

**ANALISIS KINERJA DAN KLASIFIKASI PAJAK REKLAME
DI KOTA SURAKARTA
TAHUN 2005 – 2011**

TESIS

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Magister

Program Studi Magister Ekonomi dan Studi Pembangunan

Konsentrasi : Perencanaan Pembangunan Wilayah Keuangan Negara dan Daerah



Oleh :

IMA NUSIA DEWI

S4211009

**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SEBELAS MARET
PROGRAM PASCA SARJANA
MAGISTER EKONOMI DAN STUDI PEMBANGUNAN
SURAKARTA**

commit to user
2012

**ANALISIS KINERJA DAN KLASIFIKASI PAJAK REKLAME
DI KOTA SURAKARTA
TAHUN 2005 – 2011**

Disusun oleh :

IMA NUSIA DEWI

S4211009

Telah disetujui oleh Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Evi Gravitiani, M.Si

NIP. 19730605 200912 2 001

Drs. Wahyu Agung Setyo, M.Si

NIP. 19680522 199103 1 002

Ketua Program Studi

Magister Ekonomi dan Studi Pembangunan

Dr. AM. Soesilo, M.Sc

**ANALISA KINERJA DAN KLASIFIKASI PAJAK REKLAME
DI KOTA SURAKARTA
TAHUN 2005 – 2011**

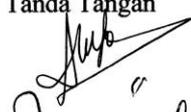
Disusun oleh :

IMA NUSIA DEWI

S4211009

Telah disetujui oleh Tim Penguji

Pada tanggal ;

Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua Tim Penguji	Dr. AM.Soesilo,M.Sc	
Pembimbing Utama	Dr. Evi Gravitiani, M.Si	
Pembimbing Pendamping	Drs. Wahyu Agung Setyo, M.Si	

Mengetahui

Direktor PPs UNS



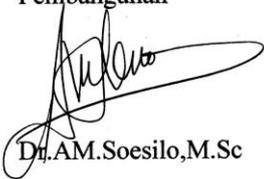

DIREKTUR
Prof. Dr. L. Ahmad Yunus.MS

NIP.19610717 198601 1 001

Ketua Program Studi

Magister Ekonomi dan Studi

Pembangunan



Dr. AM. Soesilo, M.Sc

NIP. 19590328 198803 1 001

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : IMA NUSIA DEWI

NIM : S4211009

Program Studi : Magister Ekonomi dan Studi Pembangunan

Konsentrasi : Perencanaan Pembangunan Wilayah Keuangan Negara
Dan Daerah

Menyatakan bahwa tesis ini adalah hasil karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat sebenar-benarnya.

Surakarta, September 2012



PERSEMBAHAN



karya ini kupersembahkan untuk :

- Masyarakat, bangsa dan negara Indonesia
- Almamaterku
- Papa mama terkasih
- Suami dan anak-anakku tercinta

commit to user



“ Kejarlah Akhiratmu insyaallah akan kau dapatkan Duniamu”

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisa kinerja dan klasifikasi Pajak Reklame di kota Surakarta. Kinerja Pajak Reklame di teliti dengan menggunakan analisa tingkat pertumbuhan, analisa kontribusi, analisa efektifitas dan analisa efisiensi. Klasifikasi Pajak Reklame diteliti dengan menggunakan analisis overlay.

Penelitian ini dilakukan pada periode tahun 2005 – 2011. Kota Surakarta adalah kota yang berkembang dalam berbagai aspek kehidupan. Pertumbuhan perekonomian kota Surakarta di tunjukan dengan APBD kota Surakarta yang meningkat dari tahun ke tahun. Perkembangan kota Surakarta dipicu dengan banyaknya acara-acara baik nasional maupun internasional yang diselenggarakan di kota Surakarta. Acara tersebut dapat menyerap wisatawan domestik maupun non domestik berkunjung ke kota Surakarta yang memicu pertumbuhan perekonomian di kota Surakarta. Pertumbuhan PAD kota Surakarta diharapkan dapat mengantarkan kota Surakarta menjadi kota mandiri. Pajak Daerah adalah salah satu komponen dalam peningkatan PAD kota Surakarta. Pajak Reklame merupakan salah satu Pajak daerah yang potensial dalam mendukung PAD kota Surakarta.

Hasil penelitian ini untuk menunjukan bagaimana kinerja, klasifikasi dan potensi Pajak Reklame di kota Surakarta. Kinerja Pajak Reklame di kota Surakarta sangat efisien dan sangat efektif walaupun tidak memberikan kontribusi yang besar terhadap Pajak Daerah maupun PAD. Pertumbuhan Pajak Reklame di kota Surakarta juga tidak begitu besar bahwa ada penurunan pada tahun 2007. Klasifikasi Pajak Reklame termasuk dalam kondisi potensial. Potensi Pajak Reklame di kota Surakarta masih banyak yang perlu dioptimalkan dengan penertiban para wajib pajak.

kata kunci : Pajak Reklame, Kinerja, Klasifikasi dan Potensi

ABSTRACT

This research aims to analyze the activity and classification reclamation's tax in Surakarta City of 2005 to 2011 periods. The activity reclamation's tax is researched by growing analyze, contribution analyze, effectiveness analyze and efficiency analyze. Classification reclamation's tax is used to know how criteria of reclamation's tax in Surakarta city include excellent, potential, growing and not growing. Potential analyze is analyze how potential reclamation's tax in Surakarta city.

This study is used study research from 2005 to 2011 periods. Surakarta city is growing city with a lot of condition. It's can make Surakarta city to reach the independent city. Regional's tax can make it's happened if the activity of regional's tax is excellent. One of the regional's tax with can growing is reclamation's tax. Method analyze in used include : growing analyze, contributions analyze, effectiveness analyze, efficiency analyze and overlay analyze.

The result of this research is show how the activity of reclamation's tax in Surakarta city, how classification of reclamation's tax in Surakarta city and how potential reclamation's tax in Surakarta city. The activity reclamation's tax in Surakarta city is more efficient and more effective although reclamation's tax not given a lot of contribution of PAD in Surakarta city. Classification reclamation's tax is include a potential condition. It's can proof of the activity reclamation's tax is excellent. Some effort should be taken to increase reclamation's tax in Surakarta city including : to improve growing of reclamation's tax and to be distinct to the obligatory of reclamation's tax

Keyword : reclamation's tax, the activity, classification, potential

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT karena hanya dengan rahmat dan hidayah-Nya maka tesis ini dapat terselesaikan. Tesis ini dibuat untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat magister. Tema yang diangkat pada tesis ini karena ketertarikan peneliti terhadap keberadaan pajak reklame di kota Surakarta.

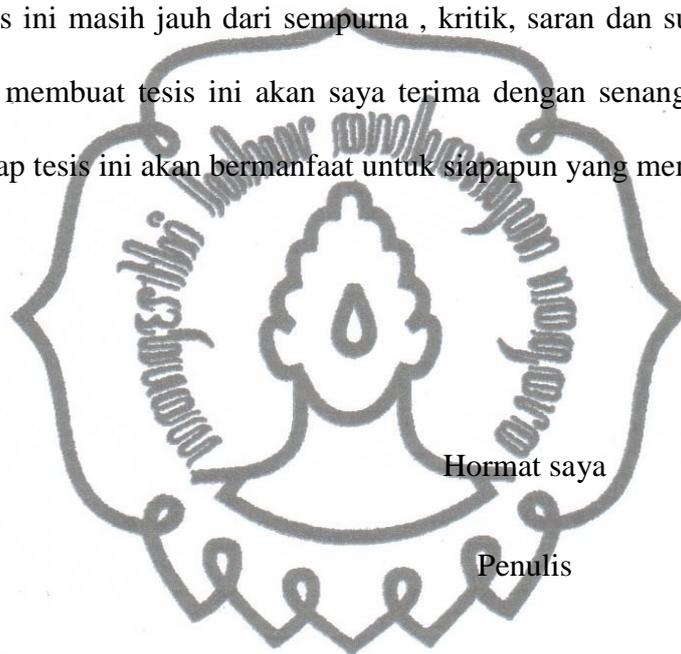
Tesis ini berhasil diselesaikan atas bantuan banyak pihak maka dari itu peneliti mengucapkan terima kasih sebesar besarnya kepada:

1. Prof.Dr.Ir.Ahmad Yunus.MS, selaku direktur Program Pasca Sarjana UNS
2. Dr.AM.Soesilo,M.Sc, selaku Ketua Program Studi Magister Ekonomi dan Studi Pembangunan.
3. Dr. Evi Gravitiani,SE.M.Si, selaku Pembimbing I.
4. Drs. Wahyu Agung Setyo,M.Si, selaku Pembimbing II.
5. Dosen dosen MESP UNS, terima kasih atas ilmu yang insyaallah akan bermanfaat untuk saya pada khususnya dan untuk orang di sekitar saya.
6. Teman teman angkatan XVI MESP UNS, semoga kebersamaan kita yang sesaat ini dapat manambah persaudaraan kita.
7. Mama Papa terkasih, yang selalu memberikan dukungan dan kasih sayang yang begitu besar sampai dengan detik ini yang belum pernah terbalaskan.
8. Anak anaku tersayang Ival, Fiya dan Reyfan dan Mas Djodik tercinta.
9. Adik adikku tercinta Ike, Fitri, Ando dan Iik, terima kasih dukungannya

10. Mbak Ita dan mbak Tie yang selalu setia menjaga anak-anakku selama aku kuliah

Dan masih banyak lagi pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan namanya terima kasih untuk semuanya.

Tesis ini masih jauh dari sempurna, kritik, saran, dan sumbangan pikiran yang dapat membuat tesis ini akan saya terima dengan senang hati. Akhir kata saya berharap tesis ini akan bermanfaat untuk siapapun yang membutuhkan.



Hormat saya

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN/PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I. PENDAHULUAN	
A.	Latar
Belakang	1
B.	Rum
usan Masalah.....	9
C.	Tujua
n Penelitian.....	<i>commit to user</i> 9

D..... Manf
aat Penelitian..... 10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A..... Kaja
n Teoritis..... 11
B..... Penel
itian Terdahulu..... 23
C..... Kera
angka Pemikiran..... 26

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A..... Tipe
Penelitian..... 30
B..... Sumb
er Data..... 30
C..... Defini
Operasional Variabel..... 32
D..... Tekni
k Analisis Data..... 33

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A..... Diskr
ripsi Daerah Penelitian..... *commit to user*..... 39

B. Anali
 sis Data dan Pembahasan..... 43

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesi
 mpulan 54

B. Saran
 56

DAFTAR PUSTAKA 57

LAMPIRAN..... 59



DAFTAR TABEL

Tabel		Hal
1.1	Data PAD dan Pajak Daerah kota Surakarta beserta Pajak Pajaknya Tahun 2011	5
1.2	APBD pemerintah kota Surakarta 2005 – 2011	6
1.3	Pajak Daerah kota Surakarta tahun 2005 – 2011	7
1.4	Target dan realisasi penerimaan Pajak Reklame kota Surakarta tahun 2005 – 2011	8
3.1	Responden yang diinterview beserta wawancara	

		31
3.2	Data yang berhubungan dengan Pajak Reklame	32
3.3	Tabel tingkat efektifitas	35
3.4	Tabel Matrik komposisi penerimaan dan pertumbuhan	37
4.1	Tingkat Pertumbuhan Pajak Reklame 2005 – 2011	43
4.2	Kontribusi Pajak Reklame tahun 2005 – 2011	45
4.3	Analisis Efektifitas Pajak Reklame tahun 2005 – 2011	46
4.4	Analisis Efisiensi Pajak Reklame 2005 – 2011	47
4.5	Kinerja Pajak Reklame kota Surakarta 2005 – 2011	48
4.6	Analisis Klasifikasi Pajak Reklame di kota Surakarta	48
4.7	Analisis Potensi Pajak Reklame yang belum terserap di kota Surakarta	51
5.1	Hasil wawancara	53

DAFTAR GAMBAR

halaman

Gambar 2.1 Skema Pemikiran Penelitian 29

Gambar 4.1 Klasifikasi Pajak Reklame kota Surakarta 49



DAFTAR LAMPIRAN

1. APBD kota Surakarta 2005 – 2011
2. Perhitungan kinerja, klasifikasi dan potensi Pajak Reklame kota surakarta



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Politik Indonesia telah berangsur membaik dengan ditandai berlakunya otonomi daerah yang memberikan kewenangan pada daerah untuk mandiri. UU No 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah, pemerintah daerah berwenang untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan menurut asas otonomi dan tugas pembantuan. Tujuan utama dari otonomi

commit to user

daerah ini adalah mendekatkan pemerintah kepada masyarakat menjadi lebih baik dan kontrol masyarakat kepada pemerintah menjadi lebih kuat dan nyata. Otonomi daerah dapat dikatakan berhasil apabila pelayanan pemerintah kepada masyarakat menjadi lebih baik dan masyarakat lebih berperan dalam meningkatkan kesejahteraan bersama.

Tujuan otonomi daerah adalah untuk mendorong terselenggaranya pelayanan publik sesuai tuntutan masyarakat daerah, mendorong efisiensi alokatif penggunaan dana pemerintah melalui kewenangan dan pemberdayaan daerah. Kebijakan Otonomi Daerah yang bertujuan untuk pemberdayaan kapasitas daerah akan memberikan kesempatan bagi Daerah untuk mengembangkan dan meningkatkan perekonomiannya. Peningkatan dan pertumbuhan perekonomian daerah akan membawa pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan rakyat di daerah tersebut. Kewenangan yang dimiliki untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat, daerah akan berupaya untuk meningkatkan perekonomian sesuai kondisi, kebutuhan dan kemampuan.

Pembangunan daerah merupakan salah satu tujuan dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang berbasis kewilayahan dan lingkungan serta berkelanjutan. Supriatna (2002) bahwa pembangunan ekonomi daerah didasarkan pada pengembangan potensi daerah (manusia, alam dan lingkungan hidup) dalam ekonomi kerakyatan. Arah kebijakan pembangunan ekonomi daerah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah melalui kebijakan daerah untuk menumbuhkan pelaku ekonomi (sektor pemerintah, swasta dan

masyarakat), arus perdagangan dan investasi daerah. Potensi dan keunggulan ekonomi daerah perlu digali untuk meningkatkan kegiatan ekonomi dan industrialisasi serta pengembangan kawasan ekonomi dan daerah perbatasan ditambah dengan pengelolaan potensi sumber daya ekonomi dan lingkungan hidupnya.

Undang Undang Nomor 32 tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah dalam Pasal 15 ayat (1) menjelaskan tentang hubungan keuangan antara pemerintah pusat dan daerah meliputi sumber-sumber keuangan untuk menyelenggarakan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah, pengalokasian dana perimbangan kepada daerah dan pemberian pinjaman atau hibah kepada daerah.

Penyelenggaraan pemerintah yang menjadi kewenangan daerah dibiayai dari APBD, sedangkan penyelenggaraan kewenangan pemerintah yang menjadi tanggung jawab Pemerintah dibiayai APBN, baik kewenangan Pusat yang didekonsentrasikan kepada gubernur atau ditugaskan kepada Pemerintah Daerah.

Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBD), adalah rencana keuangan tahunan pemerintah daerah di Indonesia yang disetujui oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah. APBD ditetapkan dengan Peraturan Daerah. Tahun anggaran APBD meliputi masa satu tahun, mulai dari tanggal 1 Januari sampai tanggal 31 Desember. APBD terdiri atas :

1. Anggaran pendapatan, terdiri atas :

- a. Pendapatan Asli Daerah (PAD), yang meliputi pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah dan penerimaan lain-lain.
 - b. Bagian dana perimbangan, yang meliputi Dana Bagi hasil, Dana Alokasi Umum (DAU) dan Dana Alokasi Khusus.
 - c. Lain-lain penapatan yang sah seperti dan hibah atau dana darurat
2. Anggaran belanja, yang digunakan untuk keperluan penyelenggaraan tugas pemerintah di daerah
 3. Pembiayaan, yaitu setiap penerimaan yang perlu dibayar kembali atau pengeluaran yang akan diterima kembali, baik pada tahun anggaran yang bersangkutan maupun tahun-tahun anggaran berikutnya.

Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan pendapatan yang diperoleh pemerintah daerah dari berbagai sumber yang ditetapkan berdasarkan peraturan perundang-undangan untuk membiayai pelaksanaan pemerintah di daerah. Kebijakan keuangan daerah berhubungan erat dengan kebijakan keuangan negara. Hubungan tersebut tidak hanya bersifat keuangan, tetapi juga berhubungan dengan faktor faktor lain yang dapat dilihat dari tiga segi, yaitu penyelenggaraan pemerintah di daerah diperlukan perencanaan.

Perencanaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) perlu dilakukan secara matang dan baik. Pendapatan Asli Daerah yang baik akan diketahui dengan ciri antara lain untuk mempermudah tercapaiannya tujuan, tidak lepas dalam konteks pemikiran pelaksanaan, adanya perhitungan resiko, luwes dan praktis. Pendapatan Asli Daerah merupakan pencerminan terhadap pendapat masyarakat dengan kiat-kiat bagi pemerintah daerah dalam meningkatkan

potensi masyarakat dalam pengelolaan sumber-sumber pendapatan masyarakat. Pendapatan masyarakat yang meningkat jelas mempengaruhi pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan sekaligus menambah Pendapatan Asli Daerah. Peningkatan Pendapatan Asli Daerah tentunya tidak terlepas dari kemampuan pemerintah dalam membina masyarakat dan unsur swasta dalam mewujudkan berbagai bidang usaha, untuk selanjutnya dapat memberikan masukan terhadap daerah.

Tingkat kemandirian keuangan suatu daerah dapat dilihat dari kontribusi Pendapatan Asli Daerah (PAD) terhadap penerimaan daerah dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD). Semakin tinggi proporsi PAD terhadap Penerimaan Daerah dalam APBD, semakin baik tingkat kemandirian keuangannya dan semakin besar kemampuan keuangan suatu daerah untuk membiayai pelaksanaan tugas tugas pemerintah dan pembangunan.

Realisasi Penerimaan Daerah dalam APBD untuk tahun 2010 sebesar Rp 858.373.082.062,- sebagian besar dana tersebut berasal dari dana perimbangan sebesar Rp 610.715.857.616,- yaitu bagi hasil pajak dan bukan pajak sebesar Rp 82.149.324.216,- Dana Alokasi Umum (DAU) sebesar Rp 499.448.133.400,- dan Dana Alokasi Khusus (DAK) sebesar Rp 29.118.400.000,-. Penerimaan daerah kota Surakarta masih mengandalkan dana perimbangan dari pemerintah pusat. Pendapatan Asli Daerah (PAD) khususnya yang berasal dari pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan dan lain lain PAD yang sah perlu dioptimalkan unatuk mencapai kemandirian.

APBD kota Surakarta tahun 2011 sebesar Rp 1.003.624.556.345,- karena ada penambahan yang cukup besar pada PAD kota Surakarta yang meliputi Pajak Air Tanah dan Pajak BPHTB. Data PAD dan Pajak Daerah yang ada dari tahun 2005 – 2010 tidak ada Pajak Air Tanah dan Pajak BPHTB. PAD dan Pajak Daerah tahun 2011 akan dikurangi Pajak Air Tanah dan Pajak BPHTB supaya dapat menyesuaikan data tahun 2005 – 2010. PAD tahun 2011 tersebut dapat dilihat pada tabel 1.1 sebagai berikut :

Tabel 1.1 Data PAD dan Pajak Daerah kota Surakarta beserta Pajak Pajaknya Tahun 2011

Jenis Pajak	Realisasi Anggaran
Pajak Hotel	15.266.131.499
Pajak Restoran	12.436.538.746
Pajak Hiburan	6.100.299.527
Pajak Reklame	5.208.406.763
Pajak Penerangan jalan	28.389.772.763
Pajak Parkir	1.384.195.616
Pajak Air Tanah	283.867.200
Pajak BPHTP	49.827.022.392

Sumber : DPPKAD kota Surakarta tahun 2011

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa PAD dan Pajak Daerah kota Surakarta ada 2 pajak penambahan maka dari itu untuk penyesuaian PAD dan Pajak Daerah harus dikurang 2 pajak tersebut. Pajak Daerah pada tahun 2011 sebesar Rp 118.816.234.506,- dan PAD tahun 2011 sebesar Rp 181.095.479.831,-

Tingkat kemandirian kota Surakarta selama periode tahun 2005 – 2011 ditunjukkan APBD kota Surakarta Tabel 1.2 berikut :

Tabel 1.2 APBD Pemerintahan kota Surakarta tahun 2005 – 2011

Tahun	PAD	APBD
2005	66.086.575.400	373.629.925.759
2006	78.637.865.549	510.880.033.618

2007	89.430.977.982	610.429.870.735
2008	102.929.501.970	751.268.361.957
2009	101.972.318.682	728.938.187.952
2010	114.141.348.062	858.373.082.062
2011	130.984.590.239	953.513.666.753

Sumber : APBD tahun 2005 – 2011

Tabel 1.2 menunjukkan PAD dan APBD kota Surakarta mengalami peningkatan setiap tahun. Pada tahun 2009 saja ada penurunan sedikit pada PAD dan APBD kota Surakarta. Peningkatan APBD dari tahun ke tahun terlihat di mana tahun 2005 sebesar Rp 373.629.925.759,- dan meningkat terus dari tahun sampai tahun 2011 menjadi Rp 953.513.666.753,-.

Berdasarkan hasil tersebut Pendapatan Asli Daerah Surakarta merupakan modal dasar untuk pembangunan di daerah Surakarta sekaligus merupakan bukti terhadap tingginya kesadaran masyarakat dalam mendukung pemerintahan dalam menggali sumber sumber Pendapatan Asli Daerah.

APBD kota Surakarta mengalami peningkatan yang cukup signifikan hal tersebut didukung dengan kemajuan pertumbuhan ekonomi di kota Surakarta yang cukup bagus. Dengan adanya berbagai kegiatan baik yang bersifat nasional maupun yang bersifat internasional mulai diadakan di kota Surakarta. Hal tersebut akan memicu pertumbuhan ekonomi di kota Surakarta. Pajak daerah yang masih bisa dikembangkan di kota Surakarta adalah Pajak Reklame. Banyak space iklan di kota Surakarta tetapi masih banyak juga yang belum digunakan secara optimal. Kontribusi Pajak Reklame pada Pajak Daerah menempati urutan ke lima setelah Pajak Penerangan Jalan, Pajak Hotel, Pajak Restoran dan Pajak Hiburan. Hal ini dapat dilihat pada tabel 1.3 dibawah ini.

Tabel 1.3 Pajak Daerah kota Surakarta tahun 2005 – 2011 (dalam jutaan)

PAJAK	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Hotel	3.595	4.202	4.440	5.213	7.521	10.799	15.266
Restoran	4.731	5.779	6.193	7.647	9.044	10.454	12.436
Hiburan	2.731	3.398	3.398	4.812	5.107	5.737	6.100
Reklame	2.319	3.734	3.411	3.527	3.850	4.967	5.208
Pen jal	15.134	17.949	22.840	24.902	25.937	28.892	28.309
Parkir	251	364	545	752	972	1.059	1.384

Sumber : DPPKAD kota Surakarta tahun 2005 - 2011

Tabel tersebut diatas dapat dilihat dari komponen Pajak Hiburan dan Pajak reklame mempunyai kontribusi yang hampir sama terhadap PAD dari tahun 2005 – 2007 tetapi setelah tahun 2008 – 2011 perbedaan kontribusi antara Pajak hiburan dan Reklame lebih tinggi kontribusi pajak hiburan. Pertumbuhan ekonomi yang bagus seperti kota Surakarta sudah seharusnya Pajak Reklame di kota Surakarta mengalami peningkatan yang cukup bagus.

Pencapaian target Pajak Reklame di kota Surakarta selama periode 2005 – 2011 ditunjukkan pada tabel 1.4 berikut :

Tabel 1.4 Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame kota Surakarta Tahun 2005 – 2011

Tahun	Target	Realisasi	Tingkat Pencapaian (%)
2005	2.279.720.956	3.319.096.340	145
2006	3.702.000.000	3.692.440.678	99,74
2007	3.416.000.000	3.441.757.909	100,75
2008	3.450.000.000	3.527.909.910	102,26
2009	4.500.000.000	3.850.377.341	85,56
2010	4.550.000.000	4.697.717.016	103,25
2011	5.041.150.000	5.208.406.763	103,32
Rata	3.269.838.708	3,819.672.158	105,78

Sumber : perhitungan APBD tahun 2005 – 2011 (data diolah)

Tabel 1.4 menunjukkan bahwa tingkat pencapaian target Pajak Reklame selama periode pengamatan cukup tinggi yaitu rata-rata sebesar 105,78 % pencapaian tertinggi pada tahun 2005 sebesar 145,59% dan terendah pada tahun 2009 sebesar 85,56 %. Dua periode tahun yang tidak melampaui target yaitu pada tahun 2006 dan tahun 2009. Target dari tahun ke tahun Pajak reklame mengalami kenaikan.

Potensi Pajak Reklame di kota Surakarta sangatlah besar mengingat banyak sekali titik reklame di kota Surakarta. Titik reklame di Surakarta ada sekitar 5838 titik. Pembayaran titik reklame tersebut dihitung secara tahunan hal tersebut berarti setiap wajib pajak hanya setahun sekali membayar pajak reklame. Wajib pajak tersebut tidak semuanya melakukan pembayaran pajak reklame. Pembayaran wajib pajak secara langsung datang ke kantor DPPKAD. Wajib pajak yang tidak tertib akan diberi surat pemberitahuan dari kantor DPPKAD. Pembayaran wajib pajak reklame sangat mudah dilakukan di kantor DPPKAD tidak begitu banyak antrian karena para wajib pajak hanya setahun sekali membayar pajaknya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, studi ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana Kinerja Pajak Reklame di kota Surakarta dari tahun 2005 – 2011 yang meliputi :

- a. Bagaimana tingkat pertumbuhan Pajak Reklame di kota Surakarta dari tahun 2005 – 2011
 - b. Bagaimana kontribusi Pajak Reklame di kota Surakarta dari tahun 2005 – 2011
 - c. Bagaimana tingkat efektifitas Pajak Reklame di kota Surakarta dari tahun 2005 – 2011
 - d. Bagaimana tingkat efisiensi Pajak Reklame di kota Surakarta dari tahun 2005 - 2011
2. Bagaimana klasifikasi Pajak Reklame di kota Surakarta tahun 2005 – 2011
 3. Bagaimana potensi Pajak Reklame di kota Surakarta tahun 2005 - 2011

C.Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui Kinerja Pajak Reklame di kota Surakarta tahun 2005 – 2011 yang meliputi :
 - a. Untuk mengetahui tingkat pertumbuhan Pajak Reklame di kota kota Surakarta tahun 2005 -2011
 - b. Untuk mengetahui kontribusi Pajak Reklame di kota Surakarta tahun 2005 – 2011
 - c. Untuk mengetahui tingkat efektifitas Pajak Reklame di kota Surakarta tahun 2005 – 2011
 - d. Untuk mengetahui tingkat efisiensi Pajak Reklame di kota Surakarta tahun 2005 - 2011

2. Mengetahui klasifikasi Pajak Reklame di kota Surakarta dari tahun 2005 – 2011
3. Untuk mengetahui potensi Pajak Reklame di kota Surakarta tahun 2005 - 2011.

D.Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

- 1 Memberikan informasi kepada masyarakat tentang Pendapatan Asli Daerah Surakarta khususnya Pajak Reklame 2005 - 2011.
- 2 Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan kepada Pemerintah Kota Surakarta dalam kaitannya dengan kebijakan tentang Pajak Reklame di masa yang akan datang terutama dalam penetapan target penerimaan sehingga dapat ditingkatkan guna mendukung pembiayaan dalam rangka penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan daerah.
- 3 Menjadi bahan referensi bagi penulisan tesis berikut

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teoritis

commit to user

1 Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD)

Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) adalah rencana keuangan tahunan pemerintah daerah Indonesia yang disetujui oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah. APBD ditetapkan dengan Peraturan Daerah. Fungsi APBD adalah:

- a. Fungsi otoritas bermakna bahwa anggaran daerah menjadi dasar untuk merealisasi pendapat dan belanja pada tahun yang bersangkutan. Tanpa dianggarkan dalam APBD sebuah kegiatan tidak memiliki kekuatan untuk dilaksanakan.
- b. Fungsi perencanaan bermakna bahwa anggaran daerah menjadi pedoman bagi manajemen dalam merencanakan pada tahun yang bersangkutan.
- c. Fungsi perencanaan bermakna bahwa anggaran daerah menjadi pedoman bagi manajemen dalam merencanakan kegiatan pada tahun yang bersangkutan.
- d. Fungsi pengawasan mengandung makna bahwa anggaran daerah menjadi pedoman untuk menilai keberhasilan atau kegagalan penyelenggaraan pemerintah daerah.
- e. Fungsi alokasi mengandung makna bahwa anggaran daerah harus diarahkan untuk menciptakan lapangan kerja, mengurangi pengangguran, dan pemborosan sumberdaya, serta meningkatkan efisiensi dan efektifitas perekonomian daerah.
- f. Fungsi distribusi memiliki makna bahwa kebijakan dalam penganggaran daerah harus memperhatikan rasa keadilan dan kepatutan

commit to user

g. Fungsi stabilitas memiliki makna bahwa anggaran daerah menjadi alat untuk memelihara dan mengupayakan keseimbangan fundamental perekonomian daerah.

2. Keuangan Daerah

Pengertian keuangan daerah menurut Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 29 Tahun 2002 tentang Pedoman Pengurusan, Pertanggungjawaban dan Pengawasan Keuangan Daerah serta Tata Cara Penyusunan Pendapatan dan Belanja Daerah, Pelaksanaan Tata Usaha Keuangan Daerah dan Penyusunan Perhitungan Anggaran.

Pengertian keuangan Daerah dikemukakan oleh Tjaradinata (2000:7) memberikan pengertian keuangan daerah yaitu :

Keseluruhan hak dan kewajiban yang dinilai dengan uang atau barang yang dimiliki daerah sebagai sumber kekayaan setiap daerah serta oleh negara atau daerah yang lebih tinggi serta pihak pihak lain sesuai ketentuan dan peraturan perundangan yang berlaku

Pasal 1 ayat (5) dari Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2005 dan pasal 1 yang dimaksud dengan Keuangan Daerah adalah semua hak dan kewajiban daerah dalam penyelenggaraan pemerintahan daerah yang dapat dinilai dengan uang, termasuk didalamnya segala bentuk kekayaan yang berhubungan dengan hak dan kewajiban daerah tersebut. Pengelolaan keuangan daerah oleh pemerintah daerah merupakan implementasi dari pelaksanaan otonomi daerah. Daerah dapat menggunakan hak, wewenang, kewajiban dan tanggungjawab untuk mengatur rumah tangganya sendiri.

Daerah harus dapat menggali potensi yang ada di daerahnya sendiri yang selanjutnya dapat dikelola secara optimal sehingga dapat digunakan untuk membiayai kebutuhan pembangunan daerah.

Pasal 4 ayat (1) dan (2) dari PP RI Nomor 58 Tahun 2005 tentang Pengelolaan Keuangan Daerah, yang merupakan penjelasan Undang Undang RI no 17 tahun 2003 dan Undang Undang RI Nomor 32 Tahun 2004 dan Undang Undang Nomor 33 Tahun 2004 telah dijelaskan bahwa keuangan daerah dikelola secara tertib, taat pada peraturan perundang-undangan, efisien, ekonomis, efektif, transparan dan bertanggungjawab dengan memperhatikan asas keadilan, kepatuhan dan manfaat untuk masyarakat. Dan pengelolaan keuangan daerah dilaksanakan dalam suatu sistem yang terintegrasi yang diwujudkan dalam APBD yang setiap tahun ditetapkan dengan peraturan daerah.

3. Pengertian Pendapatan Asli Daerah

Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah pendapatan yang diperoleh daerah yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai peraturan perundang-undangan. Sumber sumber PAD menurut Pasal 6 ayat (1) UU Nomor 33 tahun 2004 terdiri dari Pajak Daerah, Retribusi Daerah, Hasil Pengelolaan daerah lain yang dipisahkan, dan Lain lain PAD yang dipisahkan. Pendapatan Asli Daerah perlu ditingkatkan dan diperluas pungutannya mengingat dimasa yang akan datang fungsi PAD akan lebih dominan dibanding dengan dana bantuan dari pusat (DAK an DAU) dalam pembangunan daerah.

Beberapa hal yang menyebabkan rendahnya Pendapatan Asli Daerah (Santoso,1995 : 24) yaitu :

- a. Banyaknya sumber pendapatan kota/kabupaten yang besar tapi digali oleh instansi yang lebih tinggi
- b. BUMN belum banyak memberikan keuntungan kepada Pemda
- c. Adanya kebocoran kebocoran
- d. Adanya biaya pungut yang masih tinggi
- e. Kurangnya kesadaran masyarakat dalam membayar pajak dan retribusi daerah
- f. Banyaknya peraturan daerah yang belum disesuaikan dan disempurnakan
- g. Kemampuan masyarakat untuk membayar pajak sangat rendah
- h. Perhitungan potensi tidak dilakukan

Undang undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah adalah hak pemerintah daerah yang diakui sebagai penambahan nilai kekayaan bersih dalam periode tahun yang bersangkutan. Pasal 5 ayat (2) dalam UU nomor 33 tahun 2004 juga dijelaskan bahwa pendapatan daerah bersumber dari Pendapatan Asli Daerah, Dana Perimbangan dan Lain lain Pendapatan.

4. Pengertian Pajak Daerah

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

Davey (1988:40) mengemukakan bahwa pengertian pajak daerah adalah sebagai berikut :

- a. Pajak yang dipungut pemerintah daerah dengan peraturan dari daerahnya sendiri
- b. Pajak yang dipungut berdasarkan peraturan nasional tetapi penerapan tarifnya dilakukan oleh pemerintah daerah
- c. Pajak yang dipungut dan diadminstrasikan oleh pemerintah pusat tetapi hasil pungutannya diberikan kepada, dibagi hasil dengan atau dibebani pungutan tambahan oleh pemerintah daerah

Lebih lanjut Siahaan (2006:10) menjelaskan bahwa pengertian pajak daerah adalah: merupakan iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan kepada pemerintah daerah, tanpa imbalan langsung seimbang yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang undangan yang berlaku yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintahan daerah dan pembangunan daerah.

Pajak daerah merupakan pajak yang ditetapkan oleh pemerintah daerah dengan peraturan daerah (Perda), yang wewenang pungutannya dilaksanakan oleh pemerintah daerah dan hasilnya digunakan untuk membiayai pengeluaran pemerintah daerah dalam pelaksanaan pemerintah dan pembangunan.

5. Fungsi Pajak

Pajak mempunyai peranan yang sangat penting dalam kehidupan bernegara, khususnya di dalam pelaksanaan karena pajak merupakan sumber pendapatan negara untuk membiayai semua pengeluaran termasuk pengeluaran pembangunan.

Berdasarkan hal di atas maka pajak mempunyai beberapa fungsi yaitu:

a. Fungsi Anggaran (budgetair)

Sebagai pendapatan daerah pajak berfungsi untuk membiayai pengeluaran pengeluaran daerah. Untuk menjalankan tugas tugas rutin negara melaksanakan pembangunan, negara membutuhkan biaya. Biaya ini dapat diperoleh dari penerimaan pajak. Dewasa ini pajak digunakan untuk pembiayaan rutin seperti belanja pegawai, belanja barang, pemeliharaan, dan lain sebagainya. Untuk pembiayaan pembangunan, uang dikeluarkan dari tabungan pemerintah, yakni penerimaan dalam daerah dikurangi pengeluaran rutin. Tabungan pemerintah ini dari tahun ke tahun harus ditingkatkan sesuai kebutuhan pembiayaan pembangunan yang semakin meningkat dan ini terutama diharapkan dari sektor pajak.

b. Fungsi mengatur (regulerend)

Pemerintahan bisa mengatur pertumbuhan ekonomi melalui kebijaksanaan pajak. Dengan fungsi mengatur, pajak bisa digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan. Contohnya dalam rangka menggiring penanaman modal, baik dalam negeri maupun luar negeri, diberikan berbagai macam fasilitas keringanan pajak. Dalam rangka melindungi produksi dalam negeri, pemerintah menetapkan bea masuk yang tinggi untuk produk luar negeri

c. Fungsi stabilitas

Dengan adanya pajak, pemerintah memiliki dana untuk menjalankan kebijakan yang berhubungan dengan stabilitas harga sehingga inflasi dapat dikendalikan. Hal ini bisa dilakukan antara lain dengan jalan mengatur peredaran uang di masyarakat, pemungutan pajak, penggunaan pajak yang efektif dan efisien.

d. Fungsi distribusi pendapatan

Pajak yang sudah dipungut oleh negara akan digunakan untuk membiayai semua kepentingan umum, termasuk juga untuk membiayai pembangunan sehingga dapat membuka kesempatan kerja, yang pada akhirnya akan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

6. Teori Pemungutan Pajak

R Santoso Brotodiharja SH, dalam bukunya Pengantar Ilmu Hukum Pajak, ada beberapa teori yang mendasari adanya pemungutan pajak, yaitu :

- a. Teori asuransi, menurut teori ini, negara mempunyai tugas untuk melindungi warganya dari segala kepentingan baik

commit to user

keselamatan jiwanya maupun keselamatan harta bendanya. Perlindungan tersebut diperlukan biaya seperti layaknya dalam perjanjian asuransi diperlukan adanya pembayaran premi. Pembayaran pajak ini dianggap sebagai pembayaran premi negara. Teori ini banyak ditentang karena negara tidak boleh disamakan dengan perusahaan asuransi.

- b. Teori kepentingan, menurut teori ini, dasar pemungutan pajak adalah adanya kepentingan dari masing masing warga negara. Termasuk kepentingan dalam perlindungan jiwa dan harta. Semakin tinggi tingkat kepentingan perlindungan, maka semakin tinggi pula pajak yang harus dibayarkan. Teori ini banyak ditentang, karena pada kenyataannya bahwa tingkat kepentingan perlindungan orang miskin lebih tinggi daripada orang kaya. Perlindungan jaminan sosial, kesehatan dan lain lain. Orang miskin justru dibebaskan dari beban pajak.

7. Syarat Pemungutan Pajak Daerah

Pembebanan pajak kepada rakyat bukannya hal yang mudah. Pajak yang terlalu tinggi sangat membebani rakyat. Pajak yang terlalu rendah akan menghambat lajunya pembangunan. Pemungutan pajak harus memenuhi persyaratan agar tidak membebani rakyat yaitu :

- a. Pemungutan pajak harus adil

Produk hukum pajak pun mempunyai tujuan untuk menciptakan keadilan dalam pemungutan pajak. Adil perundang undangan maupun adil dalam pelaksanaannya.

b. Pengaturan pajak harus berdasarkan UU

Pasal 23 UUD 1945 yang berbunyi : “Pajak dan pungutan yang bersifat untuk keperluan negara diatur dengan Undang – Undang “, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam penyusunan UU tentang pajak, yaitu :

- 1) Pemungutan pajak yang dilakukan oleh negara yang berdasarkan UU tersebut harus dijamin kelancarannya
- 2) Jaminan hukum bagi para wajib pajak untuk tidak diperlakukan secara umum
- 3) Jaminan hukum akan terjaganya kerahasiaan bagi para wajib pajak

c. Pengaturan pajak tidak mengganggu perekonomian

Pemungutan pajak harus diusahakan sedemikian rupa agar tidak mengganggu kondisi perekonomian, baik kegiatan produksi, perdagangan maupun jasa. Pemungutan pajak jangan sampai merugikan kepentingan masyarakat dan menghambat lajunya usaha masyarakat pemasok pajak, terutama masyarakat kecil dan menengah.

d. Pemungutan pajak harus efisien

Biaya biaya yang dikeluarkan dalam rangka pemungutan pajak harus diperhitungkan. Pajak yang diterima jangan sampai lebih rendah daripada biaya pengurusan pajak tersebut. Oleh karena itu, sistem pemungutan pajak harus sederhana dan mudah untuk dilaksanakan. Wajib pajak tidak akan mengalami kesulitan dalam pembayaran pajak baik dari segi

perhitungan maupun dari segi waktu jika pemungutannya dilaksanakan seefisien mungkin.

e. Sistem pemungutan pajak harus sederhana

Bagaimana pajak dipungut akan sangat menentukan keberhasilan dalam pungutan pajak. Sistem yang sederhana akan memudahkan wajib pajak dalam menghitung beban pajak yang harus dibiayai sehingga akan memberikan dampak positif bagi wajib pajak untuk meningkatkan kesadaran dalam pembayaran pajak. Sebaliknya, jika sistem pemungutan pajak rumit, orang akan semakin enggan membayar pajak.

8. Jenis-jenis Pajak Daerah

Setiap jenis pajak yang diberlakukan harus berdasarkan dasar hukum yang kuat untuk menjamin kelancaran pengenaan dan pemungutannya. Hal ini juga berlaku untuk pajak daerah. Pajak daerah berdasarkan Undang Undang Nomor 34 tahun 2000 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah terbagi menjadi dua, yaitu pajak propinsi dan pajak kabupaten/kota. Pembagian ini dilakukan sesuai dengan kewenangan pengenaan dan pemungutan masing masing jenis pajak daerah pada wilayah administrasi propinsi atau kabupaten kota yang bersangkutan. Jenis jenis Pajak Daerah yang boleh dipungut oleh propinsi adalah : (i) Pajak kendaraan bermotor dan kendaraan di atas air, (ii) Bea balik nama kendaraan bermotor dan kendaraan di atas air, (iii) Pajak bahan bakar kendaraan bermotor, (iv) Pajak pengambilan dan pemanfaatan air bawah tanah dan air permukaan. Sedangkan jenis pajak yang boleh dipungut oleh kabupaten/kota adalah : (i) Pajak hotel, (ii) Pajak Restoran, (iii) Pajak hiburan,

(iv) Pajak Reklame, (v) pajak Penerangan jalan (vi) Pajak pengambilan bahan galian golongan C, (vii) Pajak parkir

9. Pajak Reklame

Pajak Reklame adalah salah satu pajak daerah dan salah satu sumber pendapatan asli daerah yang menunjukkan posisi strategis dalam hal pendanaan pembiayaan pemerintah daerah. PAD merupakan bagian dari pendapatan daerah yang salah satu sumbernya 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.

Dasar hukum pajak reklame pada suatu kabupaten atau kota adalah Undang-undang No 18 Tahun 1997 sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang No 34 tahun 2000 tentang pajak daerah, Peraturan Pemerintah Nomor 65 tahun 2001, Peraturan daerah kota Surakarta Nomor 5 tahun 1999. Asas yang mendasari penegihan dan pembebanan Pajak Reklame menurut Mardiasmono (2000) meliputi :

- a. Memberikan kemudahan dan kesederhanaan
- b. Kepastian hukum
- c. Mudah mengerti dan adil
- d. Menghindari pajak berganda.

Pajak Reklame merupakan pajak daerah yang hasil penerimaannya harus seluruhnya diserahkan kepada Daerah Kabupaten/Kota. Khusus pajak reklame yang dipungut oleh pemerintah Kota sebagian diperuntukkan bagi desa di

wilayah kota yang bersangkutan. Reklame adalah benda, alar, perbuatan, media menurut bentuk dan corak ragamnya memiliki tujuan komersial, digunakan untuk memperkenalkan, mengemukakan atau memujikan suatu barang, jasa atau orang ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau yang dapat dilihat dan atau didengar dari suatu tempat umum, kecuali yang dilakukan pemerintah.

Jenis-jenis Reklame

Penyelenggaraan reklame yang ditetapkan menjadi obyek Pajak Reklame (Perda kota Surakarta No 5 Tahun 1999 tentang Pajak Reklame) adalah sebagaimana tersebut di bawah ini:

- a. Reklame billboard papan sejenis yaitu reklame yang terbuat dari bahan besi, seng, aluiminium, plastic dan bahan kayu yang sejenis yang dipasang atau digantung atau dibuat pada bangunan, tembok, dinding, pagar, pohon, tiang dan sebagainya baik yang tanpa lampu dengan lampu atau neon sign.
- b. Reklame spanduk yaitu reklame yang diselenggarakan dengan bahan kain.
- c. Reklame poster temple/plakat yaitu reklame dengan bahan seng, bahan kertas dan sticker
- d. Promosi keliling yaitu reklame yang dilakukan dengan kendaraan tanpa suara ataupun dengan kendaraan dengan alat suara
- e. Peragaan yaitu reklame yang diselenggarakan dengan cara meperagakan suatu barang dengan ataupun tanpa suara yang dilakukan sepanjang tidak dipungut biaya didalam atau diluar gedung secara langsung maupun tidak langsung.

- f. Reklame selebaran yaitu reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempelkan, diletakan, dipasangkan, digantung pada suatu benda lain baik berupa terbuat dari plastic ataupun kertas.
- g. Theater promosi yaitu reklame yang ditampilkan pada slide kaca, film show ataupun trailer.
- h. Reklame Slide baik yang dilakukan oleh RRI maupun Non RRI

B. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang terdahulu, yang pernah melakukan berbagai penelitian berkaitan dengan studi pengelolaan sumber sumber Pendapatan Asli Daerah, dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Warsono (2009) melakukan penelitian tentang pertumbuhan, kontribusi dan proyeksi Pajak Daerah dan Retribusi Daerah di Kabupaten Boyolali. Penelitian dilakukan dalam kurun waktu 2003 – 2007. Pertumbuhan ekonomi Kabupaten Boyolali tahun 2007 berdasarkan PDRB Atas Dasar Harga Berlaku (ADHB) sebesar 10,84% sedangkan Atas Dasar Harga Konstan (ADHK) sebesar 9,16% dan ADHK sebesar 4,08% terlihat adanya peningkatan pertumbuhan ekonomi yang cukup signifikan di kabupaten Boyolali dalam tahun 2007. Dampak dari pertumbuhan ekonomi tersebut antara lain menurunnya kemiskinan di Kabupaten Boyolali dari 39% di tahun 2006 menjadi 33% di tahun 2007. Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Boyolali berkembang pesat karena perkembangan Pajak Daerah dan Retribusi Daerah di Kabupaten Boyolali yang berkembang pesat.

2. Prabowo (2009), menghitung efisiensi dan efektifitas pengelolaan biaya pemungutan PBB di Kabupaten Karanganyar, berdasarkan aspek keuangan, penggunaan biaya pemungutan PBB telah dilaksanakan secara cukup efisien (pada kisaran rasio 95% sampai 100%) dan pengelolaan biaya pemungutan secara umum telah dilaksanakan sangat efektif (pada kisaran rasio di atas 80%), namun belum mampu memaksimalkan penerimaan PBB. Bahwa selama lima tahun terakhir terdapat kecenderungan penurunan persentase penerimaan PBB yang semakin besar tiap tahunnya, yaitu 1% pada tahun 2005 – 2006, 3% pada 2006 – 2007 dan 5% pada 2007.
3. Mahardika (2001) menghitung efisiensi dan efektifitas pemungutan Retribusi Pasar di Kabupaten Sleman, berdasarkan aspek keuangan, penggunaan biaya pemungutan Retribusi Pasar telah dilaksanakan secara cukup efisien yaitu 36,8% untuk tahun 1997/1998, 46,6% untuk tahun 1998/1999 dan 52,1% untuk tahun 1999/2000. Sedangkan tingkat efisiensi secara rata-rata pertahunnya adalah 45,2% angka tersebut menunjukkan bahwa terletak pada tingkat cukup efisien. Tingkat efektifitas dari pengelolaan Retribusi di Kabupaten Sleman adalah 86,8% untuk 1997/1998, 90,9% untuk tahun 1998/1999 dan 61,8% di tahun 1999/2000. Sedangkan tingkat efektifitas rata rata per tahun adalah 79,7%, angka ini menunjukkan bahwa tingkat efektifitas secara rata-rata per tahun dari pengelolaan retribusi pasar di Kabupaten Sleman tersebut teletak pada tingkat cukup efektif.
4. Prakoso (2009) menghitung potensi, upaya pajak, efisiensi, efektivitas dan elastisitas Pajak Hotel di Kabupaten Klaten. Data yang digunakan adalah *commit to user*

adalah data tahun 2003 – 2008 setelah pelaksanaan otomoni daerah di era reformasi. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan wawancara langsung dengan pihak-pihak terkait dengan penelitian ini seperti dengan pegawai hotel, petugas pungut Dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPPKAD) dan Pejabat bagian Pendapatan Asli Daerah DPPKAD Klaten. Data sekunder diambil dari data resmi DPPKAD kabupaten Klaten, BPS dan Dinas Pariwisata yang meliputi data target dan realisasi Pajak Hotel, Pajak Daerah, PDRB dan jumlah hotel.

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa Potensi Pajak Hotel Kabupaten Klaten tahun 2003 – 2008 rata-rata sebesar Rp 250.514.310,-. Sedang realisasi penerimaan Pajak Hotel di tahun yang sama sebesar Rp 90.803.731,- atau hanya 36,27% dari potensi. Perhitungan upaya pajak yang merupakan rasio antara penerimaan Pajak Hotel dengan PDRB sebesar 0,00136%. Efisiensi yang menunjukkan bahwa rasio antara biaya pungut dengan realisasi penerimaan rata-rata sebesar 7,67%. Efektivitas pemungutan Pajak Hotel dilihat dari rasio antara realisasi dengan target sebesar 99,6%, sedangkan dilihat dari perbandingan antara realisasi pajak dengan potensi rata-rata sebesar 36,27%, elastisitas pajak hotel sebesar 1,24 atau lebih besar dari 1 sehingga elastis. Hasil perhitungan tren menunjukkan arah positif sehingga ada kecenderungan peningkatan Pajak Hotel di masa mendatang.

Pemerintah kabupaten Klaten perlu mengambil kebijakan dan tindakan untuk meningkatkan Pajak Hotel diantaranya dengan melakukan intensifikasi dan ekstensifikasi Pajak Hotel, menyederhanaan aturan pemungutan Pajak serta memberikan tindakan yang tegas terhadap wajib pajak yang tidak mematuhi peraturan.

C.Kerangka Pemikiran

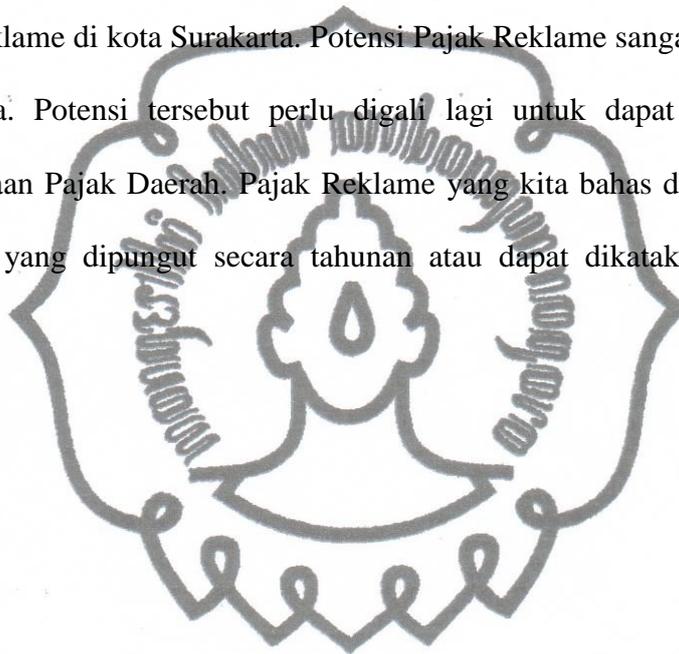
Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah penerimaan yang diperoleh daerah dari sumber sumber dalam wilayahnya sendiri yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang undangan yang berlaku.

Untuk kelangsungan pembangunan di daerahnya untuk mencapai kemandirian maka pemerintah daerah mengandalkan PAD dalam membiayai pembangunan di daerahnya untuk mencapai kemandirian. Maka dari itu pemerintah harus berusaha mengoptimalkan pendapatan dari PAD tersebut.

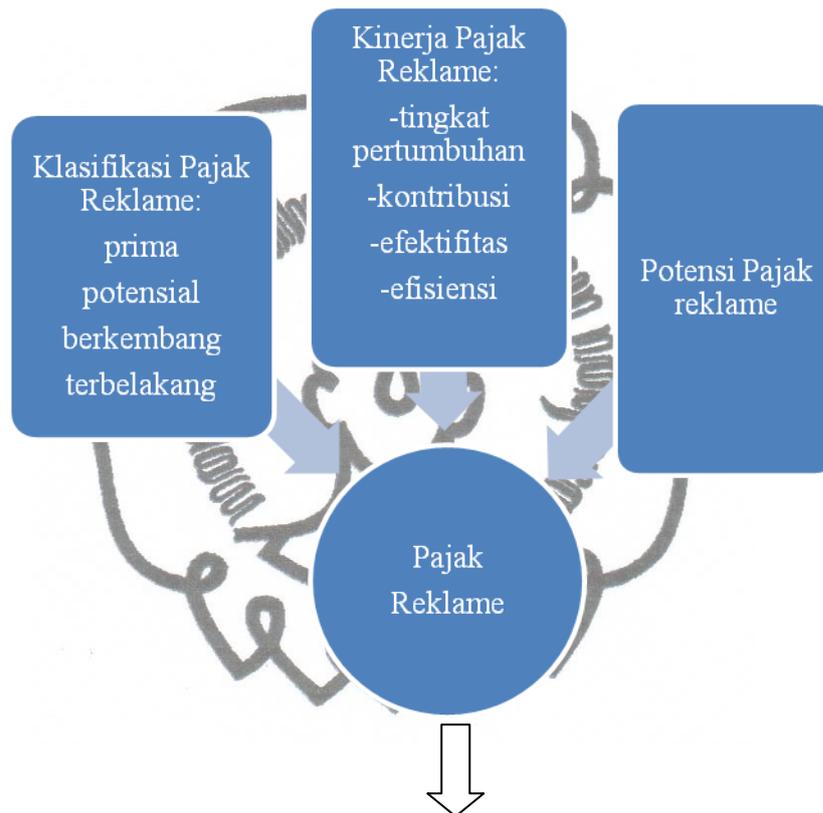
Komponen PAD tersebut Pajak Daerah merupakan komponen yang sangat potensial untuk ditingkatkan penerimaannya karena seiring dengan pertumbuhan ekonomi di suatu daerah dan perubahan perilaku masyarakat yang suka akan hal hal yang baru dan menarik maka akan membuka penarik para pemilik brand untuk mempromosikan produknya dengan pemasangan reklame.

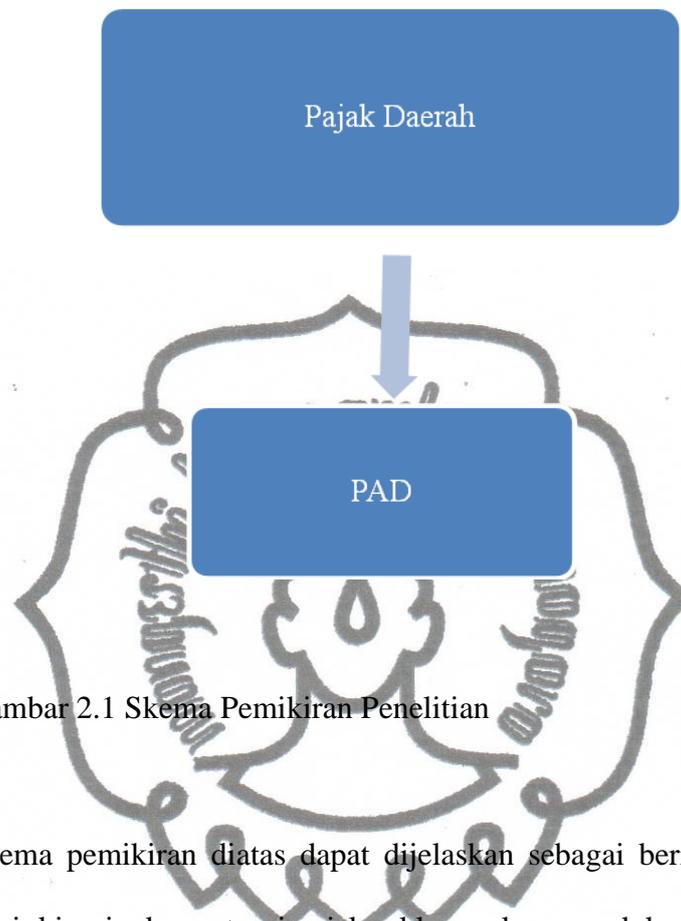
Pada tahun pengamatan (2005 – 2011) penerimaan Pajak Reklame di kota Surakarta selalu mengalami kenaikan. Tetapi ada kecenderungan tidak naik secara optimal seperti Pajak Daerah yang lainnya. Penelitian tentang Kinerja, klasifikasi, dan Potensi Pajak Reklame belum pernah dilakukan.

Kinerja Pajak Reklame diukur dengan tingkat pertumbuhan, kontribusi, efektifitas dan efisiensi. sumber data yang diperlukan target dan realisasi Pajak Reklame. Klasifikasi Pajak Reklame diukur dengan analisis Overlay dengan data yang diperlukan adalah tingkat pertumbuhan dan kontribusi dari Pajak Reklame itu sendiri. Klasifikasi ini untuk mengetahui bagaimana potensial pajak reklame di kota Surakarta. Potensi Pajak Reklame sangatlah besar di kota Surakarta. Potensi tersebut perlu digali lagi untuk dapat mengoptimalkan penerimaan Pajak Daerah. Pajak Reklame yang kita bahas disini adalah pajak reklame yang dipungut secara tahunan atau dapat dikatakan reklame yang tetap.



Secara skema kerangka pemikiran penelitian ini sebagai berikut





Gambar 2.1 Skema Pemikiran Penelitian

Skema pemikiran diatas dapat dijelaskan sebagai berikut : bahwa dari klasifikasi, kinerja dan potensi pajak reklame akan mendukung Pajak Reklame sendiri sebagai salah satu pajak daerah. Pajak Reklame adalah salah satu pajak daerah yang memberikan kontribusi dari 6 pajak daerah yang ada di kota Surakarta. Kinerja Pajak Reklame yang optimal yang didukung dari tingkat pertumbuhan, kontribusi, efeisiensi dan efektifitas akan memberikan sumbangan yang besar terhadap pajak reklame itu sendiri. Klasifikasi pajak reklame yang prima, potensial, berkembang ataupun terbelakang akan memberi masukan terhadap keberadaan pajak reklame sendiri. Potensi pajak reklame yang digali secara optimal dapat memperbesar kontribusi pajak reklame.

Pajak Reklame adalah salah satu pendukung Pajak Daerah yang potensial di kota Surakarta. Pajak reklame yang optimal akan memperbesar pendapatan Pajak Daerah. Pajak Daerah merupakan komponen yang diandalkan dari pendapatan daerah kota Surakarta sendiri untuk membiayai daerah Surakarta. Pajak daerah merupakan komponen dari PAD (Pendapatan Asli Daerah). PAD inilah yang akan diandalkan kota Surakarta untuk menuju ke kota yang mandiri.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Tipe penelitian dalam tulisan ini adalah deskriptif analisis. Dalam penelitian ini peneliti mengamati, mencatat membuat respon mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan data data yang diperlukan. Faktor faktor yang diajukan dalam penelitian ini berkaitan dengan koreksi terhadap pendekatan evaluasi tingkat efisiensi, berdasarkan input dan output Pendapatan Asli Daerah (PAD).

B. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sumber sumber asli untuk tujuan tertentu (Kuncoro,2003:136)

Data primer aktif, cara mendapatkan data dengan menanyai responden baik secara personal maupun tidak. Metode ini diperoleh dengan metode interview terhadap para personal yang berhubungan dengan Pajak Reklame. Peneliti akan melakukan interview terhadap beberapa responden seperti yang tertera pada tabel 3.1 berikut ini:

Tabel 3.1 Responden yang diinterview beserta wawancara

Responden	Interview
Kepala DPPKAD Kota Surakarta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adakah pembagian zona reklame di kota Surakarta 2. Bagaimana biaya pemasangan reklame di kota Surakarta 3. Sebagaimanakah menonjolnya Pajak reklame di kota Surakarta 4. Apakah sikap pemerintah menghadapi reklame ilegal 5. Bagaimana sikap pemerintah terhadap titik reklame yang tidak dibayar
Ketua keuangan DPPKAD Surakarta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaiman penataan reklame di kota surakarta 2. Bagaimana proses perijinan reklame di kota Surakarta 3. Bagaimana perhitungan setiap titik reklame di kota Surakarta 4. Bagaimana pertumbuhan titik reklame di kota Surakarta 5. Bagaimana tindakan pemerintah terhadap wajib pajak yang tidak patuh

Sumber : data primer diambil periode Januari – Mei 2012

2. Data Sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain
(Kuncoro,2003:127)

Adapun alasan menggunakan data sekunder adalah:

- a. Penghematan waktu
- b. Kecermatan. Pencari data akan lebih yakin dengan data sekunder yang ditemukan karena berbagai kutipan yang penting akan lebih mudah ditemukan
- c. Efektifitas biaya.

Data sekunder ini dilakukan peneliti dengan menggunakan metode dokumentasi. Dokumentasi pencarian data tersebut dilakukan peneliti di kantor DPPKAD kota Surakarta, perpustakaan serta dari penelitian penelitian terdahulu. Data yang dibutuhkan peneliti seperti tercantum pada tabel 3.2 sebagai berikut:

Tabel 3.2 Data yang berhubungan dengan Pajak Reklame.

Metode	Data yang diperlukan
Dokumentasi dilakukan di kantor DPPKAD kota Surakarta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Data APBD kota Surakarta tahun 2005 – 2011 2. Data PAD kota Surakarta tahun 2005 – 2011 3. Data Pajak Daerah kota Surakarta tahun 2005 – 2011 4. Data Pajak Reklame kota Surakarta tahun 2005 – 2011
Studi dilakukan di perpustakaan UNS dan buku buku pegangan kuliah di MESP	<ol style="list-style-type: none"> 1. Buku buku pegangan kuliah 2. Buku buku yang bearhubungan dengan penelitian ini 3. PERDA kota Surakarta
Penelitian didapat dari perbendaharaan di	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penelitian terdahulu 2. Jurnal jurnal mengenai Pajak Daerah 3. Jurnal luar negeri

MESP UNS, perpustakaan UNS dan internet
--

Sumber : data sekunder periode 2005 - 2011

C. Definisi Operasional Variabel

- 1 Reklame adalah benda, alat-alat, atau media yang bentuk coraknya beragam yang dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan, memujikan barang, jasa atau orang ataupun untuk menarik perhatian umum kepada barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau dilihat, dibaca dan atau didengar di suatu tempat oleh umum.
- 2 Tingkat pertumbuhan adalah besarnya pertumbuhan yang dihitung dengan menggunakan prosentase.
- 3 Kontribusi adalah sumbangan baik berupa tenaga, pikiran ataupun biaya.
- 4 Efektifitas adalah perbandingan antara realisasi suatu pendapatan dan target yang ditetapkan

- 5 Efisiensi adalah perbandingan antara biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh suatu jenis penerimaan pajak, jika terjadi perubahan pada faktor yang mempengaruhinya.
- 6 Kinerja adalah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, misi, visi yang tertuang dalam perumusan skema strategis suatu organisasi.
- 7 Klasifikasi adalah pengelompokan atau penggolongan sesuatu berdasarkan persamaan dalam jenis, sifat, bentuk, ciri ciri yang sama agar lebih spesifik dalam penggolongannya
- 8 Potensi Pajak merupakan hasil temuan pendataan dilapangan yang berkaitan jumlah serta frekuensi obyek pajak yang kemudian dikalikan dengan tarif dasar pajak.

D. Teknik Analisis Data

1. Kinerja Pajak Reklame

a. Analisis Tingkat Pertumbuhan

Untuk mengetahui tingkat pertumbuhan pajak reklame digunakan rumus (Widodo:1990,22)

$$Xi = \frac{Xit - Xi(t-1)}{Xi(t-1)} \times 100\% \dots \dots \dots (3.1)$$

Dimana :

Xi adalah rasio pertumbuhan pajak reklame

Xit adalah jenis pajak reklame tahun ke t

Xit (t-1) jumlah pajak reklame tahun ke t-1

b. Analisis Tingkat Kontribusi

Untuk mengetahui kontribusi pajak reklame digunakan rumus sebagai berikut (Widodo : 1990,22):

$$X_{ii} = \frac{X_i}{X} \times 100\% \dots \dots \dots (3.2)$$

Dimana :

X_{ii} adalah rasio kontribusi pajak reklame

X_i adalah pajak reklame

X adalah total Pendapatan Asli Daerah

c. Analisis Efektivitas

Analisis efektifitas yaitu merupakan hubungan antara realisasi penerimaan pajak reklame terhadap target penerimaan pajak reklame yang memungkinkan apakah besarnya pajak reklame sesuai dengan target yang ada. Besarnya efektifitas pajak dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut (Nick Devas 1989:146) :

$$\text{analisis efektifitas} = \frac{\text{realisasi penerimaan pajak reklame}}{\text{target penerimaan pajak reklame}} \times 100\% \dots \dots \dots (3.3)$$

Kemampuan daerah dalam menjalankan tugas dikategorikan efektif apabila rasio yang dicapai minimal 100%. Namun semakin tinggi rasio efektifitas menggambarkan kemampuan daerah semakin baik. Departemen Dalam Negeri dalam Kepmendragi No.690.900-327, Tahun 1996 tentang efektifitas keuangan daerah otonom, mengkategorikan

kemampuan efektivitas keuangan daerah otonom ke dalam lima tingkat efektivitas seperti terlihat pada table berikut ini.

Tabel 3.3 Tabel tingkat efektifitas

Kemampuan Keuangan	Rasio kemandirian (%)
Sangat efektif	>100
Efektif	>90 - 100
Cukup efektif	>80 - 90
Kurang efektif	>60 - 80
Tidak efektif	<60

Sumber : Kepmendragi No 690.900-327/1996

Rasio Kemandirian = kemampuan daerah dalam membiayai sendiri kegiatan pemerintah

d. Analisis Efisiensi

Menurut Sidik (1994: 65-76), efisiensi dapat diukur dengan Cost of Colloction Effisiensi Ratio (CCER) yaitu dengan membandingkan input atau biaya yang dikeluarkan dalam pungutan Pajak reklame dan realisasi penerimaan pajak reklame. Yang dalam bentuk persamaan dapat ditulis sebagai berikut

$$CCER = \frac{\text{biaya pemungutan pajak reklame}}{\text{penerimaan pajak reklame}} \dots\dots\dots(3.4)$$

Dalam kasus ini CCER adalah rasio yang menetapkan tentang tingkat efisiensi pengelolaan pajak reklame. CCER berkisar antara 0,00 – 1,00 semakin mendekati 0,00 efisiensi pengelolaan pajak reklame semakin tinggi dan semakin mendekati 1,00 tingkat pengelolaan pajak reklame semakin rendah

2 Analisis Klasifikasi Pajak Reklame (Overlay)

Analisis overlay dimaksudkan adalah untuk melihat deskripsi perolehan pajak reklame berdasarkan criteria pertumbuhan dan criteria kontribusi.

Terdapat 4 kemungkinan dalam analisis overlay yaitu :

- a. Pertumbuhan (+) dan kontribusi (+) menunjukkan suatu kegiatan yang sangat dominan baik dari pertumbuhan maupun dari kontribusi
- b. Pertumbuhan (+) dan kontribusi (-) menunjukkan suatu kegiatan yang pertumbuhannya dominan tetapi kontribusinya kecil. Kegiatan ini dapat ditingkatkan kontribusinya untuk dipacu menjadi kegiatan dominan.
- c. Pertumbuhan (-) dan kontribusi (+) menunjukkan suatu kegiatan yang pertumbuhannya kecil tetapi kontribusinya besar, kegiatan ini sangat mungkin kegiatan sedang menurun
- d. Pertumbuhan (-) dan kontribusi (-) menunjukkan suatu kegiatan yang tidak potensial baik dari criteria pertumbuhan maupun kontribusi

Untuk mengetahui pajak daerah diperlukan identifikasi atau klarifikasi kondisi yang didasarkan pada jumlah serta perkembangan setiap jenis (PAD).

Identifikasi ini dilakukan dengan cara mematrik antara komposisi penerimaan dan pertumbuhan penerimaan, maksudnya adalah :

- a. Komposisi penerimaan pajak reklame terhadap rata rata hasil penerimaan seluruhnya
- b. Pertumbuhan penerimaan pajak reklame terhadap kenaikan atau pertumbuhan pajak reklame pada tahun anggaran sebelumnya.

Secara table matrik komposisi penerimaan dan pertumbuhan pajak reklame adalah sebagai berikut

Tabel 3.4 Tabel matrik komposisi penerimaan dan pertumbuhan

Kontribusi Pertumbuhan	$\frac{X_i}{X} \geq 1$ (tinggi)	$\frac{X_i}{X} < 1$ (rendah)
$\frac{DX_i}{DX} \geq 1$ (tinggi)	Prima	Berkembang
$\frac{DX_i}{DX} < 1$ (rendah)	Potensial	Terbelakang

Keterangan :

DX_i adalah pertumbuhan pajak reklame

DX adalah pertumbuhan Pendapatan Asli Daerah

X_i adalah pajak reklame

X adalah rata rata pajak reklame

Berdasarkan analisis overlay dan klasifikasi secara garis besar dikelompokkan menjadi 4 kondisi :

- a. Prima, apabila pajak daerah diberikan kontribusi
- b. Potensial, apabila pajak reklame diberikan kontribusi sama dengan atau lebih dari 1 prosen sedangkan pertumbuhan kurang dari 1 prosen
- c. Berkembang, apabila pajak reklame diberikan kontribusi kurang dari 1 prosen sedangkan pertumbuhan sama dengan atau lebih 1 prosen
- d. Terbelakang apabila pajak daerah diberikan kontribusi dan pertumbuhan kurang dari 1 prosen

3. Analisa Potensi Pajak Reklame

Potensi Pajak merupakan hasil temuan pendataan dilapangan yang berkaitan jumlah serta frekuensi objek pajak yang kemudian dikalikan dengan tarif dasar pajak. PERDA Pajak Reklame di kota Surakarta adalah PERDA no 5 tahun 1999. Bab VI pasal 21 tentang Pajak Reklame menyebutkan bahwa setiap penyelenggaraan reklame dipungut pajak dengan nama Pajak Reklame. Pasal 22 menjelaskan bahwa Pajak Reklame meliputi : reklame papan/ billboard/megatron dan sejenisnya, reklame kain, reklame melekat, striker, reklame selebaran, reklame berjalan, termasuk pada kendaraan, reklame udara, reklame apung, reklame suara, reklame slide dan reklame peragaan.

Potensi pajak reklame di kota Surakarta dapat dilihat dari para wajib pajak yang tidak dengan tertib membayar pajak. Pembayaran yang tertib pada pajak reklame akan menggali potensi yang besara dari pajak itu sendiri. Pengoptimalan dari para wajib pajak reklame sangat diperlukan untuk menghasilkan potensi yang besar pada pajak reklame.

Perhitungan pajak reklame di kota Surakarta mengacu pada PERDA kota Surakarta no 5 tahun 1999.

$$X = 25\% \times NS \dots \dots \dots (3.5)$$

$$NS = NJOP \text{ reklame} + \text{nilai Strategis}$$

Dimana :

$$X = \text{tarif pajak reklame}$$

$$NS = \text{nilai strategis}$$

$$NJOP = \text{nilai jual obyek pajak}$$

BAB IV

DESKRIPSI DAERAH DAN HASIL ANALISIS

A. Deskripsi Dearah Penelitian

1. Letak Geografis

Luas kota Surakarta mencapai 44,04 km yang terbagi dalam 5 kecamatan yaitu : kecamatan Laweyan, Banjarsari, Jebres, Purwosari dan Pasar Kliwon. Sebagian besar dipakai sebagai tempat pemukiman yaitu sekitar 64%, sedangkan untuk kegiatan ekonomi cukup besar yaitu sekitar 15 % lahan yang ada. Kota Surakarta terletak antara 110 45' 15" dan 110 45' 35" Bujur Timur dan antara 7 36' dan 7 56' Lintang Selatan. Kota Surakarta merupakan salah satu kota besar di Jawa Tengah yang menunjang kota kota lainnya seperti Semarang maupun Yogyakarta.

Wilayah kota Surakarta atau lebih dikenal dengan nama "Kota Solo" merupakan dataran rendah dengan ketinggian +- 92 m dari permukaan air laut. Batas wilayahnya meliputi :

- a. Sebelah Utara : kabupaten Boyolali
- b. Sebelah Timur : kabupaten Karanganyar
- c. Sebelah Selatan : kabupaten Sukoharjo
- d. Sebelah Barat : kabupaten Sukoharjo

2. Pemerintahan

Wilayah kota Surakarta terbagi dalam 5 kecamatan, 51 kelurahan, jumlah RW yang tercatat sebanyak 601 dan jumlah RT sebanyak 2.705. Dengan

jumlah KK sekitar 146.614, maka rata rata jumlah KK setiap RT berkisar sebesar 54 KK setiap RT.

Jumlah PNS di lingkungan pemerintahan di kota Surakarta pada tahun 2010 tercatat sebesar 10.284 orang. Dengan jumlah ini berarti terjadi penurunan sebesar 1,09% dibanding tahun sebelumnya tercatat sebesar 10.397 orang. Rasio pegawai laki laki dibanding pegawai perempuan sebesar 105 naik dibanding tahun sebelumnya sebesar 103. Ini berarti secara gender peranan perempuan di kepegawaian kota surakarta terjadi penurunan.

Dilihat dari tingkat pendidikan PNS, kota Surakarta yang berpendidikan diatas SLTA mencapai 73,28%. Dengan angka ini menunjukkan bahwa SDM dikota Surakarta sudah berkualitas cukup baik. Hal ini berkaitan dengan rekrutmen pegawai yang memasyarakatkan pendidikan tinggi dan tuntutan bagi pegawai untuk meningkatkan kualitas pendidikan terutama bagi mereka yang akan menduduki jabatan tertentu.

3. Penduduk dan tenaga kerja

Berdasarkan hasil sensus penduduk tahun 2010 penduduk kota Surakarta mencapai 499.337 jiwa dengan rasio jenis kelamin sebesar 95,02 yang artinya bahwa pada setiap 100 penduduk perempuan terdapat sebanyak 95 penduduk laki laki.

Tingkat kepadatan penduduk Surakarta pada tahun 2010 mencapai 13.307 jiwa/km. Tahun 2010 tingkat kepadatan penduduk tertinggi terdapat di kecamatan Serengan yang mencapai angka 20.151. dengan tingkat

kepadatan yang tinggi akan berdampak pada masalah masalah sosial seperti perumahan, kesehatan dan juga tingkat kriminalitas.

Jumlah penduduk bekerja di kota Surakarta pada tahun 2010 mencapai 235.356 atau sebesar 47,13% dari seluruh penduduk kota Surakarta.

Penduduk wanita yang mencapai angka sebesar 43,20% dari penduduk yang bekerja. Ini menunjukkan bahwa peran perempuan di kota Surakarta cukup tinggi dalam peningkatan kesejahteraan keluarga.

4. Sosial

Pendidikan merupakan salah satu sarana dalam peningkatan sumber daya manusia. Ketersediaan fasilitas pendidikan baik sarana dan prasarana akan sangat menunjang dalam meningkatkan pendidikan

Jumlah sarana kesehatan di kota Surakarta pada tahun 2010 tidak mengalami perubahan, hanya ada sedikit peningkatan terhadap jumlah tenaga kerja kesehatan yang ada seperti : dokter, dokter gigi dan tenaga kesehatan lainnya.

5. Perdagangan

Inflasi kota Surakarta pada tahun 2010 mencapai angka yang cukup tinggi pada lima tahun terakhir. Pada tahun 2010 inflasi kota Surakarta tercatat 6,65%. Angka ini jauh lebih besar dibanding tahun sebelumnya yang tercatat sebesar 2,63%. Bahkan biaya pada kelompok bahan makanan terjadi inflasi paling besar yaitu sebesar 21,62%. Walaupun mengalami inflasi sebesar 0,46% inflasi yang terjadi pada kelompok kesehatan ini cukup kecil dibanding inflasi yang terjadi pada tahun sebelumnya yang

besarannya 2,21%. Sedangkan pada kelompok transpor, komunikasi dan keuangan besarnya inflasi 2,62%, berbeda dari kondisi tahun kemarin yang mengalami deflasi sebesar 4,3%

6. Pariwisata

Pada tahun 2010 kunjungan wisatawan ke obyek obyek wisata di Surakarta mengalami peningkatan setelah tahun 2009 seiring dengan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara. Hal ini tidak dapat dilepaskan dari upaya upaya pemerintahan kota Surakarta untuk terus mengadakan event event yang bertaraf internasional seperti: Solo Batik Carnival, SIEM, dsb

7. Industri dan energi

Berdasarkan kriteria jumlah tenaga kerja, maka di kota Surakarta terdapat 215 perusahaan dengan skala besar dan sedang. Perusahaan industri dengan tenaga kerja lebih dari 20 orang dikategorikan sebagai perusahaan sedang dan besar. Pemakaian listrik pada tahun 2010 mencapai lebih dari 470 juta kwh atau meningkat lebih dari 96% dibanding tahun sebelumnya. Pengembangan perumahan tampaknya membawa pengaruh besar pada peningkatan konsumsi listrik.

8. Transportasi dan komunikasi

Peningkatan berbagai aspek ekonomi menuntut peningkatan di bidang transportasi khususnya peningkatan jalan. Panjang jalan di wilayah kota surakarta pada tahun 2010 mencapai 676,56 kilometer. Seiring dengan

perkembangan teknologi komunikasi maka pemanfaatan surat yang dilayani kantor pos mulai berkurang.

B. Analisis Data dan Pembahasan

1. Analisis Kinerja Pajak Reklame

a. Analisis Tingkat Pertumbuhan

Tujuan penghitungan tingkat pertumbuhan adalah untuk mengetahui apakah pertumbuhan Pajak Reklame kota Surakarta meningkat dari tahun ke tahun seiring pertumbuhan ekonomi kota Surakarta. Perhitungan tingkat pertumbuhan dilakukan pada tahun anggaran 2005 – 2011 dengan menggunakan formula (3.1)

Tingkat pertumbuhan Pajak Reklame kota Surakarta tahun 2005 – 2011 dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut ini.

Tabel 4.1 Tingkat Pertumbuhan Pajak Reklame 2005 – 2011

Tahun	Realisasi (Rp)	Pertumbuhan (Rp)	Pertumbuhan (%)
2005	2.319.096.340		
2006	3.692.440.678	1.373.344.388	41,37
2007	3.441.757.863	-250.682.815	-7,89
2008	3.527.909.910	86.152.047	0,25
2009	3.850.377.341	322.467.431	9,14
2010	4.697.717.016	847.339.675	22
2011	5.208.406.763	1.659.153.296	31,85
Rata rata	3.819.672.158	672.972.337	16,12

Sumber : DPPKAD kota Surakarta, 2005 - 2011 (data diolah)

Tabel 4.1 menunjukkan pertumbuhan realisasi penerimaan Pajak Reklame kota Surakarta tertinggi dicapai pada tahun 2006 sebesar 41,37 % sedangkan terendah dicapai tahun 2007 sebesar -7,89% ini berarti pada tahun 2007 pajak reklame tidak tumbuh namun turun sebesar 7,89. Tahun 2011 pajak reklame mengalami pertumbuhan lagi sebesar 31,85%.

Pertumbuhan pajak reklame tidak mengalami pertumbuhan dari tahun ke tahun sebagaimana pertumbuhan PAD kota Surakarta. Rata rata pertumbuhan pajak reklame di kota Surakarta dari tahun 2005 – 2011 sebesar 16,12%. Angka 16,12% bukanlah menandakan pertumbuhan yang optimal bahkan bisa dikatakan pajak reklame di kota Surakarta tidak mengalami pertumbuhan yang optimal. Pertumbuhan pajak reklame seharusnya mengalami pertumbuhan seperti halnya PAD kota Surakarta. Jumlah titik reklame di kota Surakarta tidak mengalami perubahan yang banyak dari tahun ke tahun hal tersebut yang membuat pertumbuhan pajak reklame tidak mengalami pertumbuhan yang optimal. Pertumbuhan pajak reklame di kota Surakarta bisa dikatakan tidak tumbuh dengan baik itu terbukti dengan tidak tingginya tingkat pertumbuhan pajak reklame. Reklame di kota Surakarta memang sudah sampai pada titik penuhnya jadi bisa dikatakan tidak banyak lagi space space yang digunakan untuk pemasangan reklame. Kota Surakarta yang sebagian besar digunakan sebagai tempat pemukiman sudah banyak yang digunakan warga untuk melakukan bisnis jadi sudah banyak sekali space yang digunakan untuk reklame. Hal itulah yang menjadikan pertumbuhan reklame tidak tumbuh secara optimal.

b. Analisis Tingkat Kontribusi

Tujuan menghitung kontribusi Pajak daerah adalah untuk menghitung seberapa besar kontribusi Pajak Reklame terhadap Pajak Daerah kota Surakarta dan apakah kontribusi tersebut meningkat dari tahun ke tahun

seperti halnya PAD yang meningkat dari tahun ke tahun. Pertumbuhan perekonomian yang baik di kota Surakarta seharusnya bisa memberikan kontribusi yang besar Pajak Reklame terhadap Pajak Daerah. Perhitungan kontribusi Pajak Reklame kota Surakarta menggunakan formula (3.2)

Kontribusi Pajak Reklame tahun anggaran 2005 – 2011 terdapat pada tabel 4.2 berikut ini.

Tabel 4.2 Kontribusi Pajak Reklame tahun 2005 – 2011

Tahun	Pajak Reklame	Pajak Daerah	PAD	% kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pajak Daerah	%kontribusi Pajak Reklame terhadap PAD
2005	2.319.096.340	29.098.215.883	66.086.575.400	7,96	3,51
2006	3.692.440.678	35.702.606.248	78.637.865.549	10,34	4,69
2007	3.441.757.063	41.404.082.034	89.430.977.982	8,07	3,81
2008	3.527.909.910	46.855.622.021	102.929.501.970	7,63	3,43
2009	3.850.377.341	52.163.818.689	101.972.318.682	7,38	3,78
2010	4.697.717.016	61.697.717.016	114.141.348.062	7,45	4,35
2011	5.208.406.763	68.705.344.914	130.984.590.239	7,58	3,97
Rata rata	3.819.672.158	44.477.661.880	92.199.764.606	8,05	3,93

Sumber : perhitungan APBD tahun 2005 – 2011 (data diolah)

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa penerimaan Pajak Reklame selama kurun waktu 2005 – 2011 cenderung meningkat yakni dari tahun 2005 sebesar Rp 2.319.096.340,- sampai tahun 2011 sebesar Rp 5.208.406.763,-. Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pajak Daerah mengalami fluktuasi dengan rata rata kontribusi sebesar 8,05% dan kontribusi tertinggi diberikan pada tahun 2006 yaitu sebesar 10,34% setelah itu mengalami penurunan sampai pada tahun 2011. Kontribusi Pajak Reklame terhadap PAD memberikan rata rata 3,93%. Dengan kontribusi tertinggi disumbangkan pada tahun 2006 yaitu sebesar 4,69% dan terendah pada tahun 2008 sebesar 3,43%. Kontribusi rata rata sebesar 3,93 bukanlah

kontribusi yang besar dalam penyumbang PAD. Pajak reklame tidak memberikan kontribusi yang besar baik terhadap Pajak Daerah maupun PAD.

c. Analisis Efektifitas

Analisis efektifitas bertujuan mengetahui seberapa efektif pencapaian target pajak reklame di kota Surakarta. Perhitungan analisis efektifitas ini dilakukan pada tahun anggaran 2005 – 2011 dengan menggunakan formula (3.3). Analisis efektifitas Pajak Reklame tahun anggaran 2005 – 2011 dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut ini

Tabel 4.3 Analisis Efektifitas Pajak Reklame tahun 2005 – 2011

Tahun	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	Efektifitas (%)
2005	2.279.720.956	3.319.096.340	145,59
2006	3.702.000.000	3.692.440.678	99,74
2007	3.416.000.000	3.441.757.863	100,75
2008	3.450.000.000	3.527.909.910	102,26
2009	4.500.000.000	3.850.377.341	85,56
2010	4.550.000.000	4.697.717.016	103,25
2011	5.041.150.000	5.208.406.736	103,33
Rata rata	3.962.529.415	3.819.672.158	105,78

Sumber : APBD 2005 – 2011 (data diolah)

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa tingkat pencapaian target Pajak Reklame selama periode 2005 – 2011 cukup tinggi yaitu rata rata sebesar 105,78% pencapaian tertinggi pada tahun 2005 yaitu sebesar 145% dan terendah pada tahun 2009 sebesar 85,56%. Ada dua periode tahun yang tidak melampaui target yaitu pada tahun 2006 dan 2009. Dengan rata rata tingkat pencapaian melampaui 100% berarti pencapaian target pajak reklame termasuk sangat efektif.

d. Analisis Efisiensi

Analisis efisiensi bertujuan untuk mengetahui seberapa efisien pemungutan pajak reklame tersebut dilakukan. Pemungutan pajak reklame yang tidak efisien bukan akan menambah Pendapatan Asli Daerah tetapi akan merugikan daerah tersebut. Pemungutan pajak reklame harus dilakukan seefisien mungkin untuk dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap Pendapatan Asli daerah. Analisis efisiensi Pajak Reklame kota Surakarta tahun 2005 – 2011 dapat dilihat pada tabel 4.4 sebagai berikut :

Tabel 4.4 Analisis Efisiensi Pajak Reklame 2005-2011

Tahun	Pajak Peklame(Rp)	Biaya Pemungutan(Rp)	Efisiensi (%)
2005	2.319.096.340	24.760.000	0,011
2006	3.692.440.678	24.760.000	0,006
2007	3.441.757.063	24.760.000	0,007
2008	3.527.909.910	24.760.000	0,007
2009	3.850.377.341	24.760.000	0,006
2010	4.697.717.016	24.760.000	0,005
2011	5.208.406.763	24.760.000	0,004
Rata rata	3.819.672.158	24.760.000	0,007

Sumber : APBD 2005 – 2011 (data diolah)

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa tingkat efisiensi tertinggi pada dicapai pada tahun 2011 dengan tingkat efisiensi 0,004 dan tingkat efisiensi terendah pada tahun 2005 yaitu sebesar 0,011. Pada tahun 2006 dan 2009 tingkat efisiensinya sama yaitu 0,006 begitu pula pada tahun 2007 dan 2008 mempunyai tingkat efisiensi yang sama yaitu 0,007. Tingkat efisiensi yang dicapai dari tahun 2005 – 2011 semua rata rata mendekati 0,00 berarti tingkat pengelolaan pajak reklame di kota Surakarta termasuk efisien.

Kinerja pajak reklame kota Surakarta jika kita lihat secara menyeluruh dapat ditampilkan pada tabel 4.5 sebagai berikut :

Tabel 4.5 Kinerja Pajak Reklame Kota Surakarta 2005 – 2011

Tahun	Pertumbuhan	kontribusi	Efektifitas	Efisiensi
2005		3,51	145,59	0,011
2006	41,37	4,69	99,74	0,006
2007	-7,89	3,81	100,75	0,007
2008	0,25	3,43	102,26	0,007
2009	9,14	3,78	85,56	0,006
2010	22	4,35	103,25	0,005
2011	31,85	3,97	103,32	0,004
Rata rata	16,12	3,93	105,78	0,007

Sumber : Data DPPKAD kota Surakarta (data diolah)

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa kinerja pajak reklame sangat efisien dan sangat efektif walaupun tidak memberikan kontribusi yang besar dan pertumbuhan pajak reklame tidak begitu besar.

2. Analisis Klasifikasi Pajak Reklame

Analisa klasifikasi Pajak Reklame bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah klasifikasi Pajak Reklame di kota Surakarta apakah termasuk prima, potensial, berkembang atau bahkan terbelakang. Perhitungan analisa klasifikasi Pajak Reklame pada tahun 2005 – 2011 menggunakan analisis overlay. Analisis klasifikasi dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut ini :

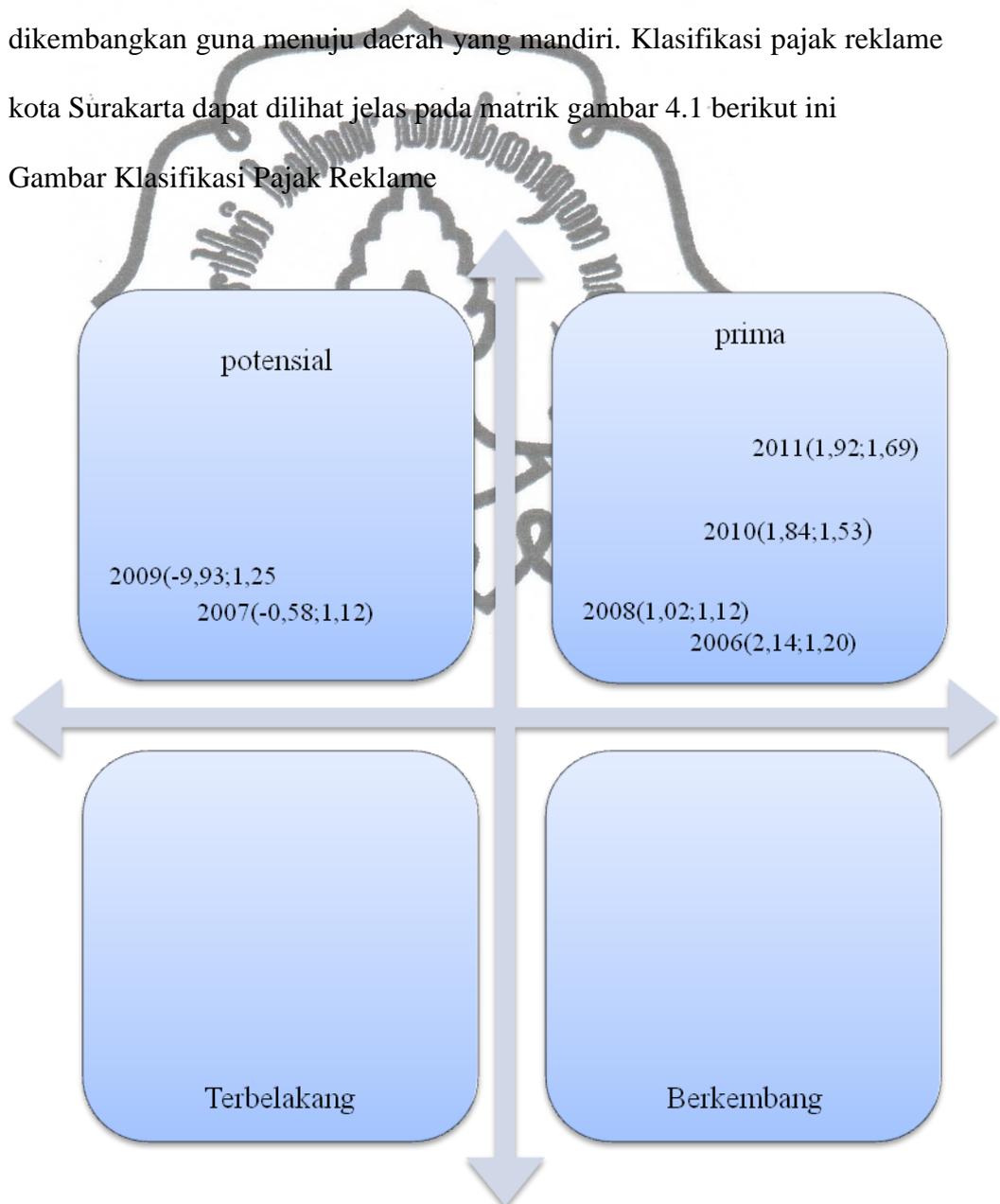
Tabel 4.6 Analisis Klasifikasi Pajak Reklame di kota Surakarta

Tahun	Pajak Reklame (Rp)	PAD (Rp)	Pertumbuhan	Kontribusi	Klasifikasi
2005	2.319.096.340	66.086.575.400		0,75	
2006	3.692.440.678	78.637.865.549	2,14	1,20	Prima
2007	3.441.757.063	89.430.977.982	-0,58	1,12	Potensial
2008	3.527.909.910	102.929.501.970	1,02	1,14	Prima
2009	3.850.377.341	101.972.318.682	-9,93	1,25	Potensial
2010	4.697.717.016	114.141.348.062	1,84	1,53	Prima
2011	5.208.406.763	130.984.590.239	1,92	1,69	Prima
Rata rata	3.819.672.158	97.740.453.983			Prima

Sumber : APBD kota Surakarta (data diolah)

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa analisis overlay yang dilakukan pada periode 2005 – 2011 bahwasannya Pajak Reklame di kota Surakarta termasuk salah satu Pajak yang Prima hanya pada tahun 2007 dan 2009 yang termasuk dalam kategori potensial. Pajak Reklame merupakan Pajak yang potensial yang menunjang PAD kota Surakarta. Hal tersebut sangat potensial untuk dikembangkan guna menuju daerah yang mandiri. Klasifikasi pajak reklame kota Surakarta dapat dilihat jelas pada matrik gambar 4.1 berikut ini

Gambar Klasifikasi Pajak Reklame



Gambar 4.1 Klasifikasi Pajak Reklame kota Surakarta

3. Analisis Potensi Pajak Reklame

Analisis potensi dilakukan untuk mengetahui jumlah potensi pajak reklame yang ada di kota Surakarta. Jumlah titik reklame yang ada di kota Surakarta sebanyak 5832 titik. Tidak semua wajib pajak membayar pajaknya sehingga potensi pajak reklame di kota surakarta sebenarnya lebih besar dari realisasi penerimaan pajak. Nilai dari pajak reklame tersebut berdasarkan lokasi , jenis reklame dan besar reklame. Pajak reklame tersebut dibayarkan tiap tahun. Titik titik reklame di kota Surakarta tiap tahun mengalami perubahan tetapi perubahan tersebut tidaklah signifikan. Dalam perhitungan potensi ini diasumsikan jumlah reklame dari tahun ke tahun sama. Dari 5543 titik reklame ada sebanyak 1514 titik yang tidak membayar pajak reklame hal tersebut menunjukkan bahwa masih banyak sekali potensi yang dapat digali dari pajak reklame di kota Surakarta. Para wajib pajak harus ditertibkan atau malah diberi sanksi supaya potensi pajak di kota Surakarta dapat lebih dioptimalkan. Tarif pajak di masing masing titik berbeda berdasarkan lokasi dan jenis reklame yang dibuat.

Perhitungan potensi pajak reklame yang belum terserap dalam pajak reklame menggunakan perhitungan yang ada pada PERDA dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut ini :

Tabel 4.7 Analisis Potensi Pajak Reklame yang belum terserap di kota
Surakarta

Lokasi	Jumlah titik	Tarif Pajak Reklame (Rp)
Jl A. Yani	67	28.560.000
Jl Adi Sucipto	56	27.789.570
Jl Adi Sumarmo	23	13.909.700
Jl Agus Salim	17	4.800.900
Jl Bayangkara	21	5.700.600
Jl Brigjen Katamso	28	9.000.500
Jl Brigjen Sudiarto	24	900.800
Jl Dr Radjiman	66	30.000.000
Jl Dr Supomo	6	12.000.500
Jl Dr Wahidin	45	25.000.980
Jl Dr Suharso	10	5.900.780
Jl Gajah Mada	41	21.309.540
Jl Gatot Subroto	70	54.780.900
Jl Honggowongso	38	17.900.780
Jl Ir.Juanda	18	11.700.450
Jl Ir.Sutami	44	32.670.890
Jl Kalilarangan	39	29.670.560
Jl Kapten Mulyadi	31	32.900.450
Jl Kebangkitan Nas.	17	11.239.000
Jl KH Dewantoro	35	19.888.000
Jl Kimangunsarkoro	45	24.700.600
Jl Kol Sutarto	23	12.600.400
Jl Kol Sugiono	11	3.400.800
Jl Letjen Suprpto	25	15.000.670
Jl Menteri Supeno	25	17.900.800
Jl MH Tamrin	28	24.500.600
Jl MT Haryono	39	30.400.600
Jl Muh Yamin	53	21.900.600
Jl Monginsidi	41	23.000.900
Jl Pattimura	34	16.000.600
Jl Peristis Kemerdeka	29	16.900.500
Jl Piere Tendean	28	10.900.800
Jl RM Said	47	14.000.900
Jl RE Martadinata	33	16.780.900
Jl Ronggowarsito	22	16.800.500
Jl S Parman	12	8.780.400
Jl Samratulangi	19	9.560.300
Jl Slamet Riyadi	97	89.780.500
Jl Sultan Syahrir	31	17.480.650
Jl Urip Sumoharjo	32	8.760.550
Jl Yos Sudarso	31	12.560.460
Jl Yosodipuro	27	12.890.670
Jumlah titik reklame	1.514	789.700.800

Sumber : data DPPKAD tahun 2009

Titik reklame yang belum terserap oleh pemerintah sebesar Rp 789.700.800,-. Potensi sebesar itu sangat sangat sayang sekali jika tidak diserap oleh pemerintah ada 20,05 % pajak reklame yang tidak terserap oleh pemerintah. Penertiban para wajib pajak reklame sangat perlu untuk menunjang potensi pajak reklame. Para wajib pajak harus diberi sanksi yang tegas semisal denda dengan jumlah besar ataupun penutupan pada titik reklame yang tidak taat pajak. Potensi Pajak Reklame harus digali seoptimal mungkin karena hal ini sangat memungkinkan dalam peningkatan Pajak Daerah kota Surakarta. Potensi pajak Reklame yang digali secara baik akan memberikan hasil positif untuk kota Surakarta sendiri

4. Analisis wawancara terhadap responden

Analisis ini bertujuan untuk menguatkan hasil penelitian. Wawancara ini dilakukan secara langsung yang bisa mendukung data primer dalam penelitian ini. Hasil wawancara ini juga merupakan salah satu pedoman dalam pembuatan penelitian ini. Responden yang diwawancarai ada 2 orang dari mereka ada kesimpulan yang dapat diambil dari wawancara tersebut. Hasil wawancara tersebut dapat dilihat pada tabel 4.7 sebagai berikut :

Tabel 4.7 Hasil wawancara

Responden	Hasil wawancara
Ketua DPPKAD kota Surakarta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak ada pembagian zona reklame di kota Surakarta. Biaya pemasangan reklame berdasarkan NJOP pada titik reklame tersebut 2. Pajak reklame di kota Surakarta bukanlah penyumbang pajak terbesar pada Pajak Daerah. Pajak reklame menjadi penunjang pajak ke 5 pada Pajak daerah. 3. Pemerintah kota Surakarta melakukan penertiban berkala terhadap reklame ilegal 4. Titik reklame yang tidak dipakai lagi akan dicabut
Ketua keuangan DPPKAD kota Surakarta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penataan titik reklame di kota Surakarta dilakukan seefisien mungkin dan seefektif mungkin 2. Pertumbuhan titik reklame di kota Surakarta tidak begitu signifikan setiap tahunnya hanya ada beberapa penambahan atau bahkan pengurangan di beberapa titik 3. Perhitungan biaya reklame berdasarkan NJOP pada lokasi, jenis reklame dan besarnya reklame. 4. Proses perijinan pemasangan reklame sangat mudah hanya dengan mendaftar ke PEMDA 5. Kepada wajib pajak yang tidak taat PEMDA memberinya surat teguran

Sumber : data primer selama penelitian (januari – mei 2012)

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil setelah melakukan analisa dan pembahasan diatas adalah sebagai berikut :

1. Kinerja Pajak Reklame.
 - a. Pertumbuhan Pajak Reklame tidak menunjukkan angka yang besar dengan rata rata pertumbuhan 16,12% menunjukkan bahwa Pajak Reklame di kota Surakarta tidak tumbuh secara optimal. Daerah kota Surakarta 64% untuk pemukiman dan 15% untuk industri. Daerah pemukiman tersebut sudah banyak sekali yang beralih menjadi tempat industri, sudah banyak toko toko yang didirikan memasang reklame untuk usahanya. Reklame tidak akan tumbuh dengan pesat karena hampir 79% daerahnya sudah digunakan untuk bisnis yang juga sudah menggunakan sarana reklame. Bisa dikatakan pertumbuhan tersebut untuk kota Surakarta tidak dimungkinkan akan tumbuh dengan tingginya mengingat lahan yang sudah terserap hampir 75 % untuk usaha.
 - b. Kontribusi rata rata pajak reklame sebesar 3,93% bukan kontribusi yang besar dalam penyumbangannya terhadap PAD. Pengoptimalan penyerapan pajak reklame sangat diperlukan untuk meningkatkan

kontribusi pajak reklame. Kontribusi yang besar dapat mendukung kota Surakarta menuju kota Mandiri.

c. Efektifitas rata rata pajak reklame di kota Surakarta 105,78 % menandakan bahwa pajak reklame sangat efektif hal ini perlu dipertahankan.

d. Efektifitas pajak reklame perlu dipertahankan karena hal ini menunjukkan bahwa kinerja pajak reklame sudah optimal. Efisiensi rata rata pajak reklame di kota Surakarta 0,005% hal ini bisa dikatakan sangat efisien karena mendekati 0,00%. Efisiensi ini sangat perlu dijaga stabilitasnya kinerjanya.

Kinerja pajak reklame di kota Surakarta sangat efektif dan sangat efisien walaupun tidak memberikan kontribusi dan tidak didukung pertumbuhan yang besar. Kinerja pajak reklame sangat optimal dalam mendukung Pajak Daerah. Pertumbuhan yang tidak begitu besar bukan karena kinerja pajak reklame yang tidak bagus melainkan karena space reklame yang memang sudah hampir 75% terpenuhi.

2. Klasifikasi Pajak Reklame

Klasifikasi pajak reklame di kota Surakarta dari tahun 2005 – 2011 rata rata prima hal tersebut berarti pajak reklame di kota Surakarta adalah salah satu pajak yang mempunyai potensi dalam menyumbang PAD kota Surakarta

3. Potensi Pajak Reklame

Potensi pajak di kota Surakarta belum sepenuhnya dioptimalkan walaupun realisasi pendapatan pajak reklame di kota Surakarta rata rata melampaui target pajak reklame. 1.514 titik reklame yang wajib pajaknya tidak taat pajak padahal dari 1.514 titik itu dapat menyumbang sebesar Rp 789.700.800,- atau sebesar 20,05% dari pajak reklame yang belum diserap. Potensi ini merupakan potensi yang besar untuk dapat meningkatkan kontribusi pajak reklame di kota Surakarta.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, dapat diajukan beberapa saran kepada pemerintah kota Surakarta, dalam rangka untuk meningkatkan penerimaan dari pajak reklame, diantaranya

- 1 Pajak reklame di kota Surakarta masih dapat ditingkatkan lagi walaupun tidak begitu banyak *space* yang dapat digunakan tetapi pengoptimalan pemungutan pajak reklame masih bisa diharapkan untuk mendukung kontribusi pajak reklame terhadap PAD
- 2 Penertiban para wajib pajak dengan sangsi yang lebih tegas ataupun denda yang besar ataupun dengan ancaman penutupan *space* reklame tersebut
- 3 Kepada wajib pajak kota Surakarta diharapkan sebagai warga negara yang baik agar selalu taat pajak sebagai salah satu partisipasinya dalam pembangunan kota Surakarta