etik yaitu isinya tidak mempertentangkan unsur SARA (Suku, Agama, Ras dan Antar Golongan) dan menjaga norma kesopanan;
 - b. standar estetis yaitu bentuk dan penampilannya memperhatikan aspek keindahan;
 - c. standar teknis yaitu reklame yang dipasang memenuhi ketentuan standar konstruksi dan inovasi; 13
 - d. standar fiskal yaitu reklame yang dipasang telah melunasi seluruh kewajiban perpajakan dan/atau retribusi;
 - e. standar administrasi yaitu reklame yang dipasang memenuhi perizinan sesuai dengan ketentuan peraturan perundangundangan; dan
 - f. standar keselamatan yaitu reklame yang dipasang tidak mengganggu lalu lintas dan tidak membahayakan masyarakat.

2.1.11.8. Cara perhitungan Nilai Sewa Reklame (NSR)

Menurut Peraturan Walikota Kota Malang Nomor 12 Tahun 2013 Tentang tata Cara Pembayaran Pajak Daerah Pasal 16 Ayat 1 sampai 2 Cara perhitungan Nilai Sewa Reklame (NSR) sebagaimana dimaksud dalam pasal 12 dihitung dengan rumus Nilai Jual Objek reklame (NJOR) ditambah Nilai Strategis (NS)

Menurut Peraturan Walikota Kota Malang Nomor 12 Tahun 2013 Tentang tata Cara Pembayaran Pajak Daerah Pasal 23 Ayat 1 sampai 2 setiap pemasangan reklame wajib memberikan Uang Jaminan Bogkar, tata cara pembayaran, pengembalian dan pengelolaan uang jaminan bongkar reklame diatur sendiri dalam peraturan walikota yaitu Peraturan Walikota Nomor 39 Tahun 2013 Tentang Peruban Peraturan walikota Nomor 14 Tahun 2012 tentang Jaminan Bongkar

2.1.11.9. Tata cara Pembayaran dan Penyetoran Pajak

Menurut Peraturan Walikota Kota Malang Nomor 12 Tahun 2013 Tentang tata Cara Pembayaran Pajak Daerah Pasal 47 Ayat 4 Pajak reklame disetor oleh penyelenggara reklame atau pemegang merek ke kas daerah melalui tempat pembayaran pada Dinas Pendapatan Daerah saat menyelenggarakan reklame.

2.1.11.10. Tarif Pajak Reklame

Menurut Peraturan Walikota Kota Malang Nomor 34 Tahun 2013 Tentang Perubahan Kedua Noor 20 Tahun 2013 Tentang tata Cara Pembayaran Pajak Daerah

Tabel 2. 1

Tarif Pajak Reklame Tetap dengan Masa Pajak 1 Tahun

JENIS REKLAME	KLASIFI KASI KELAS JALAN	KOMPONEN DASAR PERHITUNGAN TARIF PAJAK			
		NJOR (Rp.)	NILAI STRATEGIS (Rp.)	NILAI SEWA (Rp.)	PAJAK (Rp.)
1	2	3	4	5	6
<i>BILLBOARD</i> , TEMBOK/T	A	1.275.000	1.125.000	2.400.000	480.000
	B	1.275.000	750.000	2.025.000	405.000
	C	1.275.000	562.500	1.837.500	367.500

<i>UGU, SHOP PANEL, LETTER/NE ON SIGN, PRISMATEK</i>	D	1.275.000	450.000	1.725.000	345.000
<i>BILLBOARD DISINARI</i>	A	2.250.000	2.250.000	4.500.000	900.000
	B	2.250.000	1.800.000	4.050.000	810.000
	C	2.250.000	1.350.000	3.600.000	720.000
	D	2.250.000	900.000	3.150.000	630.000
<i>MEGATRO N, TV MEDIA</i>	A	15.000.000	4.500.000	19.500.000	3.900.000
	B	15.000.000	3.750.000	18.750.000	3.750.000
	C	15.000.000	3.000.000	18.000.000	3.600.000
	D	15.000.000	2.250.000	17.250.000	3.450.000
<i>DISPLAY BOARD</i>	A	10.800.000	4.200.000	15.000.000	3.000.000
	B	10.800.000	3.000.000	13.800.000	2.760.000
	C	10.800.000	2.250.000	13.050.000	2.610.000
	D	10.800.000	1.800.000	12.600.000	2.520.000
<i>BANDO JALAN, JEMBATAN PENYEBRA NGAN (JPO)</i>	A	2.700.000	2.550.000	5.250.000	1.050.000
	B	2.700.000	2.100.000	4.800.000	960.000
	C	2.700.000	1.650.000	4.350.000	870.000
	D	2.700.000	1.050.000	3.750.000	750.000
<i>NEON BOX</i>	A	1.950.000	1.800.000	3.750.000	750.000
	B	1.950.000	1.575.000	3.525.000	705.000
	C	1.950.000	1.350.000	3.300.000	660.000
	D	1.950.000	1.125.000	3.075.000	615.000
	A	900.000	750.000	1.650.000	330.000

<i>MINI JUMBO BOARD, BUS SHELTER</i>	B	900.000	525.000	1.425.000	285.000
	C	900.000	375.000	1.275.000	255.000
		900.000	300.000	1.200.000	240.000
	D				
ROMBONG	A	1.425.000	1.425.000	2.850.000	570.000
	B	1.425.000	975.000	2.400.000	480.000
	C	1.425.000	825.000	2.250.000	450.000
	D	1.425.000	600.000	2.025.000	405.000
KENDARA AN DAN SEJENISNY A		1.650.000	2.550.000	4.200.000	840.000

Tabel 2. 2

Tarif Pajak Reklame Insidental dengan Masa Pajak 1 Bulan

JENIS REKLAME	MASA PAJAK	NJOR (Rp.)	NILAI STRATEGIS (Rp.)	NILAI SEWA (Rp.)	PAJAK (Rp.)
1	2	3	4	5	6
UDARA atau BALON	unit/ bulan	18.000.000	12.000.000	30.000.000	6.000.000
<i>SLIDE FILM</i>	unit/ bulan	4.500.000	1.800.000	6.300.000	1.260.000
APUNG	unit/ bulan	18.000.000	12.000.000	30.000.000	6.000.000
<i>FLAGHTCHAIN</i>	bulan/m ²	90.000	15.000	135.000	27.000

Tabel 2. 3**Tarif Pajak Reklame Insidentil dengan Masa Pajak 1 Hari**

JENIS REKLAME	MASA PAJAK	NJOR (Rp.)	NILAI STRATEGIS (Rp.)	NILAI SEWA (Rp.)	PAJAK (Rp.)
1	2	3	4	5	6
SPANDUK, UMBUL-UMBUL, V.BANNER, <i>SUN</i> <i>SCREEN</i>	bulan/m ²	150.000	450.000	600.000	120.000
	minggu/m ²	-	-	-	30.000
	hari/m ²	-	-	-	6.000
BALIHO	bulan/m ²	1.050.000	525.000	1.575.000	315.000
	minggu/m ²	-	-	-	78.750
	hari/m ²	-	-	-	15.750
TENDA	bulan/m ²	-	-	-	120.000
	minggu/m ²	-	-	-	30.000
	hari/m ²	-	-	-	6.000
PENGARAH JALUR	hari/m ²	-	-	-	7.500

Tabel 2. 4**Tarif Pajak Reklame Insidentil dengan Masa Pajak 1 Kali Penyelenggaraan**

JENIS REKLAME	MASA PAJAK	NJOR (Rp.)	NILAI STRATEGIS (Rp.)	NILAI SEWA (Rp.)	PAJAK (Rp.)
1	2	3	4	5	6

PERAGAAN/PAMERAN DEMO	Unit	-	-	-	750.000
POSTER, STIKER dan sejenisnya	m ²	180.000	45.000	225.000	45.000
SELEBARAN, <i>LEAFLET</i> /BROSUR BERWARNA	lembar	12.000	-	12.000	2.400
SELEBARAN, <i>LEAFLET</i> /BROSUR TIDAK BERWARNA	lembar	4.500	-	4.500	900

2.1.12. Efektifitas

Menurut Triski dkk (2015) Efektivitas itu berasal dari kata efektif yang artinya dicapainya keberhasilan dalam mencapai tujuan yang ditetapkan. Efektivitas selalu dihubungkan dengan antara hasil yang ditetapkan dengan hasil sesungguhnya yang dicapai. Maka efektivitas itu sendiri menggambarkan seberapa jauh tercapainya tujuan serta target yang ditentukan. Adapun efektivitas itu sendiri merupakan perbandingan antara input dengan output. Organisasi dapat dikatakan efektif jika perusahaan tersebut telah berhasil mencapai apa yang diharapkan.

2.1.12.1. Efektifitas Pajak Reklame

Menurut Triski dkk (2015) Efektivitas merupakan seberapa jauh pencapaian suatu target dan tujuan yang sudah ditentukan, yang artinya efektivitas sendiri adalah perbandingan antara input dan output. Organisasi bisa dikatakan berhasil dan efektif jika berhasil mencapai apa yang diharapkan.

2.1.13. Kontribusi

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), pengertian kontribusi sendiri artinya adalah sumbangan, sedangkan menurut kamus ekonomi (T.Guritno 1992:76) kontribusi merupakan segala sesuatu atau semua yang diberikan secara bersamaan dengan pihak lain tujuannya untuk biaya, kerugian tertentu atau bersama. maka kontribusi disini dapat berarti sebagai sumbangan yang diberikan oleh Pendapatan Asli Daerah terhadap besarnya Belanja Pembangunan Daerah.

2.1.14. Retribusi Daerah

Menurut Heratity (2016) pajak daerah adalah salah satu Pendapatan Asli Daerah yang diharapkan menjadi salah satu sumber pembiayaan penyelenggaraan pemerintah dan pembangunan daerah guna meningkatkan serta pemeratakan kesejahteraan masyarakat.

2.1.14.1. Obyek Retribusi Daerah

Menurut Mardiasmo (2018 : 18-19) yang menjadi obyek pajak Daerah adalah :

1. Jasa Umum
2. Jasa usaha
3. perizinan tertentu

2.1.15. Sumber Penerimaan Daerah

Estherini (2016) Kemampuan yang diberikan pemerintah terhadap daerah yaitu kemampuan daerah untuk mengatur serta mengurus rumah tangganya sendiri (*Self supporting*) dalam bidang keuangan. Bidang keuangan sendiri adalah faktor yang penting dalam mengukur suatu keberhasilan otonomi daerah. Ada sumber – sumber penerimaan dari suatu daerah menurut pasal 5 Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2004 tentang perimbangan keuangan pusat dari daerah terdiri dari :

1. Pendapatan Asli Daerah (PAD)
 - a. Hasil pajak daerah
 - b. Hasil retribusi daerah
 - c. Hasil perusahaan milik daerah dan hasil pengelolaan kekayaan daerah lainnya yang dipisahkan

2. Dana perimbangan
3. Pinjaman Daerah
4. Lain-lain Pendapatan Asli Daerah yang sah

Berdasarkan Undang – Undang No 23 Tahun 2004 yaitu tentang perimbangan keuangan antara pemerintah pusat dengan pemerintah daerah yang dijelaskan bahwa untuk membiayai pembangunan di daerah, sumber dari penerimaannya adalah dari Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang terdiri dari hasil pajak daerah, retribusi daerah, hasil perusahaan milik daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan dan lain-lain pendapatan daerah yang sah. Pemerintah daerah harus melakukan upaya yang maksimal dalam pengumpulan pajak daerah dan retribusi daerah. Besarnya penerimaan pajak daerah dari sektor pendapatan asli daerah akan sangat membantu pemerintah dalam melakukan kegiatan pembangunan di daerah dan dapat mengurangi ketergantungan pemerintah daerah terhadap pemerintah pusat sesuai dengan harapan yang ada dalam otonomi daerah (Estheri:2016)

2.1.16. Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan semua penerimaan yang didapatkan oleh daerah dari sumber – sumber di wilayahnya sendiri yang sudah ditentukan yang dipungut berdasarkan pada aturan daerah sesuai pada peraturan Undang – Undang berlaku jenis – jenis Pendapatan Asli Daerah seperti pajak daerah, retribusi daerah, serta kekayaan daerah lainnya yang dipisahkannya yaitu dividen, laba serta penjualan saham milik daerah dan lain sebagainya pendapatan asli daerah yang sah antara lain hasil penjualan aset tetap serta jasa giro. Triski Intan Meylani Lengkong (2015)

Menurut Lilik Yunanto (2010) berikut ini beberapa hal yang menyebabkan rendahnya Pendapatan Asli Daerah yaitu :

- a. banyak sumber pendapatan kabupaten / kota yang besar namun digali oleh instansi yang lebih tinggi

- b. BUMD yang belum banyak memberikan keuntungan kepada Pemerintah Daerah (Pemda)
- c. masih banyaknya kesadaran masyarakat didalam membayar pajak serta retribusi daerah
- d. adanya kebocoran - kebocoran
- e. adanya biaya pungut yang masih tinggi
- f. banyak peraturan daerah yang belum disempurnakan dan disesuaikan
- g. kemampuan masyarakatnya untuk membayar pajak sangat rendah
- h. perhitungan potensi tidak dilakukan

2.2. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Adapun hasil dari penelitian-penelitian terdahulu tentang Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame:

Markus Stenny Sarundayang, Herman Karmoy, Robert Lambey (2018) ,

Markus Stenny Sarundayang, Herman Karmoy, Robert Lambey (2018) dalam penelitian yang berjudul “Analisis Potensi dan Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame di kota Bandung” variabel yang diteliti berupa Potensi dan efektivitas penerimaan Pajak reklame. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya potensi pajak reklame di Kota Mando dan untuk mengetahui efektivitas pajak reklame pendapatan sebagai pendapatan asli daerah (PAD) kota Manado. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat efektivitas pajak reklame tahun 2010-2014 diperoleh kategori kurang efektif dan tahun 2015-2016 sangat efektif berdasarkan hasil perhitungan data historis, potensi penerimaan pajak reklame kota Manado tahun 2017 sebesar 11.010.071.843

Jovanly Atteng, David Saerang, Lidya Mawikere (2016)

Jovanly Atteng, David Saerang, Lidya Mawikere dalam penelitian berjudul “Analisis efektivitas dan kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah (PAD) di Kota Manado tahun 2011-2015 studi kasus pada Dinas pendapatan daerah kota Manado” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemungutan pajak reklame terhadap PAD Kota Manado serta untuk mengetahui kontribusi dari realisasi penerimaan pajak reklame dalam upaya meningkatkan pendapatan asli daerah kota Manado tahun 2011-2015. Hasil penelitian menunjukkan tingkat efektivitas untuk pajak reklame tahun 2011 63,96 % tahun 2012 65,74 % tahun 2013 65,74% tahun 2014 67,24% dinyatakan kurang efektif dan tahun 2015 129,90 % dinyatakan kontribusi pajak reklame terhadap PAD kota Manado dari tahun 2011 0,0173 % kontribusi tahun 2012 0,0154 tahun 2013 0,0140 % tahun 2014 0,0123 % dan tahun 2015 0,0222% kontribusi dinyatakan masih kurang dikarenakan ada pajak – pajak lain yang lebih besar penerimaan penerangan jalan dan pajak bea perolehan atas tanah dan bangunan.

Reza Arditia (2012)

Reza Arditia (2012) dalam penelitian yang berjudul “Analisis Kontribusi dan Efektivitas pajak daerah sebagai sumber pendapatan asli daerah kota Surabaya” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kontribusi masing – masing terhadap penerimaan pajak daerah dan efektivitas setiap pos penerimaan pajak wilayah Surabaya. Hasil dari penelitian menunjukkan dari hasil analisis data dapat diketahui bahwa pertama penerimaan pajak penerangan jalan memberikan sumbangan terbesar bagi kota Surabaya menuju ke dalam kategori kurang efektivitas, sedang efektif, efektif dan sangat efektif dengan rasio efektifitas berkisar antara 71,61 % sampai lebih dari 100 %

Putri Auly (2017)

Putri Auly (2017) dalam penelitian yang berjudul “Analisis efektivitas dan efisiensi pemungutan pajak reklame serta kontribusinya terhadap pendapatan asli daerah

kabupaten Tanah Datar” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan efektivitas dan efisiensi pemungutan pajak serta kontribusinya. Penelitian ini menunjukkan hasil Termasuk kategori sangat efektif

Estherini Heratity Pratiwi (2016)

Estherini Heratity Pratiwi (2016) dalam penelitian yang berjudul ” Analisis efektivitas dan kontribusi, pajak hotel, pajak reklame, pajak restoran, dan pajak parkir pada pendapatan asli daerah kota Tangerang” tujuan penelitian ini merupakan untuk mengetahui tingkat efektivitas pemungutan pajak hotel, pajak restoran, pajak reklame dan pajak parkir dan kontribusinya. Dari hasil penelitian ini menunjukkan analisis rata-rata efektivitas pemungutan pajak hotel, pajak restoran, pajak reklame dan pajak parkir kota Tangerang tahun 2010-2014 sangat efektif.

Riska Aryanti, Singgih Setiawan, Nurcahyani (2019)

Riska Aryanti, Singgih Setiawan, Nurcahyani (2019) penelitian yang berjudul “Analisis efektivitas dan kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah” yang bertujuan untuk mengetahui efektivitas dan kontribusi penerimaan pajak reklame pada pendapatan daerah di kabupaten Pekalongan. Hasil penelitian menunjukkan penerimaan pajak efektif selama periode 2014-2018 memiliki rasio lebih dari 100% sehingga bisa dikatakan sangat efektif.

Tabel 2. 5
Tinjauan Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Variabel	Metode Analisis	Kesimpulan Hasil
Markus Stenny Sarundaya ng, Herman Karmoy, Robert Lambey (2018)	Analisis Potensi dan Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame di kota Bandung	Mengetahui besarnya potensi pajak reklame di Kota Mando dan untuk mengetahui efektivitas pajak reklame pendapatan sebagai pendapatan asli	Potensi, Efektivitas penerimaan pajak	Metode Deskriptif kuantitatif. Menganalisis data target dan realisasi penerimaan pajak reklame tahu 2012-2016. Menggunakan rasio efektifitas dan analisis historis	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat efektivitas pajak reklame tahun 2010-2014 diperoleh kategori kurang efektif dan tahun 2015-2016 sangat efektif berdasarkan hasil perhitungan data historis, potensi penerimaan pajak reklame kota Manado tahun 2017 sebesar 11.010.071.843

		daerah (PAD) kota Manado			
Jovanly Atteng, David Saerang, Lidya Mawikere (2016)	Analisis efektivitas dan kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah (PAD) di Kota Manado tahun 2011-2015 studi kasus pada Dinas pendapatan daerah kota Manado	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemungutan pajak reklame terhadap PAD Kota Manado serta untuk mengetahui kontribusi dari realisasi penerimaan pajak reklame dalam upaya	Efektivitas, kontribusi pajak reklame	Metode deskriptif kualitatif	Hasil penelitian ini adalah tingkat efektivitas untuk pajak reklame tahun 2011 63,96 % tahun 2012 65,74 % tahun 2013 65,74% tahun 2014 67,24% dinyatakan kurang efektif dan tahun 2015 129,90 % dinyatakan kontribusi pajak reklame terhadap PAD kota Manao dari tahun 2011 0,0173 % kontribusi tahun 2012 0,0154 tahun 2013 0,0140 % tahun 2014 0,0123 % dan tahun 2015 0,0222% kontribusi dinyatakan masih kurang dikarenakan ada pajak – pajak lain yang lebih besar penerimaan penerangan jalan dan pajak bea perolehan atas tanah dan bangunan.

		meningkatkan pendapatan asli daerah kota Manado tahun 2011-2015			
Reza Arditia (2012)	Analisis Kontribusi dan Efektivitas pajak daerah sebagai sumber pendapatan asli daerah kota Surabaya	Untuk mengetahui kontribusi masing – masing terhadap penerimaan pajak daerah dan efektivitas setiap pos penerimaan	Kontribusi, eektivitas pajak daerah, sumber pendapatan asli daerah	Analisis dilakukan menggunakan metode kualitatif rasio, rasio kontibusi, menghitung kontribusi, masing masing terhadap penerimaan pajak	Dari hasil analisis data dapat diketahui bahwa pertama penerimaan pajak penerangan jalan memberikan sumbangan terbesar bagi kota Surabaya menuju ke dalam kategori kurang efektivitas, sedang efektif, efektif dan sangat efektif dengan rasio efektifitas berkisar antra 71,61 % sampai lebih dari 100 %

		pajak wilayah Surabaya			
--	--	---------------------------	--	--	--

Putri Auly (2017)	Analisis efektivitas dan efisiensi pemungutan pajak reklame serta kontribusinya terhadap pendapatan asli daerah kabupaten Tanah Datar	Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menjelaskan efektivitas dan efisiensi pemungutan pajak serta kontribusinya	Efektivitas, efisiensi pemungutan pajak reklame, kontribusi	Metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif menggunakan teknik dokumentasi	Termasuk kategori sangat efektif
----------------------	---	---	---	--	----------------------------------

<p>Estherini Heratity Pratiwi (2016)</p>	<p>Analisis efektivitas dan kontrobusi, pajak hotel, pajak reklame, pajak restoran, dan pajak parkir pada pendapatan asli daerah kota Tangerang</p>	<p>Untuk mengetahui tingkat efektivitas pemungutan pajak hotel, pajak restoran, pajak reklame dan pajak parkir dan kontribusinya</p>	<p>Efektivitas, kotribusi</p>	<p>Analisis deskriptif menggunakan analisis kuantitatif</p>	<p>Hasil analisis rata rata efektivitas pemungutan pajak hotel, pajak restoran, pajak reklame dan pajak parkir kota Tangerang tahun 2010-2014 sangat efektif</p>
--	---	--	-------------------------------	---	--

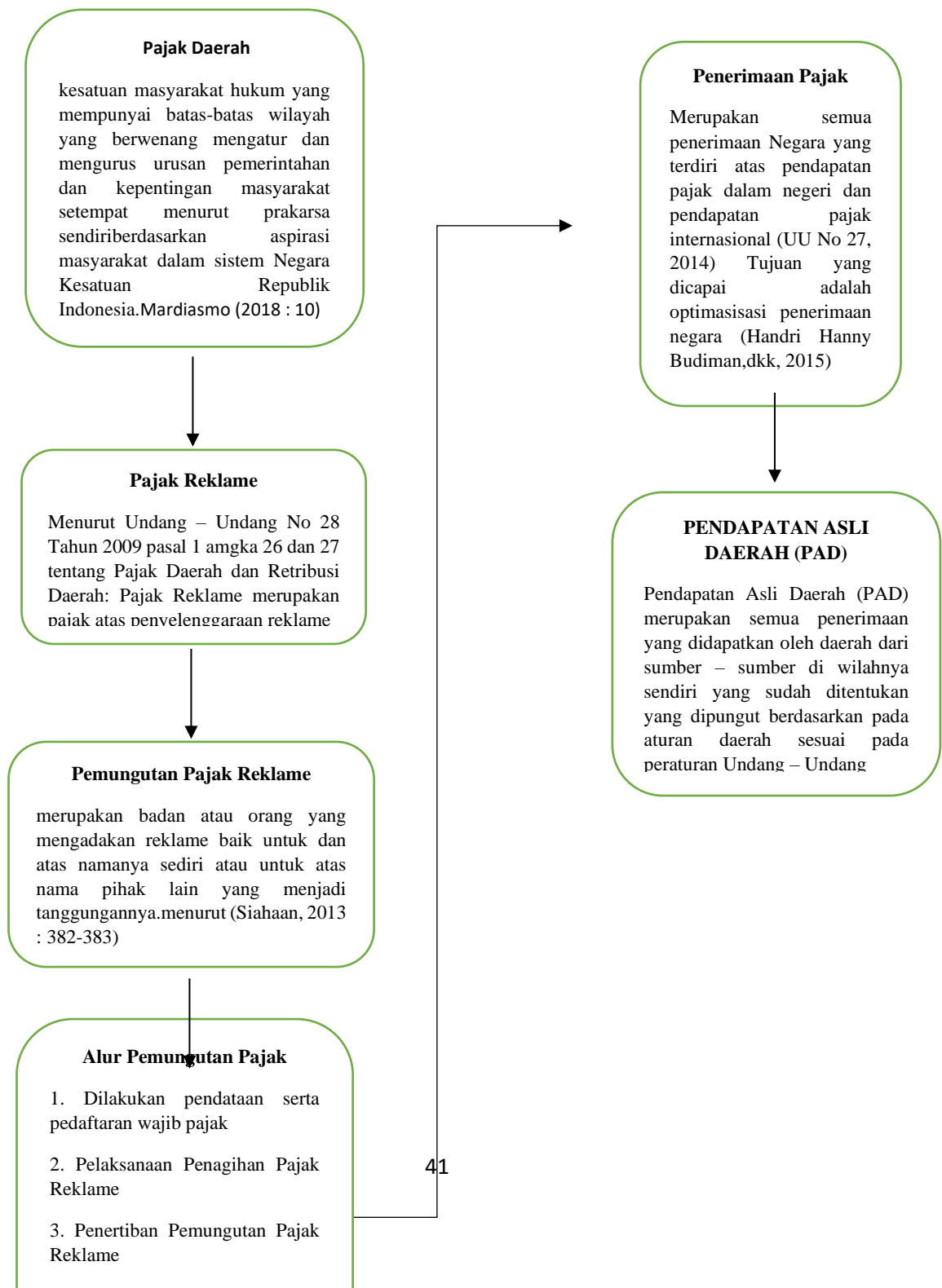
<p>Riska Aryanti, Singgih Setiawan, Nurcahyani (2019)</p>	<p>Analisis efektivitas dan kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah</p>	<p>Tujuan penelitian ini untuk mengetahui efektivitas dan kontribusi penerimaan pajak reklame pada pendapatan daerah di kabupate Pekalongan</p>	<p>Efektivitas, kontribusi, penerimaan</p>	<p>Metode penelitian metode diskriptif dan teknik pengumpulan data</p>	<p>Penerimaan pajak efektif selama periode 2014-2018 memiliki rasio lebih dari 100% sehingga bisa dikatakan sangat efektif.</p>
---	---	---	--	--	---

2.3. Kerangka Konseptual

Adapun Kerangka Konseptual yang dapat dijelaskan melalui gambar sebagai berikut sebagai berikut :

Gambar 2. 1

Kerangka Konseptual



Dalam kerangka pemecahan masalah penelitian, menjelaskan bahwa pajak reklame adalah termasuk dalam bagian pajak daerah ada undang – undang yang menyebutkan tentang pajak daerah yang diatur dalam Dasar hukum dari pemungutan pajak daerah dan retribusi daerah terdapat dalam Undang – Undang No. 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah Mardiasmo (2018:10). Setiap orang yang mengadakan usaha dan memperkenalkan menggunakan Reklame maka wajib untuk membayar pajak, dan pemerintah akan melakukan pemungutan pajak terhadap wajib pajak sesuai ketentuan dalam Undang – undang No 28 Tahun 2009 pasal 1 angka 26 dan 27 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah: Pajak Reklame merupakan pajak atas penyelenggaraan reklame, Kemudian dilanjutkan adanya proses pemungutan pajak antara lain :

1. Dilakukan pendataan serta pendaftaran wajib pajak maksudnya adalah Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Kota Malang pastinya membutuhkan suatu perencanaan atau rencana di bidang pendapatan secara kuantitas maupun kualitas yang cocok dengan banyaknya serta jenis dalam jumlah kegiatan yang dilaksanakan. Untuk mengetahui pelaksanaan tersebut berjalan dengan lancar sesuai dengan rencana maka dilakukanlah pengontrolan pelaksanaan tugas yang lebih efisien. Bentuk perencanaannya sendiri adalah melalui sosialisasi erta pendataan wajib pajak reklame yang menghasilkan rekapitulasi dari wajib pajak beserta dengan omsetnya tujuannya adalah untuk mendapatkan data akurat dan omset dari wajib pajak guna mendukung capaian target dan realisasi penerimaan daerah.
2. Pelaksanaan Penagihan Pajak Reklame yaitu penetapan target penerimaan dari Pajak Reklame yang dilakukan di Kota Malang sehingga diusahakan dapat mencapai realisasi penerimaan yang mencapai target yang sudah ditentukan.
3. Penertiban Pemungutan Pajak Reklame merupakan kunci untuk dapat mengukur tingkat efektivitas pemungutan Pajak Reklame
4. Pengawasan Pemungutan Pajak Reklame artinya adalah melakukan pengawasan yang disiplin diantaranya kejelasan prosedur pemeriksaan terhadap wajib pajak,

jangka waktunya untuk melakukan pemeriksaan, berserta dengan jumlah wajib pajak yang akan diperiksa oleh petugas, dan juga petugas harus mempunyai kemampuan yang baik dan professional dalam menjalankan tugasnya.

Maka pemerintah daerah akan mendapatka penerimaan pajak yang kemudian masuk dalam Pendapatan Asli Daerah . Pemerintah sendiri banyak melakukan usaha dalam meningkatkan dan mempergunakan Pendapatan Asli Daerah, menurut (Alvian, 2010) menjelaskan dalam pemenuhan pembiayaannya, setiap daerah selalu memiliki potensi yang berbeda, dari jenisnya ataupun besarnya pendapatan daerah, pajak daerah adalah salah satu sumber penerimaan daerah yang memiliki andil besar di dalam pemenuhan kebutuhan daerah. Sumber – sumber dari Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang diantaranya pajak daerah, retribusi daerah, bagian laba badan usaha milik daerah, penerimaan dari dinas dinas daerah, penerimaan lain lain. Dalam penelitian ini penulis mengambil tentang pajak daerah yaitu pajak daerah yang berfokus pada pajak reklame, seperti yang sudah dijelaskan dalam latar belakang bahwa kota Malang merupakan salah satu tempat yang strategis memiliki banyak tempat wisata yang membantu menaikkan penerimaan pajak dengan mempromosikan produk atau jasanya menggunakan iklan yaitu reklame. Tetapi dalam kenyataanya masih sangat banyak dari masyarakat yang belum sadar tentang pembayaran pajak yang banyak dari masyarakat masih melangar. Maka dari masalah yang ada pemerintah memberikan target penerimaan pajak reklame pertahunnya. sehubungan dengan itu perlu dilakukan analisis apakah sudah efektifkah penerimaannya pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah kota Malang, dengan itu penulis akan menganalisis data olahan yaitu target dan realisasi tahun analisis yaitu tahun 2015 sampai dengan tahun 2019. Menggunakan analisis rasio efektivitas dan rasio kontribusi dengan menganalisis data pertahunnya mulai dari tahun 2015 smpai dengan tahuun 2019, lalu memberikan kesimpulan tentang efektivitas dan kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah.