



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab ini penulis akan membahas kajian pustaka yang diawali dengan pembahasan landasan teoritis. Landasan teoritis berisi konsep-konsep atau teori-teori yang relevan untuk mendukung pembahasan dan analisis penelitian. Lalu, yang kedua adalah penelitian terdahulu yang berisi hasil-hasil penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dijalankan yang dapat diperoleh dari tulisan di jurnal, skripsi, tesis, dan disertasi.

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu tersebut, penulis membahas kerangka pemikiran, yang merupakan pola pikir yang menunjukkan hubungan variabel yang akan diteliti. Kerangka pemikiran berisi pemetaan kerangka teoritis yang diambil dari konsep-konsep atau teori-teori atau penelitian terdahulu, berupa skema dan uraian singkat. Pada bagian akhir, penulis membahas hipotesis penelitian, yaitu anggapan sementara yang perlu dibuktikan dalam penelitian dan mengacu pada kerangka pemikiran.

A. Landasan Teoritis

1. Pajak

a. Pengertian Pajak

Menurut P. J. A. Andriani, yang dikutip oleh Waluyo (2013: 2)

“Pajak adalah iuran kepada negara (yang dapat dipaksakan) yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan, dengan tidak mendapat prestasi kembali, yang langsung dapat ditunjuk, dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum berhubung dengan tugas negara yang menyelenggarakan pemerintahan.”



Sedangkan definisi pajak secara resmi yang dimuat dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan 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.

Menurut Resmi (2017: 2), dari definisi mengenai pajak tersebut dapat ditarik kesimpulan mengenai ciri-ciri yang melekat pada definisi pajak antara lain:

- (1) Pajak dipungut berdasarkan atau dengan kekuatan undang-undang serta aturan pelaksanaannya.
- (2) Dalam pembayaran pajak tidak dapat ditunjukkan adanya kontraprestasi individual oleh pemerintah.
- (3) Pajak dipungut oleh negara, baik pemerintahan pusat maupun pemerintahan daerah.
- (4) Pajak diperuntukkan bagi pengeluaran-pengeluaran pemerintah, yang bila dari pemasukannya masih terdapat surplus, digunakan untuk membiayai *public investment*.

b. Fungsi Pajak

Menurut Mardiasmo (2016: 4), ada dua fungsi pajak, yaitu:

- (1) Fungsi Penerimaan (*Budgetair*)

Pajak mempunyai fungsi *budgetair*, artinya pajak merupakan salah satu 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 dan intensifikasi



pemungutan pajak melalui penyempurnaan peraturan berbagai jenis pajak, seperti Pajak Penghasilan (PPh), Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), dan sebagainya.

(2) Fungsi Mengatur (*Regulerend*)

Pajak mempunyai fungsi sebagai pengatur, artinya pajak sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi serta mencapai tujuan-tujuan tertentu di luar bidang keuangan.

Sebagai contoh: dikenakan pajak yang lebih tinggi terhadap minuman keras untuk menekan konsumsi minuman keras.

c. Pengelompokan Pajak

Menurut Resmi (2017: 7), pajak dapat dikelompokkan ke dalam tiga kelompok, adalah sebagai berikut:

(1) Menurut Golongan

Menurut golongan atau pembebanannya, pajak dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

(a) Pajak Langsung

Pajak langsung adalah pajak yang harus dipikul sendiri oleh Wajib Pajak dan tidak dapat dibebankan atau dilimpahkan kepada orang lain atau pihak lain.

Contoh: Pajak Penghasilan.

(b) Pajak Tidak Langsung

Pajak yang pada akhirnya dapat dibebankan atau dilimpahkan kepada orang lain atau pihak ketiga. Pajak tidak langsung terjadi jika

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



terdapat suatu kegiatan, peristiwa atau perbuatan yang menyebabkan terutangnya pajak, misalnya terjadi penyerahan barang atau jasa.

Contoh: Pajak Pertambahan Nilai (PPN).

(2) Menurut Sifat

Menurut sifatnya, pajak dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

(a) Pajak Subjektif

Pajak subjektif adalah pajak yang pengenaannya memperhatikan keadaan pribadi Wajib Pajak atau pengenaan pajak yang memperhatikan keadaan subjeknya.

Contoh: Pajak Penghasilan.

(b) Pajak Objektif

Pajak objektif adalah pajak yang pengenaannya memperhatikan objeknya, baik berupa benda, keadaan, perbuatan, maupun peristiwa yang mengakibatkan timbulnya kewajiban membayar pajak, tanpa memperhatikan keadaan pribadi Subjek Pajak (Wajib Pajak) dan tempat tinggal.

Contoh: Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), serta Pajak Bumi dan Bangunan (PBB)

(3) Menurut Lembaga Pemungut

Menurut lembaga pemungut dan pengelolanya, pajak dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

(a) Pajak Negara (Pajak Pusat)

Pajak negara atau pajak pusat adalah pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat dan digunakan untuk membiayai rumah tangga negara pada umumnya.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Contoh: Pajak Penghasilan, Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), Pajak Bumi dan Bangunan, dan Bea Materai.

(b) Pajak Daerah

Pajak yang dipungut oleh pemerintah, baik daerah tingkat I (pajak provinsi) maupun daerah tingkat II (pajak kabupaten/kota) dan digunakan untuk membiayai rumah tangga daerah masing-masing.

Pajak Provinsi meliputi Pajak Kendaraan Bermotor dan Kendaraan di atas Air, Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor dan Kendaraan di atas Air, Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor, serta Pajak Pengambilan dan Pemanfaatan Air Bawah Tanah dan Air Permukaan. Pajak Kabupaten/Kota meliputi Pajak Hotel, Pajak Restoran, Pajak Hiburan, Pajak Reklame, Pajak Penerangan Jalan, Pajak Pengambilan Bahan Galian Golongan C, Pajak Parkir, Pajak Bumi dan Bangunan Pedesaan dan Perkotaan, serta Bea Hak atas Tanah dan Bangunan.

d. Sistem Pemungutan Pajak

Menurut Mardiasmo (2016: 9-10), ada 3 sistem pemungutan pajak antara lain:

(1) Sistem *Official Assesment*

Sistem ini adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pemerintah (fiskus) untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh Wajib Pajak.

Ciri-ciri sistem ini adalah sebagai berikut.

- (a) Wewenang untuk menentukan besarnya pajak terutang ada pada fiskus.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- (b) Wajib Pajak bersifat pasif.
- (c) Utang pajak timbul setelah dikeluarkan surat ketetapan pajak oleh fiskus.

(2) Sistem *Self Assessment*

Sistem ini adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada Wajib Pajak untuk menentukan sendiri besarnya pajak yang terutang.

Ciri-ciri sistem ini adalah sebagai berikut.

- (a) Wewenang untuk menentukan besarnya pajak terutang ada pada Wajib Pajak sendiri.
- (b) Wajib Pajak aktif, mulai dari menghitung, menyetor dan melaporkan sendiri pajak yang terutang.
- (c) Fiskus tidak ikut campur dan hanya mengawasi.

(3) Sistem *Withholding*

Sistem ini adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pihak ketiga (bukan fiskus dan bukan Wajib Pajak yang bersangkutan) untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh Wajib Pajak.

Ciri-ciri sistem ini adalah wewenang menentukan besarnya pajak yang terutang ada pada pihak ketiga, pihak selain fiskus dan Wajib Pajak.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

2. Penerimaan Daerah

Dalam rangka penyelenggaraan pemerintahan, tiap-tiap daerah di Indonesia mempunyai hak dan kewajiban mengatur dan mengurus sendiri urusan



pemerintahannya untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas penyelenggaraan pemerintahan dan pelayanan kepada masyarakat.



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Adapun sumber-sumber penerimaan daerah menurut Undang-Undang Nomor 23

Tahun 2014, yaitu:

a. Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Pendapatan asli daerah adalah penerimaan yang diperoleh daerah dari sumber - sumber dalam wilayahnya sendiri yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

b. Pendapatan transfer

Pendapatan transfer meliputi:

(1) Transfer pemerintah pusat, yang terdiri atas dana perimbangan, dana otonomi khusus, dana keistimewaan dan dana desa.

(2) Transfer antar daerah, yang terdiri atas pendapatan bagi hasil dan bantuan keuangan.

c. Lain-lain penerimaan daerah yang sah, antara lain, hibah, dana darurat, dan penerimaan lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

3. Pendapatan Asli Daerah

Pengertian pendapatan asli daerah berdasarkan Undang-Undang Nomor 33

Tahun 2004 Pasal 1 Ayat 18 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pusat dan

Daerah adalah Pendapatan asli daerah, selanjutnya disebut PAD adalah pendapatan

yang diperoleh daerah yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan

peraturan perundang-undangan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Sektor pendapatan daerah memegang peranan yang sangat penting, karena melalui sektor ini dapat dilihat sejauh mana suatu daerah dapat membiayai kegiatan pemerintah dan pembangunan daerah.

Tujuan pendapatan asli daerah menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 Pasal 3 Ayat 1 adalah memberikan kewenangan kepada Pemerintah Daerah untuk mendanai pelaksanaan otonomi daerah sesuai dengan potensi Daerah sebagai perwujudan desentralisasi.

Adapun sumber-sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) menurut Undang-Undang No. 23 Tahun 2014 yaitu:

a. Pendapatan asli daerah (PAD) bersumber dari

(1) Pajak Daerah

Pajak daerah adalah pungutan daerah menurut peraturan yang ditetapkan oleh daerah untuk pembiayaan rumah tangganya sebagai badan hukum publik. Pajak daerah sebagai pungutan yang dilakukan pemerintah daerah yang hasilnya digunakan untuk pengeluaran umum yang balas jasanya tidak langsung diberikan sedang pelaksanaannya bisa dapat dipaksakan.

(2) Retribusi Daerah

Retribusi daerah pungutan yang telah secara sah menjadi pungutan daerah sebagai pembayaran pemakaian atau karena memperoleh jasa atau karena memperoleh jasa pekerjaan, usaha atau milik pemerintah daerah bersangkutan. Retribusi daerah mempunyai sifat-sifat yaitu pelaksanaannya bersifat ekonomis, ada imbalan langsung walau harus memenuhi persyaratan-persyaratan formil dan materiil, tetapi ada alternatif untuk mau tidak membayar, merupakan pungutan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(3) Hasil Pengelolaan Kekayaan Daerah yang Dipisahkan

Hasil pengelolaan kekayaan daerah merupakan pendapatan daerah dari keuntungan bersih perusahaan daerah yang berupa dana pembangunan daerah dan bagian untuk anggaran belanja daerah yang disetor ke kas daerah, baik perusahaan daerah yang dipisahkan, sesuai dengan motif pendirian dan pengelolaan. Hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan antara lain bagian laba, dividen dan penjualan saham milik negara.

(4) Lain-Lain PAD yang Sah

Lain-lain pendapatan asli daerah yang sah adalah pendapatan daerah dari sumber lain misalnya sumbangan pihak ketiga kepada daerah yang dilaksanakan sesuai dengan peraturan perundangan-undangan yang berlaku. Lain-lain PAD yang sah meliputi: hasil penjualan kekayaan daerah yang tidak dipisahkan, jasa giro, pendapatan bunga, keuntungan selisig nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing, komisi, potongan, ataupun bentuk lain sebagai akibat dari penjualan dan/atau pengadaan barang dan/atau jasa oleh daerah.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

4. Pajak Daerah

Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak dan Retribusi Daerah, pengertian 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.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Sedangkan pengertian pajak daerah menurut Siahaan (2013: 10) adalah pajak yang ditetapkan oleh pemerintah daerah dengan peraturan daerah (Perda), yang wewenang pemungutannya dilaksanakan oleh pemerintah daerah dalam melaksanakan penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan di daerah.

Menurut Samudra (2015: 68), ciri yang melekat pada pajak daerah antara lain:

- a. Pajak daerah berasal dapat berasal dari pajak asli daerah maupun pajak negara yang diserahkan kepada daerah sebagai pajak daerah.
- b. Pajak daerah dipungut oleh daerah terbatas di dalam wilayah administratif yang dikuasainya.
- c. Hasil pungutan pajak daerah dipergunakan untuk membiayai urusan rumah tangga daerah dan untuk membiayai pengeluaran daerah sebagai badan hukum.
- d. Pajak daerah dipungut oleh daerah berdasarkan kekuatan Peraturan Daerah (Perda).

Karena pemerintah daerah di Indonesia terbagi menjadi dua, yaitu pemerintah provinsi dan pemerintah kabupaten/kota, yang diberi kewenangan untuk melaksanakan otonomi daerah, pajak daerah di Indonesia saat ini juga dibagi menjadi dua, yaitu pajak provinsi dan pajak kabupaten/kota.

Pembagian pajak provinsi dan pajak kabupaten/kota diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 sebagaimana berikut ini.

- a. Pajak Provinsi, terdiri atas:
 - (1) Pajak Kendaraan Bermotor.
 - (2) Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor.
 - (3) Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor.
 - (4) Pajak Air Permukaan.
 - (5) Pajak Rokok.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



b. Pajak Kabupaten/Kota, terdiri atas:

- © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**
- (1) Pajak Hotel.
 - (2) Pajak Restoran.
 - (3) Pajak Hiburan.
 - (4) Pajak Reklame.
 - (5) Pajak Penerangan Jalan.
 - (6) Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan.
 - (7) Pajak Parkir.
 - (8) Pajak Air Tanah.
 - (9) Pajak Sarang Burung Walet.
 - (10) Pajak Bumi dan Bangunan Pedesaan dan Perkotaan.
 - (11) Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan.

Daerah dilarang memungut pajak selain pajak daerah di atas. Menurut TMBooks (2015: 442), jenis pajak provinsi, kabupaten, dan kota di atas tidak dapat dipungut apabila potensinya kurang memadai dana atau disesuaikan dengan kebijakan daerah yang ditetapkan dengan peraturan daerah.

Menurut Abuyamin (2016: 454), khusus untuk daerah yang setingkat dengan daerah provinsi, tetapi tidak terbagi dalam daerah kabupaten / kota otonom, seperti Daerah Khusus Ibukota Jakarta, jenis pajak yang dapat dipungut merupakan gabungan dari pajak untuk daerah provinsi dan pajak untuk daerah kabupaten / kota.

Menurut Davey (1988), yang dikutip oleh Darwin (2010: 68), guna menilai potensi pajak daerah sebagai penerimaan daerah diperlukan beberapa kriteria, yaitu:

- a. Kecukupan dan elastisitas
- b. Keadilan
- c. Kemampuan administratif

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- d. Kesepakatan politis



5. Tarif Pajak Daerah

Tarif untuk setiap jenis pajak daerah berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 adalah:

- a. Tarif Kendaraan Bermotor pribadi ditetapkan sebagai berikut:

- (1) Untuk kepemilikan Kendaraan Bermotor pertama paling rendah sebesar 1% (satu persen) dan paling tinggi sebesar 2% (dua persen).
- (2) Untuk kepemilikan Kendaraan Bermotor kedua dan seterusnya tarif dapat ditetapkan secara progresif paling rendah sebesar 2% (dua persen) dan paling tinggi sebesar 10% (sepuluh persen).

- b. Tarif pajak Kendaraan bermotor angkutan umum, ambulans, pemadam kebakaran, sosial keagamaan, lembaga sosial dan keagamaan, pemerintah TNI/POLRI, Pemerintah Daerah, dan Kendaraan Lain yang ditetapkan dengan Peraturan Daerah, ditetapkan paling rendah sebesar 0,5% (nol koma lima persen) dan paling tinggi sebesar 0,2% (nol koma dua persen).

- c. Tarif pajak Kendaraan bermotor alat-alat berat dan alat-alat besar ditetapkan paling rendah sebesar 0,1% (nol koma satu persen) dan paling tinggi sebesar 0,2% (nol koma dua persen).

- d. Tarif Bea Balik Kendaraan Bermotor ditetapkan paling tinggi masing-masing sebagai berikut:

- (1) Penyerahan pertama sebesar 20% (dua puluh persen).
- (2) Penyerahan kedua dan seterusnya sebesar 1% (satu persen).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



- e. Khusus untuk kendaraan bermotor alat-alat berat dan alat-alat besar yang tidak menggunakan jalan umum tariff pajak ditetapkan paling tinggi masing-masing sebagai berikut:

- (1) Penyerahan pertama sebesar 0,75% (nol koma tujuh puluh lima persen).
- (2) Penyerahan kedua dan seterusnya sebesar 1 % (satu persen).

Tarif Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor ditetapkan paling tinggi sebesar 10% (sepuluh persen). Khusus tarif Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor untuk bahan bakar kendaraan umum dapat ditetapkan paling sedikit 50% (lima puluh persen) lebih rendah dari tarif Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor untuk kendaraan pribadi.

Tarif Pajak Air Permukaan ditetapkan paling tinggi sebesar 10% (sepuluh persen).

Tarif Pajak Rokok ditetapkan sebesar 10% (sepuluh persen) dari cukai rokok.

Tarif Pajak Hotel ditetapkan paling tinggi sebesar 10% (sepuluh persen).

Tarif Pajak Restoran ditetapkan paling tinggi sebesar 10% (sepuluh persen).

- k. Tarif Pajak Hiburan ditetapkan paling tinggi sebesar 35% (tiga puluh lima persen).

- l. Tarif Pajak Reklame ditetapkan paling tinggi sebesar 25% (dua puluh lima persen).

- m. Tarif Pajak Penerangan Jalan ditetapkan paling tinggi sebesar 10% (sepuluh persen).

- n. Tarif Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan ditetapkan paling tinggi sebesar 25% (dua puluh lima persen).

- o. Tarif Pajak Parkir ditetapkan paling tinggi sebesar 30% (tiga puluh persen).

- p. Tarif Pajak Air Tanah ditetapkan paling tinggi sebesar 20% (dua puluh persen).



- q. Tarif Pajak Sarang Burung Walet ditetapkan paling tinggi sebesar 10% (sepuluh persen).
- r. Tarif Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan ditetapkan paling tinggi sebesar 0,3% (nol koma tiga persen).
- s. Tarif Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan ditetapkan paling tinggi sebesar 5% (lima persen).

6. Pajak Reklame

a. Pengertian Pajak Reklame

Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009, Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Sedangkan yang dimaksud dengan reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan barang, jasa atau orang, ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau dapat dilihat, dibaca, dan/atau didengar dari suatu tempat oleh umum.

Pengertian penyelenggara reklame menurut Siahaan (2013:382) adalah orang atau badan yang menyelenggarakan reklame baik untuk dan atas namanya sendiri atau untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya.

Pengenaan pajak reklame tidak mutlak ada pada seluruh daerah kabupaten atau kota yang ada di Indonesia. Hal ini berkaitan dengan kewenangan yang diberikan kepada pemerintah kabupaten atau kota untuk mengenakan atau tidak mengenakan suatu jenis pajak kabupaten/kota. Untuk dapat dipungut pada suatu daerah kabupaten atau kota, pemerintah daerah harus terlebih dahulu menerbitkan Peraturan Daerah tentang pajak reklame yang akan menjadi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



landasan hukum operasional dalam teknis pelaksanaan pengenaan dan pemungutan pajak reklame di daerah kabupaten atau kota yang bersangkutan.

b. Dasar Hukum Pajak Reklame

Pemungutan pajak reklame di Indonesia saat ini didasarkan pada dasar hukum yang kuat sehingga harus dipatuhi oleh masyarakat dan pihak yang terkait. Dasar hukum pemungutan pajak reklame di Provinsi DKI Jakarta adalah sebagai berikut.

- (1) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah
- (2) Peraturan Daerah Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame
- (3) Peraturan Daerah Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 9 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Reklame
- (4) Peraturan Gubernur Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 27 Tahun 2014 tentang Penetapan Nilai Sewa Reklame Sebagai Dasar Pengenaan Pajak Reklame
- (5) Peraturan Gubernur Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 244 Tahun 2015 tentang Petunjuk Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame
- (6) Peraturan Gubernur Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 261 Tahun 2015 tentang Penetapan Nama Jalan Pada Masing-Masing Kelas Jalan Sebagai Dasar Perhitungan Pajak Reklame

c. Objek Pajak Reklame

Menurut Siahaan (2013: 384), objek pajak reklame adalah semua penyelenggaraan reklame. Penyelenggaraan reklame dapat dilakukan oleh penyelenggara reklame atau perusahaan jasa periklanan yang terdaftar pada

c. Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten/Kota. Penyelenggara reklame yang ditetapkan menjadi objek pajak reklame menurut Perda DKI Jakarta Nomor 12 tahun 2011 adalah sebagai berikut.

- (1) Reklame papan / *billboard* / videotron / megatron dan sejenisnya
Reklame papan atau *billboard* adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kayu, plastik, *fibre glass*, kaca, batu, logam, alat penyinar atau bahan lain yang sejenis yang berbentuk lampu atau alat lain yang bersinar yang dipasang pada tempat yang disediakan (berdiri sendiri) atau dengan cara digantungkan atau ditempelkan.
- (2) Reklame Kain
Reklame kain adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain, plastik, karet, atau bahan lain yang sejenis dengan itu.
- (3) Reklame Melekat (Stiker)
Reklame melekat adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebarakan diberikan atau dapat diminta untuk ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda milik pribadi lain dengan ketentuan luasnya tidak lebih dari 200 cm² per lembar.
- (4) Reklame Selebaran
Reklame selebaran adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebarakan, diberikan atau dapat diminta untuk ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda lain.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- (5) Reklame Berjalan, termasuk pada Kendaraan
Reklame berjalan adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara membawa reklame berkeliling oleh orang berjalan kaki. Sedangkan reklame kendaraan adalah reklame yang ditempatkan atau ditempelkan pada kendaraan yang digerakkan oleh tenaga hewan atau tenaga mekanik selain yang tersebut pada reklame berjalan.
- (6) Reklame Udara
Reklame udara adalah reklame yang diselenggarakan di udara dengan menggunakan pesawat, gas, atau alat lain yang sejenis.
- (7) Reklame Apung
Reklame apung adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara terapung di permukaan air.
- (8) Reklame Suara
Reklame suara adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari atau oleh perantara alat atau pesawat apapun.
- (9) Reklame Film/*Slide*
Reklame film/*slide* adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan klise berupa kaca atau film ataupun bahan-bahan yang sejenis, sebagai alat untuk diproyeksikan dan atau diperagakan pada layar atau benda lain atau dipancarkan dan atau diperagakan melalui pesawat televisi.
- (10) Reklame Peragaan
Reklame peragaan adalah reklame yang diselenggarakan dengan memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



d. Bukan Objek Pajak Reklame

Pada pajak reklame, tidak semua penyelenggaraan reklame dikenakan pajak. Ada beberapa pengecualian yang tidak termasuk sebagai objek pajak reklame sesuai dengan Perda DKI Jakarta Nomor 12 tahun 2011 yaitu sebagai berikut.

- (1) Reklame yang diselenggarakan oleh pemerintah atau pemerintah daerah.
- (2) Penyelenggaraan reklame melalui internet, televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan dan sejenisnya.
- (3) Label/merek produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan, yang berfungsi untuk membedakan dari produk sejenis lainnya.
- (4) Nama pengenalan usaha atau profesi yang dipasang melekat pada bangunan tempat usaha atau profesi diselenggarakan sesuai dengan ketentuan yang mengatur nama pengenalan usaha atau profesi tersebut yang luasnya, tidak melebihi 1 m² (satu meter persegi), ketinggian maksimum 15 (lima belas) meter dengan jumlah reklame terpasang tidak lebih dari 1 (satu) buah.
- (5) Penyelenggaraan reklame yang semata-mata memuat nama tempat ibadah atau tempat panti asuhan.
- (6) Penyelenggaraan reklame yang semata-mata mengenai pemilikan dan/atau peruntukan tanah, dengan ketentuan luasnya tidak melebihi 1 m² (satu meter persegi) dan diselenggarakan di atas tanah tersebut kecuali reklame produk.
- (7) Diselenggarakan oleh perwakilan diplomatik, perwakilan konsulat, perwakilan PBB serta badan-badan atau lembaga organisasi internasional pada lokasi badan-badan dimaksud.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



e. Subjek dan Wajib Pajak Reklame

Menurut Perda DKI Jakarta Nomor 12 tahun 2011 yang menjadi subjek pajak reklame adalah orang pribadi atau badan yang menggunakan reklame.

Sedangkan wajib pajak reklame adalah:

- (1) Wajib Pajak Reklame adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame.
- (2) Dalam hal reklame diselenggarakan sendiri secara langsung oleh orang pribadi atau badan, Wajib Pajak Reklame adalah orang pribadi atau badan tersebut.
- (3) Dalam hal reklame diselenggarakan melalui pihak ketiga, pihak ketiga tersebut menjadi Wajib Pajak Reklame.

4. Dasar Pengenaan Pajak Reklame

Sesuai dengan Perda DKI Jakarta Nomor 12 tahun 2011, dasar pengenaan pajak reklame adalah nilai sewa reklame (NSR). NSR merupakan nilai yang ditetapkan sebagai dasar perhitungan penetapan besarnya pajak reklame. Dalam hal reklame diselenggarakan oleh pihak ketiga, NSR ditetapkan berdasarkan nilai kontrak reklame. Sedangkan apabila reklame diselenggarakan sendiri, NSR dihitung dengan memperhatikan faktor-faktor sebagai berikut.

- (1) Jenis
- (2) Bahan yang digunakan
- (3) Lokasi penempatan
- (4) Waktu
- (5) Jangka waktu penyelenggaraan
- (6) Jumlah
- (7) Ukuran media reklame

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Lokasi penempatan reklame adalah lokasi reklame menurut kelas jalan dihitung berdasarkan satuan rupiah yang terdiri dari:

- (1) Protokol A
- (2) Protokol B
- (3) Protokol C
- (4) Ekonomi Kelas I
- (5) Ekonomi Kelas II
- (6) Ekonomi Kelas III
- (7) Lingkungan

NSR dikelompokkan menjadi 2, yaitu NSR untuk penyelenggaraan reklame produk dan NSR untuk penyelenggaraan reklame non produk. Cara perhitungan NSR ditetapkan dengan peraturan daerah. Umumnya peraturan daerah akan menetapkan bahwa NSR ditetapkan oleh bupati/walikota dengan persetujuan DPRD kabupaten/kota yang bersangkutan dengan berpedoman pada Keputusan Menteri Dalam Negeri. Hasil perhitungan NSR ditetapkan dengan keputusan bupati/walikota. Nilai sewa reklame dihitung dengan rumus:

Nilai Sewa Reklame = Nilai Jual Objek Reklame (NJOR) + Nilai Strategis

Pemasangan Pajak Reklame

Menurut Siahaan (2013: 388-389), Nilai Jual Objek Reklame (NJOR) adalah keseluruhan pembayaran/pengeluaran yang dikeluarkan oleh pemilik dana tau penyelenggara reklame, termasuk dalam hal ini adalah biaya/harga beli bahan reklame, konstruksi, instalasi listrik, pembayaran/ongkos perakitan, pemancaran, peragaan, penayangan, pengecatan, pemasangan dan transportasi pengangkutan dan lain sebagainya sampai dengan bangunan reklame selesai

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dipancarkan, diperagakan, ditayangkan dan atau terpasang di tempat yang telah diizinkan.

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

- (1) Biaya pembuatan/konstruksi.
- (2) Biaya pemeliharaan.
- (3) Lama pemasangan.
- (4) Jenis reklame.
- (5) Luas bidang reklame.
- (6) Ketinggian reklame.

Besarnya NJOR dihitung dengan rumus:

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

Menurut Siahaan (2013: 388), Nilai Strategis Pemasangan Reklame (NSPR) adalah ukuran nilai yang ditetapkan pada titik lokasi pada pemasangan reklame tersebut, berdasarkan kriteria kepadatan pemanfaatan tata ruang kota untuk berbagai aspek kegiatan di bidang usaha. Perhitungan nilai strategis didasarkan pada besarnya ukuran reklame, dengan indikator: nilai fungsi ruang (NFR) lokasi pemasangan, nilai fungsi jalan (NFJ), dan nilai sudut pandang (NSP).

Besarnya NSPR dihitung dengan rumus sebagai berikut.

$$NSPR = (NFR + NSP + NFJ) \times Harga Dasar Nilai Strategis$$

$$NSPR = [\{ (Fungsi Ruang (= Bobot \times Skor)) \} + \{ Fungsi Jalan (= Bobot \times Skor) \} + \{ Sudut Pandang (= Bobot \times Skor) \}] \times Harga Dasar Nilai Strategis$$

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Perhitungan di atas berlaku hanya untuk satu sisi saja, sementara apabila terdiri dari dua sisi (dapat dilihat dari sebelah depan maupun belakang), maka dikalikan dua.

Untuk menghitung luas reklame sebagai dasar pengenaan pajak dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- (1) Reklame yang mempunyai bingkai atau batas, dihitung dari bingkai atau batas paling luar di mana seluruh gambar, kalimat atau huruf-huruf tersebut berada di dalamnya.
- (2) Reklame yang tidak berbentuk persegi dan tidak berbingkai, dihitung dari gambar, kalimat, atau huruf-huruf yang paling luar dengan jalan menarik garis lurus vertikal dan horizontal sehingga merupakan empat persegi.
- (3) Reklame yang berbentuk pola, dihitung dengan rumus berdasarkan bentuk masing-masing reklame.

Hasil perhitungan NSR yang telah ditetapkan sesuai dengan Peraturan Gubernur Nomor 27 tahun 2014 tentang Penetapan Nilai Sewa Reklame Sebagai Dasar Pengenaan Pajak Reklame adalah sebagai berikut:

- (1) Untuk penyelenggaraan reklame non produk jenis reklame papan/*billboard* dan kain, ditetapkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 2.1

Hasil Perhitungan Nilai Sewa Reklame (NSR) Non Produk

Jenis Reklame Papan/*Billboard* dan Kain

No	Lokasi Penempatan	Ukuran Luas Bidang Reklame	Jangka Waktu Penyelenggaraan	Jumlah Reklame	Ketinggian Reklame	NSR (Rp)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1	Protokol A	1 M ²	1 Hari	1 buah	s.d 15 M	25.000
2	Protokol B	1 M ²	1 Hari	1 buah	s.d 15 M	20.000
3	Protokol C	1 M ²	1 Hari	1 buah	s.d 15 M	15.000
4	Ekonomi Kelas I	1 M ²	1 Hari	1 buah	s.d 15 M	10.000
5	Ekonomi Kelas II	1 M ²	1 Hari	1 buah	s.d 15 M	5.000
6	Ekonomi Kelas III	1 M ²	1 Hari	1 buah	s.d 15 M	3.000
7	Lingkungan	1 M ²	1 Hari	1 buah	s.d 15 M	2.000

Sumber: Peraturan Gubernur DKI Jakarta Nomor 27 Tahun 2014

- (2) Untuk penyelenggaraan reklame produk jenis reklame papan/ *billboard* dan kain, ditetapkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 2.2

Hasil Perhitungan Nilai Sewa Reklame (NSR) Produk

Jenis Reklame Papan/*Billboard* dan Kain

No	Lokasi Penempatan	Ukuran Luas Bidang Reklame	Jangka Waktu Penyelenggaraan	Jumlah Reklame	Ketinggian Reklame	NSR (Rp)
1	Protokol A	1 M ²	1 Hari	1 buah	s.d 15 M	125.000
2	Protokol B	1 M ²	1 Hari	1 buah	s.d 15 M	100.000
3	Protokol C	1 M ²	1 Hari	1 buah	s.d 15 M	75.000

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Ditangguhkan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4	Ekonomi Kelas I	1 M ²	1 Hari	1 buah	s.d 15 M	50.000
5	Ekonomi Kelas II	1 M ²	1 Hari	1 buah	s.d 15 M	25.000
6	Ekonomi Kelas III	1 M ²	1 Hari	1 buah	s.d 15 M	15.000
7	Lingkungan	1 M ²	1 Hari	1 buah	s.d 15 M	10.000

Sumber: Peraturan Gubernur DKI Jakarta Nomor 27 Tahun 2014

- (3) Untuk penyelenggaraan reklame jenis reklame *Light Emitting Diode (LED)*, ditetapkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 2.3

Hasil Perhitungan Nilai Sewa Reklame (NSR)

Jenis Reklame *Light Emitting Diode (LED)* dan Sejenisnya

No	Lokasi Penempatan/ Ukuran	NSR Berdasarkan Durasi 30 Detik/Tayang/Hari pada Masing-Masing Pengelompokan (<i>Cluster</i>) Ukuran Luas Bidang Reklame/Layar							
		s.d 8m ²	di atas 8m ² s.d 16 m ²	di atas 16 m ² s.d 24 m ²	di atas 24 m ² s.d 32 m ²	di atas 32 m ² s.d 50 m ²	di atas 50 m ² s.d 100m ²	di atas 100m ²	Durasi/ Tayangan
		1	Protokol A	10.000	12.500	15.000	17.500	20.000	22.500
2	Protokol B	8.000	10.000	12.000	14.000	16.000	18.000	20.000	30 detik
3	Protokol C	6.000	7.500	9.000	10.500	12.000	13.500	15.000	30 detik
4	Ekonomi Kelas I	4.000	5.000	6.000	7.000	8.000	9.000	10.000	30 detik
5	Ekonomi Kelas II	2.000	2.500	3.000	3.500	4.000	4.500	5.000	30 detik

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



6	Ekonomi Kelas III	1.500	1.750	2.000	2.250	2.500	2.750	3.000	30 detik
7	Lingkungan	800	1.000	1.200	1.400	1.600	1.800	2.000	30 detik

Sumber: Peraturan Gubernur DKI Jakarta Nomor 27 Tahun 2014

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

NSR untuk setiap penambahan luas bidang reklame *Light Emitting Diode (LED)* dan sejenisnya setiap 100 m² (seratus meter persegi) kedua dan seterusnya dikenakan tambahan 25% (dua puluh lima persen) dari hasil perhitungan NSR.

- (4) Untuk penyelenggaraan reklame jenis melekat (stiker) adalah sebesar Rp 1.000,00/cm² (seribu rupiah per centimeter persegi) sekurang-kurangnya Rp 1.000.000,00 (satu juta rupiah) setiap kali penyelenggaraan.
- (5) Untuk penyelenggaraan reklame jenis selebaran adalah sebesar Rp 10.000,00/lembar (sepuluh ribu rupiah per lembar) sekurang-kurangnya Rp 10.000.000,00 (sepuluh juta rupiah) setiap kali penyelenggaraan.
- (6) Untuk penyelenggaraan reklame jenis berjalan/kendaraan adalah sebesar Rp 50.000,00/m²/hari (lima puluh ribu rupiah) per meter persegi per hari.
- (7) Untuk penyelenggaraan reklame jenis udara adalah sebesar Rp 5.000.000,00 (lima juta rupiah) untuk paling lama 1 (satu) bulan penayangan.
- (8) Untuk penyelenggaraan reklame jenis apung adalah sebesar Rp 2.000.000,00 (dua juta rupiah) untuk paling lama 1 (satu) bulan penayangan.
- (9) Untuk penyelenggaraan reklame jenis suara adalah sebesar Rp 5.000,00/30 detik (lima ribu rupiah per tiga puluh detik) bagian waktu yang kurang dari 30(tiga puluh) detik dihitung menjadi 30 (tiga puluh) detik.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(10) Untuk penyelenggaraan reklame jenis film/*slide* pada bioskop dan tempat lainnya adalah sebesar Rp 10.000,00/ 30 detik (sepuluh ribu rupiah per tiga puluh detik), bagian waktu yang kurang dari 30 (tiga puluh) detik dihitung menjadi 30 (tiga puluh) detik.

(11) Untuk penyelenggaraan reklame jenis peragaan adalah sebesar Rp 1.000.000,00 (satu juta rupiah) per setiap penyelenggaraan.

Ketentuan-ketentuan lain terhadap perhitungan NSR adalah sebagai berikut.

- (1) NSR untuk reklame non produk dan produk yang diselenggarakan di dalam ruangan (*indoor*) ditetapkan sebesar 50% (lima puluh persen).
- (2) NSR untuk reklame rokok dan minuman beralkohol dikenakan tambahan 25% (dua puluh lima persen) dari hasil perhitungan NSR.
- (3) NSR untuk setiap penambahan ketinggian sampai dengan 15 (lima belas) meter dikenakan tambahan 20% (dua puluh persen) dari hasil perhitungan NSR.

Cara Perhitungan Pajak Reklame

Besaran pokok pajak reklame yang terutang dihitung dengan cara mengalikan tarif pajak dengan dasar pengenaan pajak. Secara umum perhitungan pajak reklame adalah sesuai dengan rumus berikut.

$$\text{Pajak Reklame Terutang} = \text{Tarif Dasar} \times \text{Dasar Pengenaan Pajak}$$

$$\text{Tarif Dasar} \times \text{Nilai Sewa Reklame}$$

Tarif pajak reklame ditetapkan paling tinggi sebesar dua puluh lima persen 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 kabupaten/kota

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



diberi kewenangan untuk menetapkan besarnya tarif pajak yang mungkin berbeda dengan kabupaten/kota lainnya, asalkan tidak lebih dari dua puluh lima persen. Tarif pajak reklame yang ditetapkan Gubernur DKI Jakarta untuk Provinsi DKI Jakarta adalah sebesar 25% (dua puluh lima persen) dan berlaku untuk semua jenis pajak reklame.

Perhitungan pajak reklame menurut Peraturan Gubernur DKI Jakarta Nomor 27 tahun 2014 adalah sebagai berikut.

- (1) Untuk penyelenggaraan reklame oleh pihak ketiga, besarnya pajak reklame dihitung dengan cara mengalikan tarif pajak reklame dengan nilai kontrak reklame.
- (2) Untuk penyelenggaraan reklame sendiri dan untuk nilai kontrak yang tidak diketahui atau tidak wajar untuk jenis papan/*billboard* dan kain, besarnya pajak reklame dihitung dengan cara mengalikan tarif pajak reklame dengan NSR, luas bidang reklame dan jangka waktu pemasangan.
- (3) Untuk penyelenggaraan reklame sendiri dan untuk nilai kontrak yang tidak diketahui atau tidak wajar untuk jenis *Light Emitting Diode (LED)*, besarnya pajak reklame dihitung dengan cara mengalikan tarif pajak reklame dengan NSR dan jangka waktu pemasangan.
- (4) Untuk penyelenggaraan reklame berjalan/kendaraan, besarnya pajak reklame dihitung dengan cara mengalikan tarif pajak reklame dengan NSR, luas reklame dan jangka waktu penyelenggaraan.
- (5) Untuk penyelenggaraan reklame suara dan film/*slide* pada bioskop dan tempat lainnya, besarnya pajak reklame dihitung dengan cara mengalikan tarif pajak reklame dengan NSR dan jangka waktu penyelenggaraan.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- (6) Untuk penyelenggaraan reklame melekat/stiker, selebaran, udara, apung, peragaan, besarnya pajak reklame dihitung dengan cara mengalikan tarif pajak reklame dengan NSR.

h. Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Masa Pajak, Tahun Pajak, Saat Terutang Pajak, dan Wilayah Pemungutan Pajak Reklame

Pada pajak reklame, masa pajak adalah jangka waktu tertentu yang lamanya sama dengan jangka waktu penyelenggaraan reklame sesuai yang ditetapkan dengan keputusan bupati/walikota. Sedangkan tahun pajak adalah jangka waktu yang lamanya satu tahun kalender kecuali wajib pajak menggunakan tahun buku yang tidak sama dengan tahun reklame.

Penetapan masa pajak untuk setiap jenis pajak reklame adalah sebagai berikut.

- (1) Masa pajak untuk jangka waktu yang lamanya satu tahun ditetapkan bagi pajak reklame jenis *megatron, vidiotron (dynamics board, video wall), billboard/papan*, dan reklame berjalan/kendaraan.
- (2) Masa pajak untuk jangka waktu yang lamanya satu bulan ditetapkan bagi pajak reklame jenis reklame melekat (*template, poster, dan stiker*), reklame udara/balon, dan reklame film/*slide*.
- (3) Masa pajak untuk jangka waktu yang lamanya satu hari ditetapkan bagi pajak reklame jenis kain/spanduk/umbul-umbul/*banner*.
- (4) Masa pajak untuk jangka waktu yang lamanya satu kali penyelenggaraan ditetapkan bagi pajak reklame jenis selebaran/brosur/*leaflet*, reklame suara dan reklame peragaan.

Pajak yang terutang merupakan pajak reklame yang dibayar oleh wajib pajak pada suatu saat, dalam masa pajak atau dalam tahun pajak menurut ketentuan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



peraturan daerah tentang pajak reklame yang ditetapkan oleh pemerintah daerah kabupaten/kota setempat.

Pajak reklame yang terutang dipungut di wilayah kabupaten/kota tempat reklame berlokasi. Hal ini terkait dengan kewenangan pemerintah kabupaten/kota yang hanya terbatas atas setiap reklame yang berlokasi dan terdaftar dalam lingkup wilayah administrasinya.

C

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

B. Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian tentang pajak reklame yang sebelumnya telah dilakukan antara lain:

Tabel 2.4

Penelitian Terdahulu

Nama	Tahun	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
Silvia Rustina Puspitaningsih	2013	Analisa Penerimaan Pajak Reklame Kota Malang	Jumlah Penduduk (X1), Jumlah Industri (X2), Penerimaan Pajak Reklame (Y)	Jumlah penduduk Kota Malang dalam jangka pendek dan jangka panjang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame. Jumlah industri Kota Malang dalam jangka pendek berpengaruh secara positif dan signifikan tetapi dalam jangka panjang, jumlah industri berpengaruh secara negatif terhadap penerimaan pajak reklame.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



<p>Ahmad Ghazali Farouq</p> <p>Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.</p> <p>2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>	<p>2015</p>	<p>Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Wajo</p>	<p>Sanksi Perpajakan (X1), Pelayanan Petugas Pajak (X2), Penerimaan Pajak Reklame (Y)</p>	<p>Hasil analisis regresi berganda diketahui bahwa variabel sanksi perpajakan memiliki nilai 0,000 dan berada di bawah 5% yang berarti sanksi perpajakan berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Wajo.</p> <p>Hasil analisis regresi berganda diketahui bahwa variabel pelayanan petugas pajak (fiskus) kepada wajib pajak memiliki nilai 0,047 dan berada di bawah 5% yang berarti ada pengaruh pelayanan petugas pajak (fiskus) terhadap penerimaan pajak di Kabupaten Wajo.</p>
<p>Noviyanto Indriyawan dan Ign. Agus Wantara</p> <p>Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</p>	<p>2015</p>	<p>Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Klaten</p>	<p>PDRB (X1), Jumlah Penduduk (X2), Jumlah Perusahaan (X3), Penerimaan Pajak Reklame (Y)</p>	<p>Hasil Uji t menunjukkan bahwa PDRB dan jumlah penduduk berpengaruh positif terhadap penerimaan pajak reklame, sedangkan jumlah perusahaan tidak berpengaruh positif.</p>



<p>Adhita Abdul Fatah, Suhadak dan Kadarisman Hidayat</p>	<p>2015</p>	<p>Pengaruh Jumlah Penduduk dan Jumlah Industri terhadap Penerimaan Pajak Reklame dan Efeknya pada Penerimaan Pajak Daerah</p>	<p>Jumlah Penduduk (X1), Jumlah Industri (X2), Penerimaan Pajak Reklame (Y1), Penerimaan Pajak Daerah (Y2)</p>	<p>Variabel jumlah penduduk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel penerimaan pajak reklame Kota Malang. Variabel jumlah industri tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel penerimaan pajak reklame di Kota Malang.</p>
<p>Guardiana Faathika Subroto, Fadjar Harimurti dan Suharto</p>	<p>2015</p>	<p>Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame di Kota Surakarta</p>	<p>Jumlah Penduduk (X1), Jumlah Industri (X2), PDRB (X3), Penerimaan Pajak Reklame (Y)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan jumlah penduduk, jumlah industri dan PDRB terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Surakarta periode 2006-2014.</p>
<p>Arvian Triantoro</p>	<p>2010</p>	<p>Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame dan Kontribusinya terhadap</p>	<p>Efektivitas Pajak Reklame (X1), Kontribusi Pajak</p>	<p>Dari hasil analisis data menunjukkan bahwa tingkat efektivitas pemungutan pajak reklame di Kota Bandung pada tahun 2006 cukup baik, mencapai 53,56%, laju pertumbuhan selama</p>

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.



<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>		<p>Penerimaan Pajak Daerah di Kota Bandung</p>	<p>Reklame (X2), Penerimaan Pajak Daerah (Y)</p>	<p>enam tahun terakhir menunjukkan rata-rata mencapai 53,94% per tahun. Kontribusi terhadap pajak daerah untuk tahun 2006 berdasarkan realisasi mencapai 15,84%.</p>
<p>Sayugo Adi Purwanto</p>	<p>2016</p>	<p>Pengaruh Pajak Reklame Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Berau</p>	<p>Pajak Reklame (X), Pendapatan Asli Daerah (Y)</p>	<p>Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Hal ini dibuktikan oleh uji t, dimana nilai t hitung (3,489) lebih besar jika dibandingkan dengan nilai t table (3,182) pada tingkat kepercayaan 95%. Hal ini menunjukkan bahwa pajak reklame mempunyai pengaruh signifikan terhadap pendapatan asli daerah.</p>

C. Kerangka Pemikiran

Dalam membiayai pembangunan, salah satu upaya yang dilakukan pemerintah adalah menyerap dari sektor pajak. Pajak merupakan sumber penerimaan negara yang sangat penting dalam menopang pembiayaan pembangunan yang bersumber dari dalam negeri. Menurut lembaga pemungutnya, pajak dikelompokkan menjadi 2, yaitu pajak negara dan pajak daerah. Pajak daerah merupakan salah satu sumber penerimaan asli daerah (PAD). Besar kecilnya pajak daerah akan menentukan kapasitas anggaran daerah,



baik untuk pembiayaan pembangunan maupun untuk pembiayaan anggaran rutin. Oleh karena itu setiap daerah harus sebisa mungkin mengoptimalkan penerimaan pajak daerah.

Hal ini dilakukan di setiap wilayah di Indonesia, tak terkecuali DKI Jakarta yang merupakan ibukota Indonesia. Pemerintah DKI Jakarta terus melakukan usaha-usaha peningkatan pajak daerah salah satunya adalah pajak reklame. Pajak reklame merupakan daerah yang pengelolaan dan penerimaannya diserahkan kepada pemerintah daerah Kabupaten atau Kota sehingga pemerintah daerah yang bersangkutan dapat memanfaatkan hasil penerimaan pajak reklame tersebut untuk membiayai pembangunan. Oleh karena itu, perlu sekali diketahui faktor-faktor yang dapat meningkatkan penerimaan pajak reklame.

Dalam penelitian ini faktor-faktor yang diteliti yaitu jumlah perusahaan, jumlah penduduk dan PDRB. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh ketiga faktor tersebut terhadap penerimaan pajak reklame di Provinsi DKI Jakarta.

1. Pengaruh Jumlah Perusahaan terhadap Penerimaan Pajak Reklame

Menurut BPS (2015: 306), perusahaan atau usaha industri adalah suatu unit (kesatuan) usaha yang melakukan kegiatan ekonomi, bertujuan menghasilkan barang atau jasa, terletak pada suatu bangunan atau lokasi tertentu, dan mempunyai catatan administrasi tersendiri mengenai produksi dan struktur biaya. Perusahaan terdiri industri pengolahan dan jasa industri. Jumlah perusahaan merupakan salah satu faktor yang dapat menjadi pemicu pertumbuhan ekonomi. Tentu saja banyak sekali perusahaan yang menggunakan jasa pemasangan reklame sehingga berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame. Hal ini disebabkan karena suatu perusahaan ingin memasarkan produknya dengan menggunakan media reklame agar produknya bisa dikenal oleh masyarakat.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dalam ilmu marketing ada bauran pemasaran yang dipakai sebagai instrument kebijakan perusahaan. Salah satu bauran pemasaran tersebut adalah promosi yang terdiri dari iklan, reklame dan promosi penjualan. Oleh karena itu penerimaan pajak reklame akan tumbuh seiring dengan pertumbuhan perusahaan (Purwanto, 2016).

2. Pengaruh Jumlah Penduduk terhadap Penerimaan Pajak Reklame

Penduduk adalah sejumlah orang yang tinggal secara menetap pada suatu daerah dalam jangka waktu yang lama (Fatah, 2015). Jumlah penduduk merupakan faktor yang dapat membuat penyelenggara reklame berfikir untuk menggunakan sejumlah media reklame diukur dari jumlah penduduk yang ada, misalnya jika suatu daerah memiliki jumlah penduduk banyak maka demi menginformasikan kepada penduduk tersebut dipergunakan media reklame yang lebih banyak di sudut-sudut kota, sedangkan jika penduduk sedikit maka tidak memerlukan media reklame yang cukup banyak untuk menginformasikan kepada penduduk tersebut (Nurmayasari, dalam Fatah, 2015).

Semakin banyak jumlah penduduk maka pengeluaran konsumsi akan meningkat, peningkatan pengeluaran konsumsi akan suatu produk atau jasa berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame, karena perusahaan dalam memperkenalkan produk mereka ke masyarakat akan menggunakan jasa reklame (Puspitaningsih, 2013).

3. Pengaruh PDRB terhadap Penerimaan Pajak Reklame

Menurut Badan Pusat Statistik (2016: 35), Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) adalah nilai tambah bruto seluruh barang dan jasa yang tercipta atau dihasilkan di wilayah domestik suatu negara yang timbul akibat berbagai aktivitas ekonomi dalam suatu periode tertentu. Dengan kata lain PDRB adalah

© Hak cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBI RKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI RKG.



jumlah produksi barang maupun jasa yang dihasilkan oleh suatu masyarakat dalam kurun waktu satu tahun yang berada di daerah atau regional tertentu.

PDDRb menggambarkan kemampuan provinsi untuk menciptakan *output* (nilai tambah) pada suatu wilayah tertentu. Salah satu faktor penting untuk mengetahui kondisi ekonomi di suatu wilayah tertentu dapat ditunjukkan oleh data PDRB daerah tersebut. Apabila nilai PDRB mengalami peningkatan maka tentu akan membawa pengaruh positif pada kenaikan penerimaan daerah.

PDRB, sebagai salah satu indikator ekonomi, memuat berbagai instrumen ekonomi yang di dalamnya terlihat dengan jelas keadaan makro ekonomi suatu daerah dengan pertumbuhan ekonominya dan berbagai instrumen lainnya. Yang mana dengan adanya data-data tersebut akan sangat membantu pengambil kebijakan dalam perencanaan dan evaluasi sehingga pembangunan tidak akan salah arah.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa angka-angka PDRB dapat dipakai sebagai bahan evaluasi dari hasil pembangunan ekonomi yang dilaksanakan oleh berbagai pihak, baik pemerintah pusat/daerah, maupun swasta. PDRB atas harga konstan digunakan untuk menunjukkan laju pertumbuhan ekonomi dari tahun ke tahun. PDRB atas dasar harga konstan disusun berdasarkan harga pada tahun dasar dan bertujuan untuk mengukur pertumbuhan ekonomi (BPS, 2015: 2). Penilaian harga konstan dilakukan terhadap produk barang dan jasa yang dihasilkan ataupun yang dikonsumsi pada harga tetap di satu tahun dasar.

Menurut Subroto, Fadjar dan Suharno (2016), ketika PDRB suatu daerah mengalami peningkatan maka semakin besar pula potensi penerimaan daerah, serta dapat mengakibatkan mobilitas masyarakat tinggi. Mobilitas masyarakat yang tinggi tersebut dapat memberikan potensi masyarakat untuk melihat

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

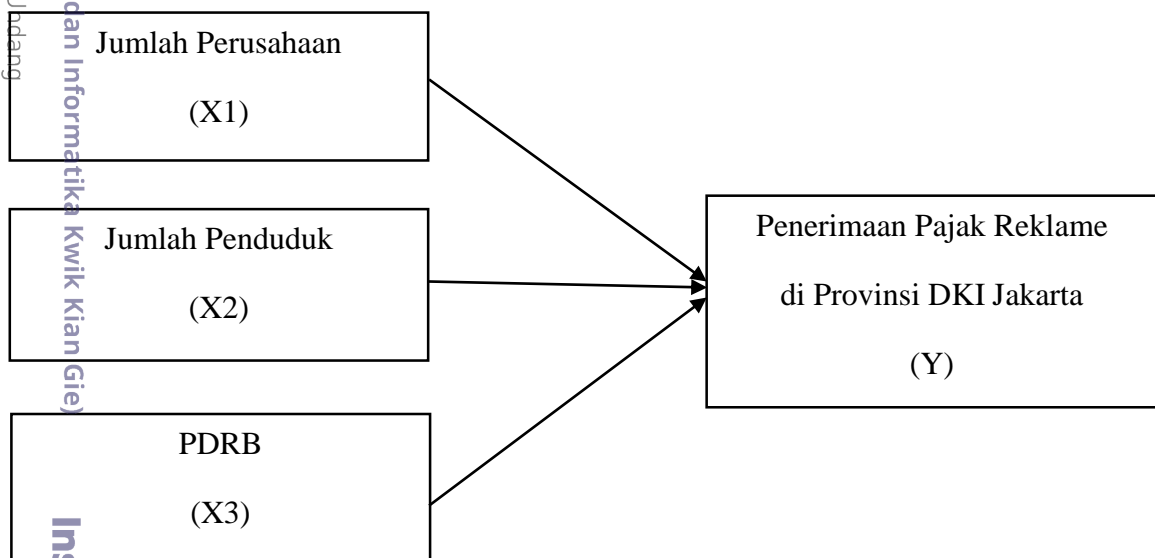


reklame sebagai media informasi dan promosi terhadap barang yang ditawarkan produsen. Pajak reklame merupakan salah satu pajak daerah maka semakin tinggi PDRB semakin tinggi pula penerimaan pajak reklame. Hal ini sejalan dengan penelitiannya yang membuktikan PDRB berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Surakarta.

Berdasarkan uraian di atas, maka secara skema kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut.

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian dapat dijabarkan sebagai berikut:

Ha1 : Jumlah perusahaan berpengaruh positif terhadap penerimaan pajak reklame di Provinsi DKI Jakarta.

Ha2 : Jumlah penduduk berpengaruh positif terhadap penerimaan pajak reklame di Provinsi DKI Jakarta.

Ha3 : PDRB berpengaruh positif terhadap penerimaan pajak reklame Provinsi DKI Jakarta.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.