

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pajak dan Jenis Pajak

2.1.1 Pengertian Pajak

Dalam pengertian pajak terdapat berbagai ragam mengenai definisi pajak di kalangan sarjana ahli bidang perpajakan. Adapun definisi pajak menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007:

Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Definisi pajak menurut Waluyo (2008:2) adalah:

Pajak adalah iuran pada negara (yang dapat dipaksakan) yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan dengan tidak mendapat prestasi kembali, yang langsung dapat ditunjukkan, dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum berhubungan dengan tugas pemerintahan.

Menurut Mardiasmo (2006:1), pajak adalah “iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) yang langsung dapat ditujukan dana yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum“. Sedangkan menurut Siti Resmi (2011:1) pajak adalah “peralihan kekayaan dari pihak rakyat kepada kas negara untuk membiayai pengeluaran rutin”*surplus*”-nya digunakan untuk *public saving* yang merupakan sumber utama untuk membiayai *public investment*.

2.1.2 Jenis Pajak

Terdapat berbagai jenis pajak yang dapat dikelompokkan menjadi tiga, menurut Siti Resmi (2011:7), yaitu:

a. Menurut golongan

Pajak dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

1. Pajak langsung: pajak yang harus dipikul atau ditanggung sendiri oleh wajib pajak dan tidak dapat dilimpahkan atau dibebankan kepada orang lain atau pihak lain. Pajak harus menjadi beban wajib pajak yang bersangkutan.
2. Pajak tidak langsung: pajak yang pada akhirnya dapat dibebankan atau dilimpahkan kepada orang lain atau pihak

ketiga. Pajak tidak langsung terjadi jika suatu kegiatan, peristiwa, atau perbuatan yang menyebabkan terutangnnya pajak, misalnya terjadi penyerahan barang atau jasa.

b. Menurut sifat

Pajak dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

1. Pajak subjektif: pajak yang pengenaannya memerhatikan keadaan pribadi wajib pajak atau pengenaan pajak yang memerhatikan keadaan subjeknya.
2. Pajak objektif: pajak yang pengenaannya memerhatikan objeknya baik berupa benda, keadaan, perbuatan, atau peristiwa yang mengakibatkan timbulnya kewajiban membayar pajak, tanpa memerhatikan keadaan pribadi subjek pajak (wajib pajak) maupun tempat tinggal.

c. Menurut Lembaga Pemungut

Pajak dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

1. Pajak Negara (pajak pusat): pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat dan digunakan untuk membiayai rumah tangga negara pada umumnya.
2. Pajak Daerah: pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah baik daerah tingkat I (pajak provinsi) maupun daerah tingkat II (pajak kabupaten/kota) dan digunakan untuk membiayai rumah tangga daerah masing-masing.

2.1.3 Fungsi Pemungutan Pajak

Dari ciri-ciri yang melekat pada definisi pajak dari berbagai definisi di atas, terlihat ada dua fungsi pemungutan pajak menurut Siti Resmi (2011:3) yaitu:

1. Fungsi *Budgetair*

Yaitu fungsi pajak sebagai sumber penerimaan pemerintah untuk membiayai pengeluaran baik rutin maupun pembangunan. Sebagai sumber keuangan negara, pemerintah berupaya memasukkan uang sebanyak-banyaknya untuk kas negara. Upaya tersebut ditempuh dengan cara ekstensifikasi maupun intensifikasi pemungutan pajak melalui penyempurnaan peraturan berbagai jenis pajak seperti pajak penghasilan (PPh) Pajak pertambahan nilai (PPN) dan pajak penjualan atas barang mewah (PPnBm), pajak bumi dan bangunan (PBB), dan lain-lain.

2. Fungsi *Regulated*

Yaitu fungsi pajak sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan pemerintah di bidang sosial dan ekonomi, serta mencapai tujuan-tujuan tertentu diluar bidang keuangan.

2.1.4 Syarat Pemungutan Pajak

1. Syarat Keadilan, yaitu pemungutan pajak harus adil;
2. Syarat Yuridis, yaitu pemungutan pajak harus berdasarkan Undang-Undang;
3. Syarat Ekonomis, yaitu di dalam suatu pemungutan pajak tidak mengganggu perekonomian;
4. Syarat *Financial*, yaitu pemungutan pajak harus efisien.

2.1.5 Sistem Pemungutan Pajak

Sistem pemungutan pajak di Indonesia menggunakan tiga sistem pemungutan pajak menurut Siti Resmi (2011:11), ketiga sistem pemungutan pajak tersebut yaitu:

1. *Self Assesment System*

Self Assesment System adalah sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang wajib pajak dalam menentukan sendiri pajak yang terutang setiap tahunnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku. Dalam sistem ini, inisiatif serta kegiatan menghitung dan memungut pajak sepenuhnya berada ditangan wajib pajak. Wajib pajak dianggap mampu menghitung pajak, mampu memahami undang-undang perpajakan yang sedang berlaku, dan mempunyai kejujuran yang tinggi, serta menyadari akan arti pentingnya membayar pajak. Oleh karena itu, Wajib Pajak diberi kepercayaan untuk:

- 1) Menghitung sendiri pajak yang terutang;
- 2) Memperhitungkan sendiri pajak yang terutang;
- 3) Membayar jumlah pajak yang terutang;
- 4) Melaporkan jumlah pajak yang terutang; dan
- 5) Memperanggug jawabkan pajak yang terutang.

Dengan demikian berhasil atau tidaknya pelaksanaan pemungutan pajak banyak tergantung pada wajib pajak sendiri (peranan dominan pada wajib pajak).

2. *Official Assesment System*

Official Assesment System adalah sistem pemungutan pajak yang memberi kewenangan aparatur perpajakan untuk menentukan sendiri jumlah pajak yang terutang setiap tahunnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku. Dalam sistem ini, inisiatif serta kegiatan menghitung dan memungut pajak sepenuhnya berada ditangan para aparatur perpajakan. Dengan demikian, berhasil atau tidaknya pelaksanaan pemungutan pajak banyak tergantung pada aparatur perpajakan.

3. *With Holding System*

With holding System adalah sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pihak ketiga yang ditunjuk untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh wajib pajak sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku. Penunjukkan pihak ketiga ini dilakukan sesuai peraturan perundang-undangan perpajakan, keputusan presiden, dan peraturan lainnya untuk memotong dan memungut pajak, menyetor dan mempertanggungjawabkan melalui sarana perpajakan yang tersedia. Berhasil atau tidaknya pelaksanaan pemungutan pajak banyak tergantung pada pihak ketiga yang ditunjuk.

2.2 Tarif pajak

Menurut mardiasmo (2009:13-14) tariff jenis pajak sebagaimana disebutkan diatas ditetapkan paling tinggi sebesar

1. pajak kendaraan bermotor dan kendaraan diatas air sebesar 5% (lima persen)
2. Bea balik nama kendaraan bermotor dan kendaraan diatas air sebesar 10%(sepuluh persen)
3. Pajak bahan bakar kendaraan bermotor sebesar 5% (lima persen)
4. Pajak pengambilan dan pemanfaatan air bawah tanah dan air permukaan sebesar 20%(dua puluh persen)
5. Pajak hotel sebesar 10%(sepuluh persen)
6. Pajak restoran sebesar 10% (sepuluh persen)
7. Pajak hiburan sebesar 35% (tiga puluh lima persen)
8. Pajak reklame sebesar 25% (dua puluh lima persen)
9. Pajak penerangan jalan sebesar 10% (sepuluh persen)
10. Pajak pengambilan bahan galian golongan c sebesar 20% (dua puluh persen)
11. Pajak parker sebesar 20% (dua puluh persen)

- tarif pajak sebagaimana dimasuk pada angka 1 sampai dengan 4 ditetapkan seragam diseluruh Indonesia dan diatur dengan peraturan pemerintah

- tarif pajak sebagaimana dimasuk sebagai angka 5 sampai dengan 11 ditetapkan dengan peraturan daerah.

2.3 Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Secara garis besar pengertian Pendapatan Asli Daerah (PAD) yaitu hasil yang diperoleh dari pemerintahan pusat yang dapat diukur dengan uang karena wewenangnya yang diberikan kepada masyarakat yang berupa hasil pajak daaerah dan retribusi daerah, hasil perusahaan milik Negara dan pengelolaan kekayaan daerah serta pendapatan daerah lain-lain yang sah. Semakin tinggi penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan tolak ukur kemampuan suatu daerah dalam mengatur penerimaan dana dari masyarakat untuk kegiatan pembangunan daerah.

Sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Pemerintah Daerah supaya dapat mengurus rumah tangganya sendiri dengan sebaik-baiknya, maka perlu diberikan sumber-sumber pembiayaan yang

cukup tetapi mengingat bahwa tidak semua sumber pembiayaan dapat diberikan kepada daerah maka daerah diwajibkan untuk menggali segala sumber-sumber keuangannya sendiri berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 pasal 157 tentang Pemerintah Daerah, menyebutkan sumber-sumber Pendapatan Asli Daerah adalah meliputi:

1. Hasil Pajak Daerah

Hasil Pajak Daerah yaitu pungutan daerah menurut peraturan yang ditetapkan oleh daerah untuk pembiayaan rumah tangganya sebagai badan hukum publik.

2. Hasil Retribusi Daerah

Hasil retribusi daerah yaitu pungutan yang ditela secara sah menjadi pungutan daerah sebagai pembayaran pemakaian atau karna memperoleh jasa pekerjaan, usaha atau milik pemerintahan daerah yang bersangkutan.

Objek retribusi daerah ada 3, yaitu:

- a. Jasa umum
- b. Jasa usaha
- c. Perizinan usaha

3. Hasil Pengelolaan Kekayaan Daerah Yang Dipisahkan

Hasil perusahaan milik daerah merupakan pendapatan asli daerah dari keuntungan bersih perusahaan daerah yang berupa dana pembangunan daerah yang berupa dan bagian untuk anggaran belanja daerah yang disetor ke kas daerah, baik perusahaan daerah yang dipisahkan, sesuai dengan motif pendirian dan pengelolaan, maka sifat perusahaan daerah adalah suatu kesatuan produksi yang bersifat menambah pendapatan daerah, memberikan jasa, menyelenggarakan kemanfaatan umum, dan memperkembangkan perekonomian daerah.

Besarnya retribusi daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang menggunakan jasa atau perizinan tertentu dihitung dengan cara mengalikan tariff retribusi dengan tingkat pengguna jasa. Dengan demikian, besarnya retribusi yang terutang dihitung berdasarkan tariff retribusi dan tingkat pengguna jasa.

Hasil perusahaan milik daerah merupakan pendapatan asli daerah dari keuntungan bersih perusahaan daerah yang berupa dana pembangunan daerah yang berupa dan bagian untuk anggaran belanja daerah yang disetor ke kas

daerah, baik perusahaan daerah yang dipisahkan, sesuai dengan motif pendirian dan pengelolaan, maka sifat perusahaan daerah adalah suatu kesatuan produksi yang bersifat menambah pendapatan daerah, memberikan jasa, menyelenggarakan kemanfaatan umum, dan memperkembangkan perekonomian daerah.

Besarnya retribusi daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang menggunakan jasa atau perizinan tertentu dihitung dengan cara mengalikan tariff retribusi dengan tingkat pengguna jasa. Dengan demikian, besarnya retribusi yang terutang dihitung berdasarkan tariff retribusi dan tingkat pengguna jasa.

A. Tingkat penggunaan jasa penyelenggaraan jasa yang bersangkutan. Misalnya, beberapa kali masuk tempat rekreasi, beberapa kali/beberapa jam parkir kendaraan, dan sebagainya. Akan tetapi, ada pula penggunaan jasa yang tidak dapat dengan mudah diukur. Dalam hal tingkat penggunaan jasa mungkin perlu ditaksir berdasarkan rumus tertentu yang didasarkan atas luas tanah, luas lantai bangunan, jumlah tingkat bangunan, dan rancangan pengguna bangunan. Dalam hal tingkat penggunaan jasa mungkin perlu ditaksir berdasarkan rumus tertentu yang didasarkan atas luas tanah, luas lantai bangunan, jumlah tingkat bangunan, dan rancangan pengguna bangunan.

B. Tarif retribusi daerah

Tarif retribusi daerah adalah nilai rupiah atau presentase tertentu yang ditetapkan untuk menghitung besarnya retribusi daerah yang terutang. Tariff dapat ditentukan seragam atau dapat diadakan perbedaan mengenai golongan tariff sesuai dengan sasaran dan tariff tertentu, misalnya perbedaan retribusi tempat rekreasi antara anak dan dewasa.. tariff retribusi ditinjau kembali secara berkala dengan memperhatikan prinsip dan sasaran penetapan tariff retribusi, hal ini dimaksudkan untuk mengantisipasi perkembangan perekonomian daerah berkaitan dengan objek retribusi yang bersangkutan. Dalam peraturan perundang pemerintah Nomor 66 tahun 2001 ditetapkan bahwa tariff retribusi ditinjau kembali paling lama lima tahun sekali. hal ini dimaksudkan untuk mengantisipasi perkembangan perekonomian daerah berkaitan dengan objek retribusi yang bersangkutan. Dalam peraturan perundang

pemerintah Nomor 66 tahun 2001 ditetapkan bahwa tariff retribusi ditinjau kembali paling lama lima tahun sekali.

- Cara perhitungan retribusi

Besarnya retribusi daerah yang harus dibayar oleh orang pribadi atau badan yang menggunakan jasa yang bersangkutan dihitung dari perkalian antara tarif dan tingkat penggunaannya jasa dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Retribusi Terutang} = \text{Tarif Retribusi} \times \text{Tingkat Pengguna Jasa}$$

4. Lain-Lain PAD Yang Sah

Lain-lain pendapatan daerah yang sah adalah pendapatan-pendapatan yang tidak termasuk dalam jenis-jenis pajak daerah, retribusi daerah. Pendapatan dinas-dinas, dimana pendapatan tersebut meliputi:

- A. hasil penjualan kekayaan daerah yang tidak dipisahkan
- B. jasa giro
- C. pendapatan bunga
- D. keuntungan selisih nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing
- E. komisi, potongan, ataupun bentuk lain sebagai akibat dari penjualan dan/jasa oleh daerah

5 Lain-Lain Pendapatan Daerah Yang Sah

Lain-lain pendapatan daerah yang sah adalah pendapatan daerah dari sumber lain misalnya sumbangan pihak ketiga kepada daerah yang dilaksanakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Penjelasan di atas memperlihatkan bahwa PAD merupakan bagian dari pendapatan daerah yang salah satunya bersumber dari pajak. Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Penyelenggaraan reklame adalah orang atau badan yang menyelenggarakan reklame, baik untuk dan atas namanya sendiri atau untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya. Pajak sebagai alat kebijakan fiskal yang digunakan terus menerus oleh negara.

Pajak Reklame adalah pajak daerah yang penerimaannya diserahkan dan digunakan untuk kepentingan pemerintah daerah. Pajak reklame tersebut dikenakan terhadap objek pajak yaitu berupa reklame dan nilai sewa reklame dan

didasarkan pada besarnya biaya pemasangan reklame, besarnya biaya pemeliharaan reklame, lama pemasangan reklame, nilai strategis pemasangan reklame dan jenis reklame. Pajak reklame adalah pajak daerah, sebagaimana dimaksud dalam UU No 18 Tahun 1997 yang diperbaharui dengan UU No 34 tahun 2000.

Pembaharuan Undang-undang didasarkan pada dasar hukum yang jelas dan kuat sehingga harus dipatuhi oleh masyarakat dan pihak lain yang terkait, (Marihot P. Siahaan, 2005) dan juga untuk memberikan peluang kepada daerah Kabupaten/Kota untuk memungut pajak jenis pajak daerah lain yang dipandang memenuhi syarat dan potensial di daerah. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan keleluasaan kepada daerah Kabupaten/Kota dalam mengantisipasi kondisi serta perkembangan perekonomian daerah pada masa mendatang yang mengakibatkan perkembangan potensi pajak dengan tetap memperhatikan kesederhanaan jenis pajak dan aspirasi masyarakat serta memenuhi kriteria yang ditetapkan (Marihot P. Siahaan, 2005). Pajak reklame adalah pajak daerah, sebagaimana dimaksud dalam UU No 18 Tahun 1997 yang diperbaharui dengan UU No 34 tahun 2000. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan keleluasaan kepada daerah Kabupaten/Kota dalam mengantisipasi kondisi serta perkembangan perekonomian daerah pada masa mendatang yang mengakibatkan perkembangan potensi pajak dengan tetap memperhatikan kesederhanaan jenis pajak dan aspirasi masyarakat serta memenuhi kriteria yang ditetapkan (Marihot P. Siahaan, 2005).

2.4 Pajak daerah

Dasar hukum pemungutan pajak daerah dan retribusi daerah adalah undang-undang No. 18 Tahun 1997 tentang pajak daerah dan retribusi daerah sebagaimana telah diubah terakhir untuk undang-undang No. 28 tahun 2009. yang dimaksud dengan pajak daerah yang selanjutnya disebut 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.

Menurut UU No 28 Tahun 2009, pajak yang dikelola daerah ada 2 jenis:

1. Pajak provinsi, terdiri dari:
 - a. Pajak kendaraan bermotor
 - b. Pajak bea balik nama kendaraan bermotor
 - c. Pajak bahan bakar kendaraan bermotor, dan
 - d. Pajak air permukaan
 - e. Pajak rokok.
2. Pajak kabupaten atau kota, terdiri dari:
 - a. Pajak hotel
 - b. Pajak restoran
 - c. Pajak hiburan
 - d. Pajak reklame
 - e. penerangan jalan
 - f. Pajak mineral bukan logam dan batuan
 - g. Pajak parkir
 - h. Pajak air tanah
 - i. Pajak sarang burung walis
 - j. Pajak bumi dan bangunan perdesaan dan perkotaan
 - k. Bea perolehan hak atas tanah dan bangunan

Undang-Undang 29 No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah, bahwa penyelenggaraan Pemerintah Daerah harus dilaksanakan berdasarkan atas 5 prinsip yaitu :

1. Pelaksanaan pemberian otonomi kepada daerah harus menunjang aspirasi perjuangan rakyat, yakni memperkuat Negara Kesatuan dan mempertinggi tingkat kesejahteraan rakyat Indonesia seluruhnya.
2. Pemberian otonomi kepada daerah harus merupakan otonomi yang nyata dan bertanggung jawab.
3. Azas Desentralisasi dilaksanakan bersama-sama dengan Azas Dekonsentrasi, dengan memberikan kemungkinan bagi pelaksanaan azas tugas pembantuan (medebewid).
4. Pemberian otonomi kepada daerah mengutamakan aspek keserasian dengan tujuan di samping aspek pendemokrasian.

5. Tujuan pemberian otonomi kepada daerah adalah untuk meningkatkan daya guna dan hasil guna penyelenggaraan pemerintah di daerah, terutama dalam pelaksanaan pembangunan dan pelayanan terhadap masyarakat serta untuk meningkatkan pembinaan kestabilan politik dan kesatuan bangsa.

Tolak Ukur Untuk Menilai Potensi Pajak Daerah

Menurut Davey (2011), terdapat empat kriteria untuk menilai potensi pajak daerah yaitu:

1. Kecukupan dan Elastisitas

kemampuan untuk menghasilkan tambahan pendapatan agar dapat menutup tuntutan yang sama atas kenaikan pengeluaran pemerintah dan dasar pengenaan pajaknya berkembang secara otomatis. Contoh: karena terjadi inflasi maka akan terjadi kenaikan harga–harga juga ada peningkatan jumlah penduduk dan bertambahnya pendapatan suatu daerah. Dalam hal ini elastisitas mempunyai dua dimensi yaitu:

- a. Pertumbuhan potensi dari dasar pengenaan pajak itu sendiri.
- b. Sebagai kemudahan untuk memungut pertumbuhan pajak tersebut.

Elastisitas dapat diukur dengan membandingkan hasil penerimaan selama beberapa tahun dengan perubahan–perubahan dalam indeks harga, penduduk maupun pendapatan nasional perkapita (GNP).

2. Keadilan

Prinsip keadilan yang dimaksud disini adalah bahwa beban pengeluaran pemerintah haruslah dipikul oleh semua golongan masyarakat sesuai dengan kekayaan dan kesanggupan masing–masing golongan.

3. Kemampuan administrasi

Kemampuan administrasi yang dimaksud disini mengandung pengertian bahwa waktu yang diberikan dan biaya yang dikeluarkan dalam menetapkan dan memungut pajak sebanding dengan hasil yang mampu dicapai.

4. Kesepakatan Politis

Kesepakatan politis diperlukan dalam pengenaan pajak, penetapan struktur tarif, memutuskan siapa yang harus dibayar dan bagaimana pajak tersebut ditetapkan dan memberikan sanksi bagi yang melanggarnya.

Asas-Asas Pemungutan Pajak Daerah di dalam melakukan pemungutan pajak baik yang dikelola oleh pemerintah pusat maupun pemerintah daerah selalu berpedoman pada asas-asas pemungutan pajak (Mardiasmo, 2003) yaitu :

A. Asas Kebangsaan

Bahwa pajak pendapatan dipungut terhadap orang-orang bertempat tinggal di Indonesia.

B. Asas Tempat Tinggal

Pajak pendapatan dipungut bagi orang-orang yang bertempat tinggal di Indonesia di tentukan menurut keadaan.

C. Asas Sumber Penghasilan

Jika sumber penghasilan berada di Indonesia dengan tidak memperhatikan subyek tempat tinggal. Disamping asas-asas berpedoman kepada hal tersebut diatas, ada asas-asas pemungutan pajak yang dilandasi oleh falsafah hukum. Ada beberapa teori pajak yang dilancarkan dari jaman kejaman yaitu:

1. Asas Sumber Penghasilan

Negara mempunyai fungsi melindungi rakyat dengan segala kepentingannya seperti keselamatan jiwa dan harta. Untuk kepentingan tugas-tugas negara itu seperti halnya dengan perusahaan asuransi, maka rakyat harus membayar premi yang berupa pajak.

2. Teori Kepentingan

Teori ini memperhatikan memungut pembagian beban penduduk seluruhnya supaya adil. Akan tetap karena teori ini mambenarkan adanya hak pemerintah untuk memungut pajak dari rakyat dapat pula digolongkan dalam teori yang memperkuat beban pajak didasarkan atas kepentingan masing-masing orang dalam tugas pemerintah termasuk dalam perlindungan jiwa orang-orang beserta harta bendanya. Teori ini memperhatikan memungut pembagian beban penduduk seluruhnya supaya adil.

3. Teori Bukti

Menurut teori ini seseorang tidak dapat berdiri artinya tanpa adanya persekutuan dimana persekutuan ini menjelma menjadi negara. Bahkan tiap-tiap individu menyadari tugas sosial sebagai tanda bukti kebaktian kepada negara

dalam bentuk iuran atau pajak. Teori gaya pikul pemungutan pajak didasarkan pada gaya pikul individu dalam masyarakat yaitu dalam tekanan pajak tidak harus sama besarnya untuk tiap orang, jadi beban pajak harus sesuai dengan pemikul beban. Ukuran kemampuan pikul antara lain penghasilan, kekayaan, dan pengeluaran belanja seseorang. Menurut teori ini seseorang tidak dapat berdiri artinya tanpa adanya persekutuan dimana persekutuan ini menjelma menjadi negara. Bahkan tiap-tiap individu menyadari tugas sosial sebagai tanda bukti kebaktian kepada negara dalam bentuk iuran atau pajak. Ukuran kemampuan pikul antara lain penghasilan, kekayaan, dan pengeluaran belanja seseorang.

2.5 Pajak reklame

Menurut undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 tahun 2009 tentang pajak daerah dan retribusi daerah dan peraturan walikota Palembang Nomor 70 Tahun 2010 tentang perhitungan nilai sewa reklame, yang di maksud pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Dan yang dimaksud reklame adalah benda, alat perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, utang atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan dan/atau dinikmati oleh umum. dasar hukum pajak reklame adalah nilai sewa reklame.

2.5.1 Wajib Pajak Reklame

Wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame. Dalam hal reklame diselenggarakan oleh orang pribadi atau badan, wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau badan tersebut. Dalam hal reklame diselenggarakan melalui pihak ketiga, pihak ketiga tersebut yang menjadi wajib pajak reklame.

Kriteria untuk menilai pemungutan pajak reklame Dalam pemungutan pelaksanaan pajak harus memperhatikan sejumlah kriteria sebagaimana dikemukakan oleh Davey (1988), sehingga merupakan kriteria untuk menilai pemungutan pajak reklame, sebagai berikut:

a. Kecukupan dan Elastisitas

Davey menyatakan bahwa persyaratan dan yang paling jelas untuk suatu sumber pendapatan – sumber tersebut harus menghasilkan pendapatan yang besar dalam kaitannya dengan seluruh atau sebagian biaya pelayanan yang akan dikeluarkan. Namun biaya yang dikeluarkan untuk pelayanan tidaklah statis, dapat meningkat. Peningkatan biaya terjadi karena berbagai faktor diantaranya ialah:

- faktor inflasi

Inflasi dapat mendorong kenaikan biaya dan seringkali tidak proporsional kenaikannya jika pelayanan pemerintah daerah bersifat padat karya sedangkan tingkat upah di sektor pemerintah meningkat melebihi kenaikan tingkat inflasi.

- pertumbuhan penduduk

Pada kota-kota besar adanya penambahan penduduk akan membuat permintaan atas pelayanan menjadi bertambah.

- pertumbuhan kota

Pertumbuhan kota akan menuntut adanya peningkatan pelayanan misalnya adanya kepadatan lalu lintas di jalan, yang menuntut pemerintah daerah untuk membuatkan jalan yang lebih besar.

- peningkatan pendapatan yang dihubungkan dengan dengan pertumbuhan ekonomi nasional menyebabkan permintaan pelayanan yang berkualitas tinggi

2.5.2 Sistem pemungutan pajak reklame

Official assessment yaitu sistem dimana besaran pajak terutang ditentukan oleh pemerintah. Hubungan antara jumlah penduduk dan pajak reklame. Penduduk adalah sejumlah orang yang ditinggal secara menetap pada suatu daerah dalam jangka waktu yang lama. Berdasarkan pada teori konsumsi rumah tangga, konsumsi akan meningkat apabila jumlah penduduk meningkat. Bertambahnya jumlah konsumsi akan meningkatkan permintaan barang dan jasa sehingga akan membuat industri tertarik untuk memperluas industri mereka kedaerah tersebut. jumlah industri berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame variable dependen dalam penelitian ini adalah penerimaan pajak reklame

sedangkan independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah jumlah penduduk dan jumlah industri.

Pemungutan pajak reklame tidak dapat diborongkan. Artinya, seluruh proses kegiatan pemungutan pajak reklame tidak dapat diserahkan kepada pihak ketiga. Walaupun demikian, dimungkinkan adanya kerja sama dengan pihak ketiga dalam proses pemungutan pajak, antara lain :

- A. pencetakan formulir perpajakan.
- B. Pengiriman surat-surat kepada wajib pajak.
- C. Penghimpunan data objek dan subjek pajak.

Kegiatan yang tidak dapat dikerjasamakan dengan pihak ketiga adalah kegiatan penghitungan besarnya pajak yang terutang, pengawasan penyetoran pajak, dan penagihan pajak.

2.5.3 Dasar Hukum Pemungutan Pajak Reklame

Pemungutan pajak reklame di Indonesia saat ini didasarkan pada dasar hukum yang dijelas dan kuat sehingga harus dipatuhi oleh masyarakat dan pihak terkait. Dasar hukum pemungutan pajak reklame pada suatu kabupaten atau kota adalah sebagai berikut :

1. Undang-undang Nomor 34 Tahun 2000 yang merupakan perubahan atas Undang-Undang Nomor 18 tahun 1997 tentang pajak daerah dan Retribusi Daerah.
2. Peraturan pemerintahan Nomor 65 Tahun 2001 tentang pajak Daerah
3. Peraturan daerah kabupaten/kota yang mengatur tentang pajak reklame
4. Keputusan bupati/walikota yang mengatur tentang pajak reklame sebagai aturan pelaksanaan peraturan daerah tentang pajak reklame pada kabupaten/kota.

2.5.4 Subjek dan objek pajak reklame

Berdasarkan peraturan walikota Palembang Nomor 70 tahun 2010 tentang perhitungan nilai sewa reklame adalah orang pribadi atau badan hukum yang menyelenggarakan atau memesan reklame. Sedangkan objek pajak reklame adalah semua penyelenggaraan reklame, yang meliputi: reklame papan/*billboard/vidiotron/megatron* dan sejenisnya; reklame kain; reklame melekat, stiker; reklame selebaran; reklame berjalan; termaksud kepada kendaraan; reklame udara; reklame apung; reklame suara; reklame film/slide; dan reklame peragaan dan menurut penyelenggaraannya.

Beberapa pengecualian yang tidak termasuk sebagai objek pajak reklame yaitu:

- A. Penyelenggara Reklame melalui internet, televise, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan, dan sejenisnya.
- B. Label atau merek produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan, yang berfungsi untuk membedakan dari produk sejenis lainnya.
- C. Nama Pengenal usaha atau profesi yang dipasang melekat pada bangunan tempat usaha atau profesi diselenggarakan sesuai ketentuan yang mengatur nama pengenal atau profesi tersebut.
- D. Reklame yang diselenggarakan oleh pemerintahan pusat atau pemerintahan daerah.
- E. Penyelenggaraan reklame lainnya yang ditetapkan dengan peraturan daerah, misalnya penyelenggaraan yang diadakan khusus untuk kegiatan social, pendidikan, keagamaan, dan politik tanpa sponsor.

2.6 Dasar pengenaan, tarif, dan cara perhitungan pajak reklame

Menurut peraturan walikota Palembang Nomor 70 tahun tentang perhitungan nilai sewa reklame, dasar pengenaan pajak reklame adalah sebesar nilai sewa reklame, yang dihitung berdasarkan penjumlahan nilai jual objek pajak reklame yang meliputi, nilai perolehan harga/biaya pembuatan reklame, biaya pemasangan reklame dan biaya pemeliharaan reklame terdapat nilai strategis penyelenggaraan reklame yang meliputi guna lahan ukuran reklame, sudut pandang, kelas jalan dan harga titik/lokasi pemasangan reklame. Tarif pajak

reklame, tariff pajak reklame ditetapkan sebesar 25% dari nilai sewa reklame. Berdasarkan peraturan Nomor 70 tahun 2010 tentang perhitungan nilai sewa reklame, adapun rumus nilai sewa reklame (NSR) adalah dengan menjumlahkan NJOR (Nilai jual objek reklame) yaitu seluruh pembayaran pengeluaran biaya-biaya oleh pemilik dan/atau penyelenggara reklame dengan NSPR (Nilai strategi pemasangan reklame) yaitu ukuran nilai yang ditetapkan atau titik lokasi pemasangan reklame.

NSR dihitung berdasarkan :

- A. Besarnya biaya pemasangan reklame.
- B. Besarnya biaya pemeliharaan reklame.
- c. Lama pemasangan reklame.
- d. Nilai strategis lokasi
- e. Jenis reklame.

Adapun perhitungan besarnya pajak reklame yang terutang yaitu dengan cara mengalihkan tariff pajak reklame dengan dasar pengenaan pajak reklame yang dirumuskan sebagai berikut :

Pajak reklame = tariff pajak reklame x dasar pengenaan pajak

Pajak reklame = 25% x (NJOR + NSPR)

$\text{Nilai sewa reklame} = \text{Nilai jual objek Reklame (NJOR)} + \text{Nilai Strategis Pemasangan Reklame (NSPR)}$

Nilai jual objek reklame (NJOR) adalah keseluruhan pembayaran/pengeluaran yang dikeluarkan oleh pemilik dan atau penyelenggara reklame, termasuk dalam hal ini adalah biaya/harga beli bahan reklame, kontruksi, instalasi listrik, pembayaran/ongkos perakitan, pemacaran, peragaan, penayangan, pengecetan, pemasangan dan transportasi pengangkutan, dan lain sebagainya sampai dengan bangunan reklame selesai dipancarkan, diperagakan, ditayangkan dan atau terpasang ditempat yang telah diizinkan.

Perhitungan NJOR didasarkan pada besarnya komponen biaya penyelenggaraan reklame, yang meliputi indikator :

- A. Biaya pembuatan/konstruksi

- B. Biaya pemeliharaan
- C. Lama pemasangan
- D. Jenis reklame
- E. Luas bidang reklame
- F. Ketinggian reklame

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

Perhitungan nilai strategis pemasangan reklame didasarkan pada besarnya ukuran reklame, dengan indikator :

Nilai fungsi ruang (NFR) lokasi pemasangan.

Nilai fungsi jalan (NFJ)

Nilai sudut pandang (NSP).

Besarnya NSPR Dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{NSPR} &= (\text{NFR} + \text{NSP} + \text{NFJ}) \times \text{Harga Dasar Nilai Strategis.} \\ \text{NSPR} &= [\{\text{Fungsi ruang} (= \text{Bobot} \times \text{Skor})\} + \{\text{Fungsi Jalan} (= \text{Bobot} \times \text{Skor})\} + \{\text{Sudut pandang} (= \text{Bobot} \times \text{Skor})\}] \times \text{Harga Dasar Strategis.} \end{aligned}$$

Nilai Jual Objek Pajak Reklame (NJOPR). NJOPR adalah keseluruhan pembayaran/pengeluaran yang dikeluarkan oleh pemilik dan atau penyelenggaraan reklame, konstruksi, instalasi listrik, pembayaran/ongkos perakitan pemancaran, peragaan, penayangan, pengecatan, pemasangan dan transportasi yang bersangkutan dan lain sebagainya sampai dengan bangunan reklame selesai dipancarkan, diperagakan, ditayangkan, dan atau terpasang ditempat yang telah diizinkan.

2.6.1 Tarif Pajak Reklame

Tarif pajak reklame ditetapkan paling tinggi sebesar 25% dan ditetapkan dengan peraturan daerah kabupaten/kota yang bersangkutan. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan keleluasaan kepada pemerintah kabupaten/kota untuk menetapkan tarif pajak yang dipandang sesuai dengan kondisi masing-

masing daerah kabupaten/kota. Dengan demikian, setiap daerah kota/kabupaten diberi kewenangan untuk menetapkan besarnya tariff pajak yang mungkin berbeda dengan kota/kabupaten lainnya, asalkan tidak lebih dari 25%.

Hal ini dimaksudkan untuk memberikan keleluasaan kepada pemerintah kabupaten/kota untuk menetapkan tarif pajak yang dipandang sesuai dengan kondisi masing-masing daerah kabupaten/kota. Dengan demikian, setiap daerah kota/kabupaten diberi kewenangan untuk menetapkan besarnya tariff pajak yang mungkin berbeda dengan kota/kabupaten lainnya, asalkan tidak lebih dari 25%.

2.6.2 Pemungutan Pajak Reklame di Negara Lain

Pajak reklame diterapkan di negara berkembang dan negara maju, ini menunjukkan bahwa pajak tetap dibutuhkan untuk menjadi sumber pembiayaan pembangunan meskipun tingkat perekonomian pada suatu negara sudah tinggi. Pajak reklame diterapkan di tiap negara dengan peraturan yang berbeda sesuai dengan ketentuan dan undang-undang yang berlaku di negara tersebut. Di Amerika Serikat, khususnya pada Kota Phoenix (City of Phoenix) pajak reklame merupakan bagian dari pajak penjualan. Pemerintah Kota Phoenix mengenakan pajak reklame dengan tarif 0,5%, sementara negara bagian tidak mengenakan pajak atas reklame. Untuk billboard dikenakan pajak berdasarkan lokasi pemasangan billboard. Di Ukraina, pajak reklame merupakan pajak yang dipungut oleh pemerintah lokal. Pajak reklame dikenakan ke pihak yang menempatkan reklame atau iklan di media massa, di luar ruangan atau di media lainnya. Maksimal tarif pajak reklame yang dikenakan ialah 0,5% dari biaya jasa reklame.

Agen iklan atau pihak yang menempatkan reklame wajib mengumpulkan dan menyetor pajak. Di India, pajak reklame selain untuk iklan di media massa merupakan salah satu sumber penerimaan daerah pemerintah lokal (municipal). Pemasangan reklame harus mendapat ijin terlebih dulu dari pejabat pemerintah lokal (Chief Municipal Officer). Ijin akan diberikan oleh pejabat pemerintah lokal jika pajak reklame sudah dibayar. Jangka waktu ijin pemasangan reklame ialah satu tahun, kecuali bila pemasangan reklame untuk kegiatan yang bersifat temporer misal kegiatan olah raga, atau pertunjukan musik. Pejabat pemerintah

lokal wajib membuat catatan untuk izin reklame yang diterbitkan secara terpisah berdasarkan klasifikasi penggolongan reklame, yaitu:

- Di telepon, telegram, angkutan umum, tiang listrik atau pemasangan reklame di tempat lain yang terletak di jalan umum, ataupun lokasi-lokasi umum/publik,
- Di gedung, dan
- Di bioskop atau tempat wisata umum lainnya.

Dan di Perancis, pajak juga dikenakan pada iklan di internet. Penerimaan dari pajak untuk iklan di internet akan digunakan untuk meningkatkan muatan budaya di media internet dan untuk membiayai artis-artis. Pajak untuk penerimaan iklan didasarkan pada penggunaan online atas situs-situs diantaranya Google, Facebook dan Yahoo.

2.6.2 Perhitungan pajak reklame

Untuk mengetahui titik rendahnya Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari sektor pajak reklame dapat dilihat dari hasil jumlah keseluruhan realisasi pendapatan pajak reklame dari masing-masing tahun. Sedangkan untuk mengetahui besarnya kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Palembang selama 1 tahun. Dapat dihitung dengan menggunakan rumus (Abdul Halim: 2001, Dalam Agus dan Suhartiningsih: 2008):

Kontribusi = $\frac{\text{pajak reklame}}{\text{Pendapatan asli daerah}} \times 10 \%$

Pajak daerah dikatakan efektif apabila > 100 persen. Efektifitas tersebut dapat diukur menggunakan rumus (Abdul Halim: 2001, dalam Agus dan Suhariningsih :2008):

Efektifitas = $\frac{\text{Realisasi Penerimaan Pajak reklame}}{\text{Target Penerimaan pajak reklame}} \times 10 \%$

Besarnya pokok pajak reklame yang terutang dihitung dengan cara mengalihkan tarif pajak dengan dasar pengenaan pajak. Secara umum perhitungan pajak reklame adalah sebagai berikut :

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

2.7 Penelitian Terdahulu

Untuk menyusun laporan akhir ini penulis mengambil beberapa contoh penelitian terdahulu sebagai landasan ataupun alat perbandingan bagi penulis dalam melakukan penelitian. Data penelitian terdahulu yang relevan sebagai berikut:

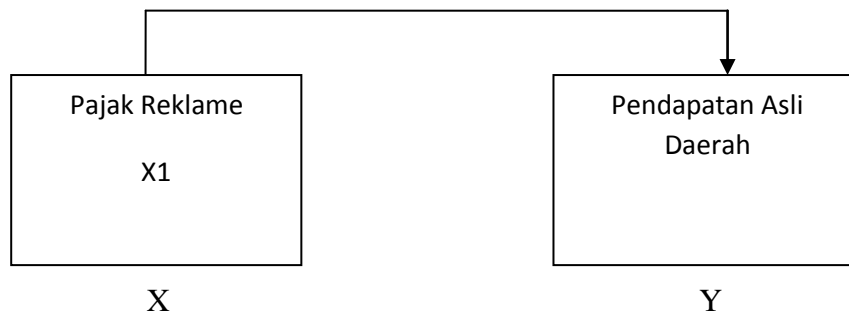
Penelitian Terdahulu

Gambar 2.1

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
1	Priska (2009)	Analisis Proyeksi Penerimaan Pajak Reklame tahun 2009 sebagai sumber Pendapatan Asli Di Kota Manado.	untuk mengetahui proyeksi penerimaan pajak reklame tahun 2009 dalam meningkatkan Pendapatan Asli Kota Manado.	Hasil Analisis menunjukan bahwa penerimaan pajak reklame tahun 2009 sebagai sumber Pendapatan Asli Daerah Di kota Manado sudah cukup baik.
2	Josep (2005)	pengaruh pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Di Kota Bitung.	untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara Pendapatan dari pajak reklme terhadap peningkatan pendapatan daerah pemerintah kota Bitung.	Hasil pengujian menunjukan bahwa Pendapatan Asli Daerah Di Kota Bitung dipengaruhi oleh jumlah pajak reklame. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jumlah pajak reklame mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah Di Kota Bitung. Persamaan penulisan skripsi ini yaitu untuk membahas tentang hubungan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah. Namun Perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitian, dimana hasil penelitian ini mengambil tempat penelitian di Minahasa Selatan.

2.8 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan tujuan penelitian diatas mengenai pengaruh pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah kota Palembang, maka dibuat kerangka pemikiran teori sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran