

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

1.1.1 Otonomi Daerah

Otonomi Daerah atau (Otod) menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring (2016) adalah wewenang, hak dan kewajiban daerah untuk mengurus dan mengatur rumah tangganya sendiri sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pemerintah pusat mempercayakan segala sesuatu tentang daerah tersebut pada pemerintah daerah masing-masing, karena pemerintah daerah dianggap lebih mengenal daerahnya, sehingga akan lebih mudah dalam mengembangkan daerah tersebut, hal ini dikarenakan supaya lebih berkembang diberbagai bidang terutama di bidang perekonomian melalui sistem Otonomi Daerah yang diberikan (Ristanti & Handoyo, 2017). Hal ini telah tercantum pada UU RI No 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah yaitu Otonomi Daerah atau (Otod) adalah wewenang, hak, dan kewajiban daerah otonom untuk mengurus dan mengatur sendiri kepentingan masyarakat setempat dan urusan pemerintahan sesuai Undang-Undang yang telah ditetapkan dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Tujuan Utama dari terselenggaranya Otonomi Daerah (Otod) adalah untuk meningkatkan serta memajukan perekonomian daerah dan pelayanan publik (*public service*). Diharapkan dari terlaksananya Otonomi Daerah (Otod) ini pemerintah daerah mempunyai kewenangan dan keleluasaan dalam menentukan kebijakan dan arah pemerintahan daerah dengan melibatkan peran Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) dan partisipasi aktif masyarakat (Anansyah, 2020).

1.1.2 Pendapata Asli Daerah

1.1.2.1 Pengertian Pendapatan Asli Daerah

Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah salah satu sumber pendapatan bagi suatu daerah. Menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang

perimbangan keuangan antara pemerintah pusat dan daerah pada penjelasan pasal 3 huruf Pendapatan Asli Daerah (PAD) yaitu pendapatan yang diperoleh dari sumber-sumber penerimaan dalam wilayahnya sendiri yang telah dipunggut sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang telah diteapkan (Siti, 2020). Hal ini sependapat dengan Anansyah (2020) yang mana Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan pendapatan dari daerah itu yang berasal dari pemanfaat potensi yang dimiliki daerahnya, pemerintah daerah diharapkan tidak bergantung pada pemerintah pusat dalam mendanai semua aktivitas di daerahnya sehingga pada saat era Otonomi Daerah (Otonomi) pemerintah daerah dituntut untuk mencari alternatif lain yang berpotensi dan dapat meningkatkan pendapatan asli daerah. Otonomi daerah dilaksanakan dengan bertujuan pada peningkatan kemandirian daerah/ kota. Kemandirian dari daerah tersebut sangat erat kaitannya dengan pengelolaan pendapatan asli daerah (PAD) yang baik. PAD semakin besar pada suatu daerah, maka semakin besar pula kemampuan daerah tersebut untuk melaksanakan pembangunan daerah (Pratiwi & Supadmi, 2016). Dengan begitu pemerintah pusat memandang pemerintah daerah sebagai mitra kerja dalam penyelenggaraan tugas Otonomi Daerah (Otonomi), hal ini dapat dilihat pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014 tentang peratutan daerah dan pembagian wilayah daerah (Ristanti & Handoyo, 2017).

1.1.2.2 Strategi

Strategi pertama kali dikemukakan Jauch & Glueck yang telah disarikan oleh Anansyah (2020) menyebutkan bahwa strategi adalah suatu rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan pada strategi organisasi dengan tantangan lingkungan dan dirancang untuk memastikan bahwa tujuan organisasi dapat dicapai dengan pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. Sedangkan menurut Larasati & Dewiyanti (2021) menjelaskan bahwa Strategi mencakup sejumlah langkah atau taktik yang telah dirancang dalam mencapai setiap tujuan yang ditetapkan. Dapat disimpulkan dari penjelasan diatas, ialah strategi merupakan suatu teknik dalam menyusun rencana suatu organisasi untuk tercapainya tujuan organisasi agar terlaksana dengan efektif dan efisien.

Upaya peningkatan Pendapatan Asli Daerah melalui sumber pajak dan retribusi daerah dilaksanakan dengan dua program yaitu Intensifikasi dan Ekstensifikasi.

- a. Program Intensifikasi adalah suatu bentuk upaya pemerintah dalam meningkatkan penerimaan daerah yang ditempuh melalui peningkatan kepatuhan subjek pajak yang telah ada.
- b. Program Ekstensifikasi adalah upaya meningkatkan penerimaan pajak daerah melalui penciptaan sumber pajak dan retribusi daerah yang baru dengan kerja sama serta melakukan kebijakan investasi bersama perusahaan swasta maupun perusahaan daerah (Siti, 2020).

1.1.3 Pajak

1.1.3.1 Pengertian Pajak

Menurut (Direktorat Jenderal Pajak, 2021) Pajak adalah kontribusi masyarakat yang wajib kepada Negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasar pada undang-undang, yang mana tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan dipergunakan untuk keperluan Negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Menurut Anansyah (2020) pajak dapat di pandang dari berbagai aspek. Pajak dilihat dari aspek ekonomi yaitu sebagai penerimaan Negara yang diarahkan guna menuju kesejahteraan kehidupan masyarakat serta sebagai motor penggerak ekonomi untuk masyarakat. Pajak dilihat dari sudut pandang hukum, pajak dinilai sebagai masalah keuangan, untuk mengatur masalah keuangan dalam suatu Negara, maka dibutuhkan peraturan perundang-undang untuk mengaturnya. Pajak dilihat dari sudut pandang keuangan, pajak akan menjadi bagian yang sangat penting dalam penerimaan Negara. Sedangkan menurut Siti (2020) Pajak dijadikan sumber penerimaan alternatif yang sangat potensial. Karena sektor pajak dinilai sangat tepat dan potensial sebagai salah satu sumber penerimaan Negara yang jumlahnya relatif stabil serta sebagai cermin partisipasi aktif masyarakat dalam membiayai pembangunan.

1.1.3.2 Unsur-Unsur Pajak

Terdapat unsur-unsur yang tidak dapat dipisahkan dalam pajak. Berdasarkan undang-undang, pajak bersifat memaksa bagi wajib pajak yang memang berkewajiban membayar pajak dan memberikan sanksi atau hukuman bagi yang melanggar ketentuan dan peraturan yang diatur dalam undang-undang serta pelaksanaannya, terkadang warga memilih tidak ingin membayar pajak yang dianggap sebagai beban (Siti, 2020). Secara garis besar, unsur pajak yang ada di Indonesia ada empat bagian, yaitu subjek pajak, wajib pajak, objek pajak, dan tarif pajak. Berikut penjelasannya :

a. Subjek Pajak

Subjek pajak adalah unsur pertama perpajakan yang mana di dalamnya terdapat orang pribadi atau lembaga yang dituntut untuk melaksanakan kewajiban pembayaran pajak (DJP, 2021). Subjek Pajak adalah unsur yang pertama karena tanpa subjek pajak, tidak akan ada pajak yang harus dibayarkan, Hal ini karena yang membayar saja tidak ada, berdasarkan alasan inilah, di dalam sistem perpajakan harus ada subjek pajak, supaya kebijakan dan pemungutan pajak bisa dilaksanakan. Maka dari itu, di dalam setiap regulasi pajak yang wajar pasti terdapat unsur subjek pajak didalamnya (Accurate, 2019).

b. Wajib Pajak

Wajib Pajak adalah subjek pajak yang telah dianggap sudah layak memiliki kewajiban untuk membayar pajak, maka dari itu subjek pajak tersebut akan dikenai beban pemungutan pajak dan wajib membayarnya, hal ini bersifat memaksa karena jika tidak dibayarkan maka dikenakan sanksi atau denda sesuai dengan peraturan yang telah ditentukan pemerintah (DJP, 2021).

c. Objek Pajak

Menurut Accurate (2019) Objek Pajak adalah benda, produk, dan layanan yang harus dibayarkan pajaknya. Karena objek pajak merupakan (*tax bases*) basis perhitungan besarnya pajak, maka termasuk dalam layanan atau produk yang dijalankan wajib pajak itulah objek pajak (Erly Suandy, 2016).

d. Tarif Pajak

Unsur pajak terakhir ialah tarif pajak, dimana merupakan jumlah nominal pajak yang harus dibayarka oleh wajib pajak atas produk dan layanan terbebani oleh objek pajak (Accurate, 2019).

1.1.3.3 Jenis Pajak

Menurut Mardiasmo (2009) terdapat tiga jenis pajak yaitu :

a. Menurut golongannya

Pajak Langsung dan pajak tidak langsung. Pajak langsung ialah beban pajak yang harus dibayar sendiri oleh wajib pajak yang dan tidak dapat diwakilkan atau dilimpahkan kepada orang lain. Sedangkan pajak tak langsung adalah pajak yang pada akhirnya dapat dibebankan atau dilimpahkan kepada orang lain, seperti pajak pertambahan nilai.

b. Menurut sifatnya

Pajak subjektif dan Pajak objektif. Pajak Subjektif yaitu pajak yang berdasarkan pada subjeknya sesuai keadaan diri subjek pajak, seperti pajak penghasilan. Sedangkan pajak objektif ialah pajak yang berpangkal pada objeknya tanpa memperhatikan diri wajib pajak.

c. Menurut lembaga pemungutannya

Pajak pusat yaitu pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat dan pemerintah pusat dan digunakan untuk membiayai rumah tangga Negara. Seperti pajak penghasilan, pajak pertambahan nilai dan pajak penjualan atas barang mewah, pajak bumi dan bangunan dan bea materai.

1.1.3.4 Fungsi Pajak

Menurut Pohan, 2021:88 dalam buku Kebijakan & Administrasi Perpajakan Daerah di Indonesia, fungsi pajak umumnya ada empat fungsi pajak :

a. Fungsi *Budgetair* (sumber keuangan Negara)

Fungsi ini adalah fungsi utama atau fungsi fiskal, karena suatu fungsi yang digunakan sebagai alat untuk mengoptimalkan pemasukan ke kas Negara berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Berdasarkan fungsi ini roda pemerintahan atau kepentingan Negara dan pembangunan sebagian besar dibiayai oleh penduduknya melalui sektor pajak. Untuk menegakkan fungsi *budgetair* ini, penyempurnaan regulasi perpajakan yang dilakukan

pemerintah dari berbagai jenis pajak, melakukan intensifikasi dan ekstensifikasi dalam pemungutan pajak, hingga pengenaan sanksi perpajakan.

b. Fungsi *Regulerend* (mengatur)

Fungsi *Regulerend* adalah suatu fungsi yang digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan melalui pajak. Maka dari itu fungsi ini disebut sebagai fungsi tambahan karena fungsi ini adalah fungsi tambahan atau pelengkap dari fungsi *budgetair*, dan untuk mencapai tujuan tersebut pemerintah mengambil kebijaksanaan dengan menggunakan pajak sebagai alat. Contoh pelaksanaan fungsi *Regulerend* yaitu ; Pengenaan pajak yang tinggi untuk minuman keras supaya harga minuman keras menjadi mahal hal ini bertujuan agar masyarakat menghindari atau mengurangi konsumsi pajak minuman keras, maksud dan tujuan pemerintah dalam kebijaksanaan ini agar harga minuman keras sulit terjangkau sehingga tidak ada generasi muda yang mabuk-mabukan.

c. Fungsi Stabilitas

Untuk menjaga stabilisasi ekonomi pemerintah dapat menggunakan sarana perpajakan. Agar produksi dalam negeri dapat bersaing, pemerintah membuat kebijakan dimana sebagian barang-barang impor dikenakan pajak. Untuk menjaga stabilitas nilai tukar rupiah dan menjaga agar defisit perdagangan tidak makin melebar, pemerintah dapat menetapkan kebijakan pengenaan Pajak Pertambahan nilai Barang Mewah (PPnBM) terhadap impor produk tertentu yang bersifat mewah. Upaya tersebut dilakukan untuk meredam impor barang mewah yang berkontribusi terhadap defisit neraca perdagangan.

d. Fungsi Redistribusi

Pemerintah membutuhkan dana untuk membiayai kegiatan atau roda pemerintahan serta pembangunan di beberapa sektor penting untuk kemakmuran masyarakat seperti sektor pendidikan, sektor ekonomi, dan sektor infrastruktur, seperti jalan raya dan jembatan, jalan kereta api, *mass rapid transportation* (MRT). Kebutuhan dana itu dapat dipenuhi melalui pajak yang hanya dibebankan kepada mereka yang mampu membayar pajak. Namun

demikian, infrastruktur yang dibangun tersebut dapat juga di manfaatkan oleh mereka yang tidak mampu membayar pajak.

1.1.4 Pajak Daerah

1.1.4.1 Pengertian Pajak Daerah

Menurut Halim et al., 2016:499 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah Pasal I angka 10, Pajak Daerah adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Pajak Daerah dipungut oleh pemerintah daerah dan digunakan untuk membiayai rumah tangga daerah. Pajak daerah terdiri atas:

Pajak Provinsi, terdiri dari Pajak kendaraan bermotor, bea balik nama kendaraan bermotor, pajak bahan bakar kendaraan bermotor, pajak air permukaan, dan pajak rokok.

Pajak Kabupaten/Kota, terdiri dari Pajak reklame, pajak penerangan jalan. Pajak Hotel, Pajak restoran, pajak mineral bukan logam dan batuan, pajak parkir, pajak air tanah pajak sarang burung walet, Pajak hiburan, Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan (PBB-P2), dan BPHTB. Pengertian pajak daerah di atas tertuang dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (PDRD). Aturan ini menggantikan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 (UU RI No. 28 Tahun 2009). Berdasarkan undang-undang Nomor 7 Tahun 2019 pada Perda Kota Batu tentang pajak daerah bahwa pajak daerah yang memiliki peranan yang sangat strategis dalam meningkatkan kemampuan keuangan daerah dan akan digunakan bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat (Peraturan Daerah Kota Batu Nomor 7 Tahun 2019 Tentang Pajak Daerah, 2019).

1.1.4.2 Fungsi Pajak Daerah

Menurut Prabandaru (2018) fungsi pajak daerah ada 4 yaitu :

- a. Fungsi Anggaran

Pajak Daerah sebagai bagian dari Pendapatan Asli Daerah (PAD) digunakan untuk pendanaan rutin seperti belanja barang, belanja pegawai, pembangunan, pemeliharaan, dan juga sebagai tabungan Pemerintah Daerah.

b. Fungsi Mengatur

Pertumbuhan ekonomi diatur oleh pemerintah daerah melalui kebijaksanaan pajak daerah. Melalui fungsi ini, masalah ekonomi daerah dapat dikurangi dan tujuan ekonomi daerah bisa tercapai dari dana pajak daerah. Sebagai contoh, jika pemerintah ingin menarik penanaman modal, maka dapat diberikan keringanan pajak pada sektor tertentu, dengan demikian diharapkan akan ada penyerapan lapangan kerja yang mengurangi jumlah masalah ekonomi pada daerah tersebut.

c. Fungsi Stabilitas

Pemerintah Daerah menggunakan pajak daerah untuk membantu menstabilkan harga barang dan jasa sehingga dapat mengurangi inflasi. Tetapi untuk dapat memenuhi fungsi ini pemungutan dan penggunaan pajak harus dilakukan secara efektif dan efisien. Hal ini sependapat dengan Pohan, 2021:90 untuk menjaga stabilisasi ekonomi pemerintah dapat menggunakan sarana perpajakan. Agar produksi dalam negeri dapat bersaing dengan produk luar, pemerintah membuat kebijakan dimana sebagian barang-barang impor dikenakan pajak. Untuk menjaga stabilitas nilai tukar rupiah dan menjaga agar defisit perdagangan tidak makin melebar.

d. Fungsi Retribusi Pendapatan

Pajak Daerah yang ada digunakan untuk membiayai semua kepentingan umum termasuk dalam membuka lapangan kerja baru yang diharapkan dapat menjadi pemerataan pendapatan agar kesenjangan ekonomi antara kaya dan miskin tidak terlalu menonjol. Dengan menggunakan fungsi ini pajak daerah dapat meningkatkan pemerataan di setiap daerah karena penyaluran pajak yang baik akan meningkatkan kualitas pembangunan di daerah tersebut.

1.1.4.3 Ciri-Ciri Pajak Daerah

Ciri- ciri pajak daerah yang membedakan dengan pajak pusat menurut Pohan, 2021:73 dalam buku Kebijakan & Administrasi Perpajakan Daerah di Indonesia, sebagai berikut :

- a. Pajak daerah bisa berasal dari pajak asli daerah atau pajak pusat yang diserahkan kepada daerah sebagai pajak daerah.
- b. Pajak daerah hanya dapat dipunggut sesuai dengan wilayah yang dikuasainya sesuai wilayah administrasi.
- c. Pajak daerah digunakan dalam membiayai pengeluaran untuk pembangunan serta pemerintahan daerah.
- d. Pajak daerah dipunggut berdasarkan Peraturan Daerah (Perda) dan peraturan perundang-undangan, sehingga dapat dipaksakan kepada subjek pajak yang ada pada wilayah administrasinya.

1.1.4.4 Jenis-jenis Pajak Daerah

Menurut UU RI No. 28 Tahun 2009, jenis-jenis pajak daerah anatara lain sebagai berikut :

- a. Pajak Provinsi :
 - 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
- b. Jenis Pajak Kabupaten/ Kota :
 - 1) Pajak Hotel
 - 2) Pajak Hiburan
 - 3) Pajak Reklame
 - 4) Pajak Penerangan Jalan
 - 5) Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan
 - 6) Pajak Parkir
 - 7) Pajak Air Tanah
 - 8) Pajak Sarang Burung Walet

9) Pajak Bumi dan Bangunan

10) Bea Perolehan Hak Atas Tanah dan Bangunan

1.1.5 Pajak Reklame

1.1.5.1 Pengertian Pajak Reklame

Menurut Halim et al., 2016:516 yang berdasarkan pada UU RI No. 28 Tahun 2009 tentang pajak daerah dan retribusi daerah, yang dimaksud dengan reklame adalah alat, benda, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial mengajurkan, memperkenalkan, mempromosikan, atau menarik perhatian umum terhadap jasa, barang, orang, atau badan yang dapat didengar, dibaca, dilihat, dirasakan, dan atau dinikmati oleh masyarakat umum.

Sedangkan menurut Siti (2020). Pajak reklame adalah pajak daerah yang dipungut dan diserahkan kepada pemerintah daerah untuk digunakan kepentingan daerah. Pajak reklame tersebut diambil dari objek pajak yang berupa reklame dan nilai sewa reklame berdasarkan pada besarnya biaya pemasangan reklame, besarnya biaya pemeliharaan reklame, lama pemasangan reklame, nilai strategis pemasangan reklame dan jenis reklame.

Pajak Reklame adalah pajak yang kewenangan memungutnya diberikan kepada kota/kabupaten. Hal ini diatur di dalam Pasal 43 samapi dengan Pasal 51 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009. Dalam undang-undang ini, tata cara pembayaran pajak, tempat pembayaran pajak, dan besarnya diatur oleh perda masing-masing daerah. Dari penjelasan tersebut jelas kedudukan pajak daerah ini sangat penting, sangat jelas, dan sah berdasarkan undang-undang (Taufik, 2011). Hal tersebut sesuai dengan pendapat Kogoya & Farid (2016) selaku produsen sebuah perusahaan akan memasarkan atau mempromosikan produknya dengan beberapa cara dan salah satunya melalui reklame, baik iklan melalui media cetak berupa majalah, surat kabar, selebaran (brosur), *billboard*, baliho, juga ada yang melalui media elektronik seperti radio, televisi atau melalui *light emitting diode* yang biasa disebut megatron *display* (videotron) yang merupakan kesatuan ukuran, bentuk, tulisan, gambar dan gerakan yang menggunakan media penampakan baik cat atau alat lainnya seperti lampu.

1.1.5.2 Dasar Hukum Pajak Reklame

Dasar hukum pemungutan pajak reklame pada suatu kabupaten atau kota menurut Anansyah (2020), sebagai berikut :

- a. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
- b. Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 yang merupakan perubahan atas Undang-Undang Nomor 18 tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
- c. Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 tentang Pajak Daerah.
- d. Peraturan Daerah Kota Batu Nomor 4 Tahun 2010 Tentang Pajak Reklame.
- e. Peraturan Daerah Kota Batu Nomor 7 Tahun 2019 Tentang Pajak Daerah.

1.1.5.3 Objek Pajak Reklame

Menurut Pohan, 2021:303 objek pajak reklame adalah penelenggaraan reklame yang meliputi reklame papan/ *billboard/ videotron/ megatron* dan sejenisnya; reklame kain, reklame melekat, stiker; reklame selebaran; reklame berjalan, termasuk pada kendaraan; reklame udara; reklame apung; reklame suara; reklame film/*slide* reklame peragaan. Hal ini berdasar pada (Peraturan Daerah Kota Batu Nomor 4 Tahun 2010, 2010) adalah:

- a. Reklame bertiang, yaitu reklame yang diselenggarakan secara permanen yang dimana konstruksi penyangga bidang reklamenya menggunakan besi atau logam yang tertanam kedalam tanah dengan kaki penyangga tunggal atau ganda.
- b. Reklame papan/*billboard*, yaitu reklame yang terbuat dari kayu, papan atau bahan lain yang sejenis digantungkan atau dipasang atau dibuat pada tembok, bangunan, dinding pagar, tiang dan sebagaimana yang disinari maupun bersinar.
- c. Reklame *videotron/megatron/large electronic display (LED)*, yaitu reklame yang menggunakan layar monitor yang berisi program reklame atau iklan reklame yang dapat terprogram, berubah-ubah, dan difungsikan dengan tenaga listrik.

- d. Reklame kain, adalah reklame yang memakai bahan dasar kain, termasuk plastik, kertas, karet atau bahan lain yang sejenis.
- e. Reklame melekat/sticker, yaitu reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara dipasang, disebar, digantungkan pada suatu benda atau alat dengan ketentuan luasnya 200 cm per lembar.
- f. Reklame selebaran, yaitu reklame yang bentuk lembaran lepas yang dilakukan dengan cara diberikan, disebar atau dapat diminta dengan ketentuan tidak dapat dipasang, ditempelkan, diletakkan, atau digantungkan pada suatu benda atau alat lain.
- g. Reklame berjalan termasuk yang terpasang pada kendaraan, yaitu reklame yang ditempelkan atau diletakkan pada kendaraan seperti di mobil yang diselenggarakan dengan menggunakan kendaraan.
- h. Reklame udara, yaitu reklame yang dilakukan atau diselenggarakan dengan menggunakan balon udara, gas, lampu laser, pesawat, atau alat lain yang sejenis.
- i. Reklame suara, yaitu reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kaset atau klise berupa kaca atau film, atau bahan-bahan lain yang sejenis untuk dipancarkan atau diproyeksikan pada layar atau benda lainnya yang ada dalam ruangan.
- j. Reklame peragaan yaitu reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan tanpa suara untuk memperkenalkan, mempromosikan suatu barang atau produk.

1.1.5.4 Subjek dan Wajib Pajak Reklame

Menurut buku Kebijakan & Administrasi Perpajakan Daerah di Indonesia, yang berdasar pada undang-undang nomor 1 tahun 2011 pasal 26, subjek pajak reklame adalah orang pribadi atau badan yang menggunakan reklame. Sedangkan wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau badan usaha yang menyelenggarakan reklame. Dan jika orang pribadi atau badan usaha menyelenggarakan reklame secara mandiri, maka wajib pajak reklame adalah orang atau badan tersebut. Dalam hal reklame yang diselenggarakan oleh pihak ketiga maka pihak ketiga tersebut menjadi wajib pajak reklame.

1.1.5.5 Bukan Objek Pajak Reklame

Berikut beberapa hal yang termasuk pengecualian sebagai objek pajak reklame menurut Pohan, 2021:303 :

- a. Penyelenggaraan reklame melalui warta harian, warta mingguan, warta bulanan, radio, televisi, internet, dan sejenisnya.
- b. Suatu lebel atau merk yang menempel pada suatu benda atau barang yang diperdagangkan agar membedakan dari produk lain yang sejenisnya.
- c. Nama pengenalan profesi atau usaha yang dipasang secara melekat pada bangunan tempat usaha atau tempat profesi sesuai dengan ketentuan peraturan yang mengatur nama nama tempat usaha dan profesi tersebut.
- d. Reklame yang diselenggarakan oleh pemerintah atau pemerintah daerah.
- e. Penyelenggaraan reklame lainnya yang ditetapkan sesuai dengan peraturan daerah, misalnya penyelenggaraan reklame yang diadakan khusus kegiatan pendidikan, sosial, keagamaan, dan politik tanpa sponsor (Siti, 2020).

1.1.5.6 Sistem Pemungutan Pajak Reklame

Berikut adalah sistem pemungutan pajak reklame yaitu :

a. Official Assesment System

Adalah sistem pemungutan pajak yang memberikan kewenangan kepada pemerintah (fiskus) untuk menentukan besarnya pajak terutang oleh wajib pajak.

b. Self Assessment System

Suatu sistem pemungutan pajak yang memberikan wewenang kepada wajib dalam menghitung serta menentukan sendiri besarnya pajak terutang.

c. With Holding System

Suatu sistem pemungutan pajak dimana pihak ketiga (bukan dari pihak fiskus dan bukan dari pihak wajib pajak) memiliki wewenang dalam menentukan besarnya pajak yang terutang oleh wajib pajak.

1.1.5.7 Pengenaan Pajak dan Tarif Pajak Reklame

Berdasarkan pasal 5 Perda Kota Batu No. 4 Tahun 2010, dasar pengenaan pajak adalah nilai sewa reklame. Dalam hal reklame yang diselenggarakan oleh pihak ketiga, nilai sewa reklame ditetapkan berdasarkan nilai kontrak. Dalam hal

reklame yang diselenggarakan sendiri, nilai sewa reklame dihitung dengan memperhatikan faktor bahan yang digunakan, jenis, waktu, lokasi penempatan, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah, dan ukuran media reklame. Hasil perhitungan nilai sewa reklame dinyatakan dalam table serta ditetapkan dengan keputusan kepala daerah. Sedangkan besarnya tarif pajak reklame ditetapkan sebesar 25% (dua puluh lima persen), tarif pajak reklame ditetapkan berdasarkan Peraturan Daerah (Perda).

1.1.6 *Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)*

Coronavirus disease 2019 (Covid-19) menjadi permasalahan serius pada Negara Indonesia, yang mana wabah ini penyebarannya begitu cepat. Sehingga semua orang harus meminimalisir kontak fisik dengan menjaga jarak dan menghindari kerumunan di tempat-tempat publik (Dewiyanti, 2021). Hal itu membuat masyarakat dipaksa untuk beradaptasi pada kebiasaan baru untuk menjaga diri dan mengurangi penyebaran Covid-19 dengan membiasakan gerakan 3M (Menggunakan masker, Mencuci tangan, dan Menjaga Jarak) (Larasati & Dewiyanti, 2021). Namun, dalam situasi dan kondisi sekarang ini dampak pandemi Covid-19 yang berasal dari Wuhan, yang berdampak sangat luar biasa pada sektor kesehatan, selain sektor kesehatan, sektor pada segi ekonomi, sosial, dan salah satunya juga berampak pada pendapatan daerah di setiap wilayah Indonesia (Pratama, 2021). Pemasukan dari pajak reklame sebagai pendorong dalam mengejar target Pendapatan Asli Daerah (PAD) khususnya saat pandemi seperti saat ini (Rohman et al., 2020).

Maka dari itu badan pendapatan daerah membuat suatu strategi dalam menangani permasalahan-permasalahan harus dibuat oleh badan terkait tersebut mengenai pajak reklame agar dapat mengoptimalkan penerimaan pendapatan melalui pajak reklame selama masa pandemi Covid-19. Dengan memahami permasalahan yang ada agar lebih bisa mengoptimalkan penerimaan pendapatan dari pajak reklame Pendapatan yang optimal diharapkan dapat memberikan dampak lebih terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Batu.

2.2 Penelitian terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Kesimpulan
Andika Yoga Prata ma Tahun 2021	Strategi Badan Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Dalam Peningkatan Pajak Reklame Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Surakarta Provinsi Jawa Tengah	mengetahui strategi dari Badan Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Surakarta dalam peningkatan pajak reklame, untuk mengetahui faktor penghambat dalam pelaksanaan pajak reklame, dan untuk mengetahui upaya dalam menghadapi faktor penghambat tersebut.	kualitatif deskriptif dengan pendekatan induktif	Strategi Badan Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Surakarta dalam peningkatan pajak reklame sudah cukup baik dan dinilai dapat mengatasi hambatan-hambatan dalam penyelenggaraan pajak reklame di Kota Surakarta dengan baik pula.
Dewi Citra Larasati	Strategi Pemerintah Daerah	untuk mendeskripsikan strategi BAPENDA Kota Malang dalam	Kualitatif	Pemerintah Daerah Kota Malang dalam hal ini BAPENDA Kota Malang memiliki tujuh

Domini ka Dewiya nti Tahun 2021	Dalam Meningkatk an Kesadaran Wajib Pajak Reklame di Masa Pandmi Covid-19	meningkatkan kesadaran wajib pajak reklame di masa pandemi covid-19.		strategi dalam meningkatkan kesadaran wajib pajak reklame
Ketron Kogoya , M. Farid Ma'ruf Tahun 2017	Strategi Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Dalam Meningkatk an Penerimaan Pajak Megatron di Kota Surabaya	DPPKAD Pemkot Surabaya sudah melakukan melakukan audit sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan sebelumnya, untuk kebocoran pendapatan dan hal – hal yang mengacu terhadap sanksi d disesuaikan dengan peraturan yang berlaku serta melakukan kerjasama dengan pihak swasta (Bank Jatim dalam pembayaran pajak Megatron)	Kualitatif deskriptif	peningkatan efisiensi administrasi pendapatan dapat dilihat bahwa sikap yang ditunjukkan oleh DPPKAD Pemkot Surabaya yakni telah melakukan kerjasama dengan pihak swasta, Bank Jatim dalam pembayaran pajak Megatron.
Siti Halima Tahun 2020	Optimalisas i Strategi Peningkatan Pemungutan Pajak Reklame	mengetahui optimalisasi strategi pemungutan pajak reklame melalui eksentifikasi dan intensifikasi.	Kualitatif deskriptif	menunjukkan bahwa optimalisasi strategi pemungutan pajak reklame dilakukan dengan upaya eksentifikasi yaitu dengan penciptaan sumber-sumber

	Pada Badan Pendapatan Daerah Kota Makassar			pendapatan baru dan berkerjasama di bidang investasi.
Artha Anan syah Hsb Tahun 2020	Strategi Pemungutan Penerimaan Pajak Reklame Dalam Rangka Meningkatk an Pendapatan Asli Daerah Kota Medan	mengetahui tingkat pertumbuhan serta kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah dengan mengukur efektifitas pajak reklame, dan menentukan strategi pemungutan pajak reklame guna meningkatkan Pendapatan Asli Daerah.	Kualitatif diskriptif	Kinerja pemungutan penerimaan pajak reklame tidak berhasil, hasil analisis rasio efektifitas menunjukkan bahwa pemungutan pajak reklame tidak berjalan dengan efektif. Disarankan Pemerintah Kota Medan untuk meningkatkan pengawasan, dan penertiban petunjuk teknis pemungutan pajak reklame serta peningkatan sumber daya manusia.

Penelitian ini terinspirasi oleh beberapa penelitian terdahulu, Penelitian dari Andika Yoga Pratama Tahun 2021 berjudul penelitian Strategi Badan Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Dalam Peningkatan Pajak Reklame Pada Masa Ppandemi Covid-19 di Kota Surakarta Provinsi Jawa Tengah, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui strategi dari Badan Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota dalam peningkatan pajak reklame, untuk mengetahui faktor penghambat dalam pelaksanaan pajak reklame, dan untuk mengetahui upaya dalam menghadapi faktor penghambat tersebut Dan peneliti sebelumnya. menarik kesimpulan dan penelitian tersebut bahwa Strategi Badan Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Surakarta dalam peningkatan pajak reklame sudah cukup baik dan dinilai dapat mengatasi hambatan-hambatan dalam penyelenggaraan pajak reklame di Kota Surakarta dengan baik pula.

Penulis melakukan penelitian yang terinspirasi juga dengan penelitian terdahulu oleh Artha Anan syah Hsb Tahun 2020 dengan judul penelitian Strategi Pemungutan Penerimaan Pajak Reklame Dalam Rangka Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Medan, dimana tujuan penelitian dilakukan untuk mengetahui tingkat pertumbuhan serta kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah dengan mengukur efektifitas pajak reklame, dan menentukan strategi pemungutan pajak reklame guna meningkatkan Pendapatan Asli Daerah. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif peneliti terdahulu menarik kesimpulan kinerja pemungutan penerimaan pajak reklame tidak berhasil, hasil analisis rasio efektifitas menunjukkan bahwa pemungutan pajak reklame tidak berjalan dengan efektif. Disarankan Pemerintah Kota Medan untuk meningkatkan pengawasan, dan penertiban petunjuk teknis pemungutan pajak reklame serta peningkatan sumber daya manusia.

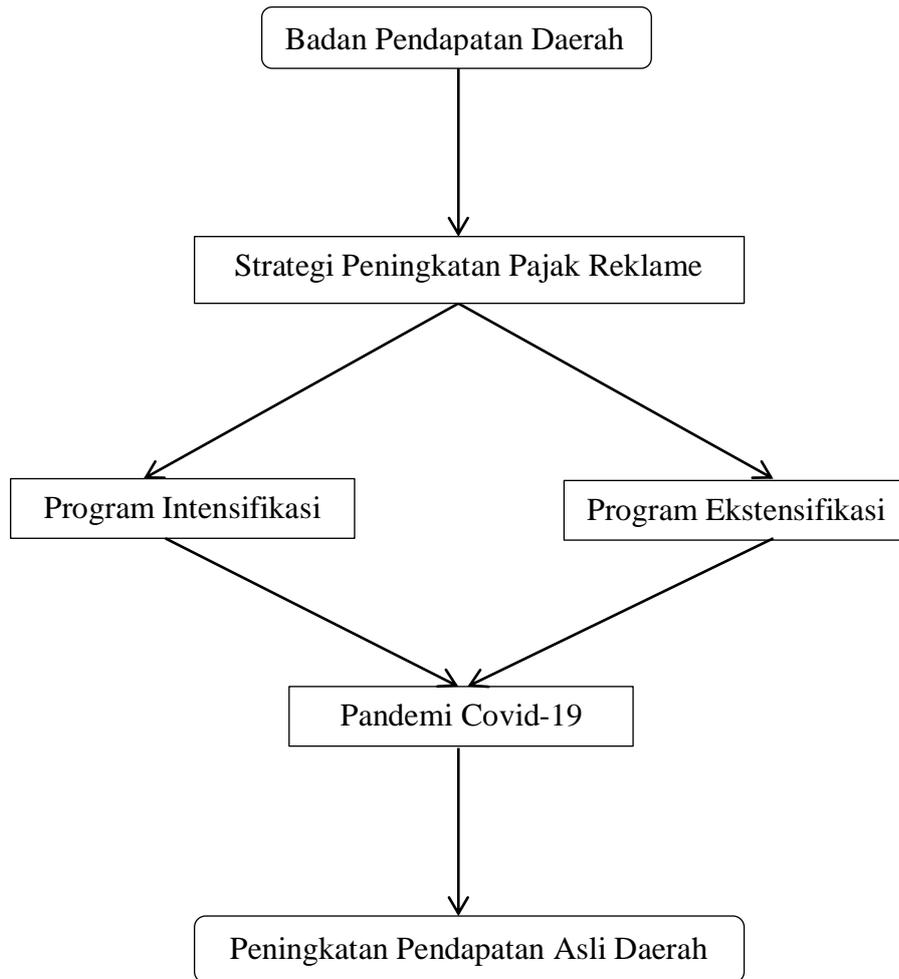
Penulis melakukan penelitian yang terinspirasi juga oleh penelitian terdahulu Dewi Citra Larasati & Dominika Dewiyanti Tahun 2021 dengan judul penelitian Strategi Pemerintah Daerah Dalam Meningkatkan Kesadaran Wajib Pajak Reklame di Masa Pandmi Covid-19 Dengan menggunakan metode kualitatif dengan bertujuan untuk mendeskripsikan strategi BAPENDA Kota

Malang dalam meningkatkan kesadaran wajib pajak reklame di masa pandemi covid-19. Peneliti terdahulu juga menarik kesimpulan atas penelitiannya dengan Pemerintah Daerah Kota Malang dalam hal ini BAPENDA Kota Malang memiliki tujuh strategi dalam meningkatkan kesadaran wajib pajak reklame.

Penulis melakukan penelitian yang berbeda dan belum dilakukan oleh penelitian terdahulu, dimana konteks penelitian yang dilakukan yaitu mengenai strategi dari Badan Pendapatan Daerah Kota Batu dalam peningkatan pajak reklame dengan menggunakan indikator yang berbeda dari penelitian sebelumnya yang menggunakan Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti saat semua data terkumpul yaitu menggunakan metode diskriptif analisis Menurut Siti, 2020 Metode diskriptif digunakan dengan tujuan membuat gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat yang berhubungan dengan fenomena yang diteliti.

2.3 Kerangka Konsptual

Kerangka Konseptual adalah suatu bentuk kerangka berfikir yang dapat digunakan untuk memecahkan suatu masalah dalam bentuk bagan yang terstruktur, biasanya kerangka konseptual menjelaskan hubungan antara variable dalam proses analisis. Berikut kerangka konseptual dalam penelitian ini :



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual