

**ANALISIS KONTRIBUSI PAJAK REKLAME DALAM
MENINGKATKAN PENERIMAAN PAJAK DAERAH
DI KABUPATEN NGAWI**

TESIS

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Magister

Program Studi Magister Ekonomi dan Studi Pembangunan
Konsentrasi : Perencanaan Pembangunan Wilayah dan Keuangan Daerah



Oleh :
BUDISANTOSO
S4210068

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

2012

PERSEMBAHAN



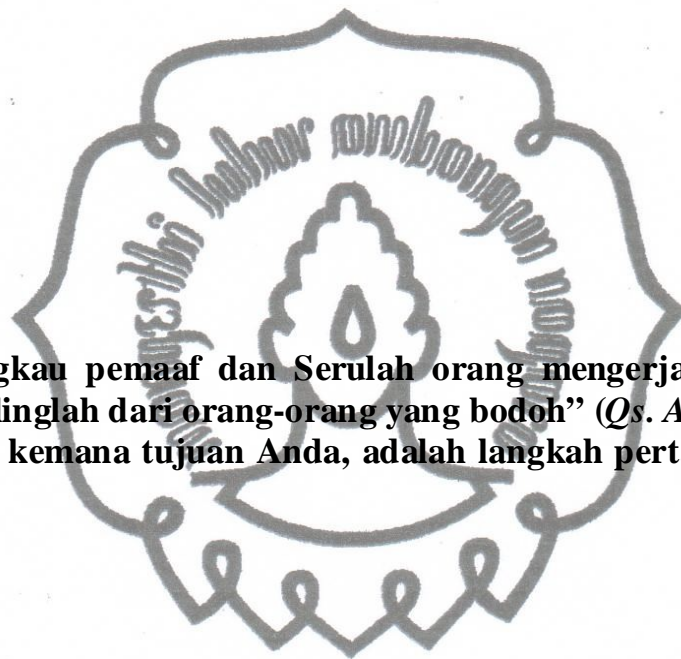
Karya ini kupersembahkan untuk :

- ❖ **Bapak dan Ibuku tercinta....**
“Atas kerja keras dan doanya selama ini”
- ❖ **Istriku Tercinta.....**
“Hari-hari bersamamu adalah hari-hari yang akan kurindukan hingga ajal memisahkan kita”
- ❖ **Semua Almamaterku**

MOTTO :

MOTTO

- “Jadilah Engkau pemaaf dan Serulah orang mengerjakan yang ma’ruf, serta berpalinglah dari orang-orang yang bodoh” (*Qs. Al A’raof, ayat 199*).
- “Mengetahui kemana tujuan Anda, adalah langkah pertama untuk sampai kesana”



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi wabarakatuh

Puji Syukur alhamdulillah senantiasa penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala nikmat-nikmat yang tiada terhitung nilainya serta berkat keridhoannya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis ini tepat sesuai jadwal yang ditentukan.

Tesis ini berjudul ” **ANALISIS KONTRIBUSI PAJAK REKLAME DALAM MENINGKATKAN PENERIMAAN PAJAK DAERAH DI KABUPATEN NGAWI** ”, disusun sebagai salah satu persyaratan mencapai derajat Magister pada Program Studi Magister Ekonomi dan Studi Pembangunan di Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Dengan segala kekurangan dan kelebihan yang ada pada tesis ini, ucapan terima kasih penulis sampaikan atas bantuan dan dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung dan tidak langsung dalam bentuk moril dan materiil. Ucapan terima kasih khusus penulis haturkan kepada ayahanda dan ibunda tercinta atas do'anya, juga istriku tercinta yang menjadi motivator dan kekuatan untuk menjadi yang lebih baik.

Selain itu, dengan segala kerendahan dan ketulusan hati, penulis juga mengucapkan terimakasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. AM SUSILO, M.S selaku ketua Program Studi Magister Ekonomi dan Studi Pembangunan UNS;

2. Ibu Yunastiti P, M.P selaku Dosen Pembimbing I dan bapak Drs.Akhmad Daerobi, M.s selaku Dosen Pembimbing II, atas segala arahan dan bimbingan dalam penyusunan tesis ini.
3. Bapak Drs. Amin Sunarto, M.Si selaku kepala Dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan, dan Aset Kabupaten Ngawi dan Bapak Drs. Sumarno selaku Kepala Bidang pajak daerah.
4. Bapak dan ibu Dosen yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat kepada penulis selama menuntut ilmu di Universitas Sebelas Maret Surakarta.
5. Teman – Teman seperjuangan, terima kasih atas dukungan dan kebersamaan yang tak akan luntur
6. Semua pihak yang telah membantu penyusunan tesis ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang lebih baik dan pahala yang lebih baik pula.

Penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini masih banyak terdapat kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh sebab itu saran dan kritik sebagai masukan bagi perbaikan di masa yang akan datang sangat penulis harapkan. Akhirnya, penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat. Atas segala kekurangan dalam tesis ini penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya. Terima Kasih.

Wassamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pertumbuhan penerimaan pajak reklame di Kabupaten Ngawi, menganalisis kontribusi pajak reklame terhadap peningkatan penerimaan pajak daerah di kabupaten Ngawi dan juga sekaligus menganalisis efektivitas pajak reklame terhadap penerimaan pajak daerah di Kabupaten Ngawi. Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai masukan bagi Pemerintah Kabupaten Ngawi tentang penerimaan pajak reklame dalam mendukung penerimaan pajak daerah di Kabupaten Ngawi. Disamping itu sebagai bahan masukan dalam merumuskan kebijakan bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Ngawi dalam melakukan pemungutan Pajak reklame.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data time series dari Pemerintah kabupaten Ngawi yang diambil antara tahun 2005 sampai dengan tahun 2010. Sedangkan penelitian disini adalah penelitian deskriptif dan bersifat analisis data sekunder. Data diperoleh dari Dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan, dan Aset (DPPKA) Kabupaten Ngawi serta data –data pendukung lainnya yang diambil dari berbagai instansi yang terkait dengan penelitian ini.

Hasil penelitian ini memberikan gambaran bahwa laju pertumbuhan pajak reklame lebih besar dibandingkan dengan laju pertumbuhan pajak daerah terbukti benar. Kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah meskipun berfluktuatif namun pada akhir tahun 2010 terjadi kenaikan yang cukup tinggi, Sedangkan untuk efektivitas pajak reklame berdasarkan analisis penelitian ini membuktikan bahwa keefektifitasnya diatas 100% yang berarti bahwa pajak reklame disini sangatlah efektif. Untuk meningkatkan kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah di Kabupaten Ngawi diperlukan pendataan kembali subyek dan obyek pajak reklame yang sudah ada sehingga dapat diketahui potensi yang sebenarnya melalui pemutakhiran data subyek dan obyek pajak reklame. Selain itu proses penetapan target seharusnya memperhatikan potensi yang sebenarnya, sehingga Pemerintah Kabupaten Ngawi akan terpacu untuk mencapai target tersebut dan dapat meningkatkan pajak reklame.

Kata kunci : Pajak Reklame, Pajak Daerah

ABSTRACT

This study aimed to analyze the growth of tax revenue in the District Ngawi billboard, billboard analyze the contribution of taxes to increase local tax revenues in counties Ngawi and concurrently analyze the effectiveness of the billboard tax on the acceptance of local taxation in the District of Ngawi. Benefits that can be drawn from this study are as input for the district government of tax revenue Ngawi billboard in support of local tax revenues in the District of Ngawi. Besides, as an input in formulating policies for the District Government of Ngawi in billboard tax levies:

The data used in this study is time series data from the district government Ngawi taken between 2005 until 2010. While research is descriptive research and here is the analysis of secondary data. Data obtained from the Department of Revenue, Financial Management, and Assets (DPPKA) Ngawi District and other supporting data are taken from various agencies associated with this research.

The results of this study illustrates that the rate of growth of the billboard tax is greater than the growth rate of local taxes proved to be correct. Billboard tax contributions to the local tax despite fluctuated but at the end of 2010 the increase is quite high, while for the effectiveness of the billboard tax based on the analysis of this study prove that keefektifitasnya above 100% which means that the tax here is very effective billboard. To enhance the contribution of the billboard tax to local tax collection in the District of Ngawi required tax return subject and object of an existing billboard so that can know the true potential through updating the data subject and object of the billboard tax. Besides the target setting process should pay attention to the real potential, so that the District Government will Ngawi encouraged to achieve these targets and can increase the billboard tax

Key words: Advertising Tax, Regional Tax

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR GRAFIK.....	xii
BAB I P E N D A H U L U A N.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Kajian Teoritis	9
1 Pengertian Pajak Daerah.....	9

2 Pengertian Pajak Reklame.....	11
3 Faktor-faktor Yang Berpengaruh Terhadap Penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Ngawi.....	19
4 Efektifitas Pajak.....	20
B. Kajian Empiris.....	23
C. Kerangka Konseptual.....	26
D. Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
A. Tipe Penelitian.....	28
B. Jenis Dan Sumber Data.....	28
C. Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel.....	29
D. Teknik Analisis Data.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
A. Kondisi Umum Kabupaten Ngawi.....	33
1. Kondisi Geografis.....	33
2. Kondisi Demografi.....	35
3. Pendidikan masyarakat.....	37
4. Kondisi Sarana dan Prasarana.....	38
5. Kondisi Perekonomian daerah.....	39
B. Deskripsi Penelitian.....	42
1. Perkembangan Pajak Reklame di Kabupaten Ngawi.....	42
2. Perkembangan Penerimaan Pajak Daerah Kabupaten Ngawi.....	46
C. Analisis dan Pembahasan.....	48
1. Pertumbuhan Pajak Reklame dan Pajak Daerah.....	48
2. Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pajak daerah.....	52
3. Efektifitas Pajak Reklame.....	54
BAB V PENUTUP.....	56
A. KESIMPULAN.....	56
B. SARAN.....	57
DAFTAR PUSTAKA.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
1.1	Penerimaan Pendapatan Daerah Kabupaten Ngawi Tahun (Rupiah)..... 3
4.1	Jumlah Penduduk kabupaten Ngawi Anggaran 2005 s/d 2009 Menurut Jenis Kelamin Tahun 2010..... 36
4.2	Tingkat kepadatan penduduk kabupaten Ngawi Tahun 2010..... 37
4.3	Tingkat Pendidikan Masyarakat kabupaten Ngawi Tahun 2010 38
4.4	Kondisi sarana dan prasarana irigasi..... 39
4.5	PDRB Kab. Ngawi Menurut lapangan Usaha Atas dasar harga berlaku Tahun 2008 -2010..... 41
4.6	PDRB Kab. Ngawi Menurut lapangan Usaha Atas dasar harga Konstan (2000) Tahun 2008 -2010..... 42
4.7	Target Dan Realisasi Pajak Reklame Tahun 2005 s/d Tahun 2010..... 43
4.8	Target Dan Realisasi Jenis Reklame..... 46
4.9	Penerimaan Pajak Daerah di Kabupaten Ngawi tahun 2005 -2010..... 47
4.10	Pertumbuhan Jenis Pajak Reklame Kabupaten Ngawi Tahun 2005 s/d 2010. 48
4.11	Pertumbuhan Pajak Daerah Kabupaten Ngawi Tahun 2005-2010..... 50
4.12	Pertumbuhan Pajak Daerah dan Pajak Reklame..... 51
4.13	Kontribusi Total Pajak Reklame Terhadap Pajak Daerah Tahun 2005 - 2010..... 53
4.14	Efektifitas Jenis Pajak Reklame Terhadap Target Pajak Reklame Kabupaten Ngawi Tahun 2005 s/d 2010..... 55

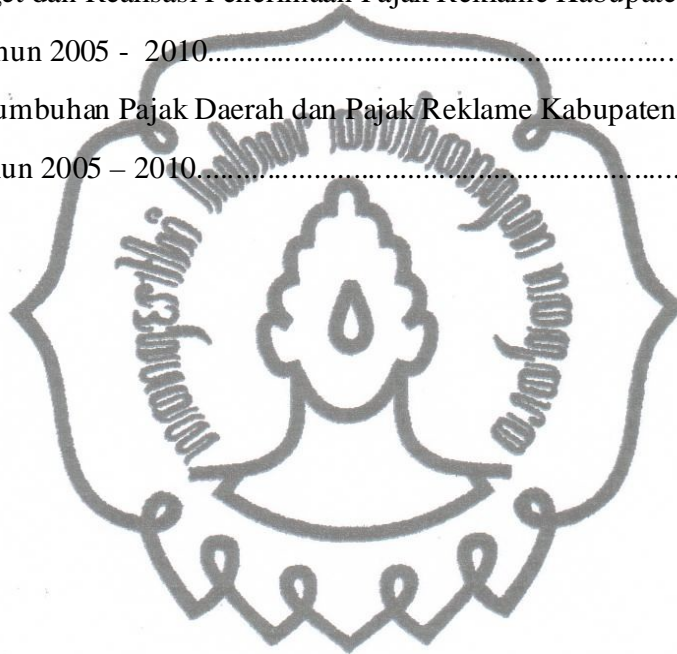
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Berfikir Penelitian.....	27
Gambar 2 Peta Kabupaten Ngawi.....	34
Gambar 3 Komposisi Penggunaan Lahan.....	35



DAFTAR GRAFIK

Grafik 1	Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Kabupaten Ngawi Tahun 2005 - 2010.....	46
Grafik 2	Pertumbuhan Pajak Daerah dan Pajak Reklame Kabupaten Ngawi Tahun 2005 - 2010.....	52



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemerintah daerah dalam melaksanakan tugas pemerintahan dan pembangunan senantiasa memerlukan sumber penerimaan yang dapat diandalkan. Sumber penerimaan ini digunakan untuk membiayai segala kebutuhan daerah dalam menjalankan roda pemerintahan. Dalam sejarah pemerintahan daerah di Indonesia, sejak Indonesia merdeka sampai saat ini pajak dan retribusi daerah telah menjadi sumber penerimaan yang paling besar bagi daerah. Kebutuhan ini semakin dirasakan oleh daerah terutama sejak diberlakukannya otonomi daerah di Indonesia. Otonomi daerah memungkinkan pemerintah daerah untuk menggali sedalam - dalamnya sekaligus seluas - luasnya potensi daerah yang dimilikinya yang bisa dijual untuk memenuhi kebutuhannya khususnya untuk membiayai pembangunan daerahnya agar tidak hanya tergantung subsidi dari pemerintah pusat, yang selama ini masih menjadi sumber utama penerimaan daerah.

Otonomi daerah merupakan suatu langkah awal menuju pembangunan ekonomi nasional yang lebih berdaya tumbuh tinggi dengan memberikan kehidupan yang lebih baik bagi masyarakat di daerah. Undang-undang tentang Pemerintah Daerah merupakan pedoman pelaksanaan bagi terwujudnya pemberian wewenang yang lebih besar sebagai bagian dari proses penyelenggaran otonomi daerah. Sehingga dengan diberlakukannya otonomi daerah tersebut mendorong masing – masing daerah untuk menggali berbagai potensi terutama

commit to user

pajak dan retribusi daerah untuk membiayai segala kebutuhan daerahnya, hal ini dimungkinkan karena jika hanya mengandalkan subsidi dari pemerintah pusat yang jumlahnya sangat terbatas maka segala program dan kegiatan yang telah direncanakan untuk dilaksanakan tidak akan dapat direalisasikan yang akibatnya akan berdampak pada tidak tercapainya kesejahteraan masyarakat.

UU No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah menyebutkan bahwa otonomi daerah merupakan penyerahan kewenangan dari pusat kepada daerah untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat menurut prakarsa sendiri berdasarkan aspirasi masyarakat. Daerah diberikan otonomi adalah agar daerah dapat mengurus sendiri urusan rumah tangganya, pemerintahan daerah yang diselenggarakan dapat dikelola sendiri oleh entitas masyarakatnya (*governance*) dan pengelolaan pembangunan daerah menjadi beban dan tanggung jawab dari pemerintah daerah dan masyarakat daerah yang bersangkutan. Maka sebagai konsekuensinya pemerintah daerah harus membiayai sendiri operasional penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan daerah, dan masyarakat berkewajiban pula mendukungnya. Penyelenggaraan otonomi daerah menekankan pada prinsip-prinsip demokrasi, peran serta masyarakat, pemerataan dan keadilan serta memperhatikan potensi daerah. Untuk itulah diperlukan kerjasama yang sinergis antara pemerintah dan masyarakat setempat agar tujuan-tujuan yang hendak dicapai dapat dilakukan dengan benar dan tepat sasaran. Pemerintah daerah harus memusatkan perhatian dan mengupayakan untuk mendongkrak perolehan pendapatan asli daerah (PAD). Karena PAD merupakan salah satu cermin dan ukuran atas kemampuan keuangan daerah dalam rangka

membiyai operasional pemerintahan daerah dan pembangunan daerah.

Sedangkan Penerimaan Pendapatan Daerah Kabupaten Ngawi dapat dilihat dari

Tabel di bawah ini :

Tabel 1.1
Penerimaan Pendapatan Daerah
Tahun Anggaran 2005 s/d 2010 (Rupiah)

NO.	U R A I A N	TAHUN 2005	TAHUN 2006	TAHUN 2007	TAHUN 2008	TAHUN 2009	TAHUN 2010
	PENDAPATAN DAERAH	367.536.151.255	547.666.124.810	610.883.125.456	716.286.788.782	797.744.005.904	807.446.828.006
I	PENDAPATAN ASLI DAERAH	13.408.444.469	19.995.242.154	20.735.830.466	22.863.251.234	25.892.794.877	26.873.698.294
a	Hasil Pajak Daerah	5.746.234.704	6.118.068.854	6.348.835.434	8.391.451.764	8.794.830.081	9.582.526.496
b	Hasil Retribusi Daerah	5.980.237.550	6.890.128.248	6.864.895.931	8.000.621.944	10.000.480.061	10.113.485.486
c	Hasil Pengelolaan Kekayaan daerah Yang dipisahkan	216.457.267	229.710.848	846.357.768	1.246.498.809	1.093.549.353	1.105.906.460
d	Lain - lain Pendapatan Asli daerah Yang Sah	1.465.514.948	6.757.334.204	6.675.741.333	5.224.678.717	6.003.935.382	6.071.779.852
II	DANA PERIMBANGAN	317.818.793.095	504.687.826.850	558.703.601.451	639.984.673.812	673.613.963.345	681.225.801.131
a	Bagi Hasil Pajak	21.249.056.261	26.933.049.740	34.526.488.441	35.968.218.436	45.204.381.818	45.715.191.333
b	Bagi Hasil Bukan Pajak / Sumber Daya Alam	662.736.834	1.793.777.110	1.838.316.010	5.728.751.376	2.937.206.527	2.970.396.961
c	Dana Alokasi Umum (DAU)	284.397.000.000	450.161.000.000	493.983.000.000	544.877.704.000	555.625.375.000	561.903.941.738
d	Dana Alokasi Khusus (DAK)	11.510.000.000	25.800.000.000	28.355.800.000	53.410.000.000	69.847.000.000	70.636.271.100
III	LAIN-LAIN PENDAPATAN DAERAH YANG SAH	36.308.913.691	22.983.055.805	31.443.693.539	53.438.863.736	98.237.247.682	99.347.328.581
a	Pendapatan Hibah				25.183.045.600	15.451.675.000	15.626.278.928
b	Dana bagi hasil pajak dari provinsi dan pemerintah daerah	16.217.612.222	22.741.074.974	23.511.453.523	25.823.702.938	30.916.382.939	31.265.738.066
c	Dana Penyesuaian dan Otonomi Khusus				1.175.876.666	12.401.464.000	12.541.600.543
d	Bantuan keuangan dari provinsi atau pemerintah daerah lainnya	20.091.301.469	241.980.831	7.932.240.016	1.256.238.532	39.467.725.743	39.913.711.044
	JUMLAH PENDAPATAN DAERAH	367.536.151.255	547.666.124.810	610.883.125.456	716.286.788.782	797.744.005.904	807.446.828.006

Sumber : DPPKA tahun 2010

Dari Tabel 1.1 di atas dijelaskan bahwa pajak daerah menduduki urutan kedua dalam hal besarnya kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah setelah retribusi daerah. Oleh karena itu sumbangan pajak daerah cukup berperan terhadap Pendapatan Asli Daerah yang salah satu jenis pajak daerah tersebut adalah Pajak Reklame.

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah dan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah menetapkan bahwa pendapatan daerah bersumber dari tiga kelompok, yaitu :

1. Pendapatan Asli Daerah (PAD), yaitu pendapatan yang diperoleh daerah dan dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan meliputi :
 - a. Pajak daerah
 - b. Retribusi daerah, termasuk hasil dari pelayanan Badan Layanan Umum (BLU) daerah
 - c. Hasil pengelolaan kekayaan yang dipisahkan, antara lain bagian laba dari BUMD, hasil kerja sama dengan pihak ketiga
 - d. Lain-lain PAD yang sah
2. Dana perimbangan, yaitu dana yang bersumber dari pendapatan APBN yang dialokasikan kepada daerah untuk mendanai kebutuhan daerah dalam rangka pelaksanaan desentralisasi
3. Lain-lain pendapatan daerah yang sah

Salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah yang mempunyai prospek cukup baik adalah pajak daerah. Menurut Undang-Undang No. 34 Tahun 2000 Tentang Pajak dan Retribusi Daerah yang termasuk pajak daerah adalah :

1. Pajak hotel
2. Pajak restoran
3. Pajak hiburan
4. Pajak reklame
5. Pajak penerangan jalan
6. Pajak parkir
7. Pajak pengambilan bahan galian golongan C

Oleh karena peningkatan pembangunan fisik di Kabupaten Ngawi dan karena letak geografisnya sebagai jalur lalu lintas perdagangan, dapat dikategorikan bahwa Kabupaten Ngawi merupakan daerah potensial untuk meningkatkan pendapatan asli daerahnya dengan peningkatan hasil pajak daerah yang salah satunya adalah pajak reklame. Sehingga diharapkan dari pajak reklame tersebut menjadikan penerimaan pajak daerah meningkat secara signifikan dari tahun ke tahun. Untuk itulah Pemerintah Daerah Kabupaten Ngawi telah mengeluarkan Peraturan Daerah No. 02 Tahun 1999 yang mengatur tentang Pajak Reklame. Diharapkan dengan berlakunya Peraturan Daerah ini adanya peningkatan pemasukan pajak daerah untuk Kabupaten Ngawi khususnya untuk pajak reklame.

Jika diamati dan dilihat perkembangan pembangunan yang terjadi di kabupaten Ngawi beberapa tahun kebelakang mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa pemerintah daerah khususnya Pemerintah Daerah Kabupaten Ngawi dapat dikatakan berhasil didalam mengelola daerahnya. Hal ini ditandai dengan adanya berbagai fasilitas umum yang semakin kondusif keberadaannya, kemudian juga sarana dan prasarana yang mendukung mobilitas penduduk yang juga semakin terjaga. Disamping itu juga mulai berkembangnya iklim usaha dengan ditandai dengan bermunculannya usaha-usaha baru baik berupa cabang perusahaan ataupun perusahaan baru yang ada di Kabupaten Ngawi, yang ditandai dengan bermunculannya reklame-reklame atau iklan produk-produk baru. Perkembangan yang sangat signifikan ini dibiayai dari Pendapatan Asli Daerah (PAD) sendiri. Jika diasumsikan dengan

semakin banyak reklame – reklame produk yang bermunculan di daerah Kabupaten Ngawi maka dapat dikatakan bahwa pajak reklame yang merupakan sumber pendapatan daerah dapat dipastikan meningkat tiap tahunnya.

Meningkatnya penerimaan pajak reklame ini akan meningkatkan penerimaan pajak daerah, dan diharapkan dengan peningkatan pendapatan pajak daerah akan berdampak positif terhadap Pemerintah Daerah Kabupaten Ngawi, diantaranya adalah :

1. Prioritas Pembangunan terutama sarana dan prasarana umum yang mungkin selama ini belum tersentuh dikarenakan pembiayaan yang belum memadai, secara simultan akan dapat dilakukan dengan lebih cepat tanpa harus menunggu subsidi anggaran dari pemerintah pusat.
2. Pemerintah daerah selaku pelayan publik akan lebih dapat meningkatkan kinerjanya dalam melayani masyarakat karena adanya dukungan fasilitas yang lebih komprehensif dan memadai.
3. Tingkat kesejahteraan masyarakat akan lebih meningkat dikarenakan adanya dukungan pemerintah secara terus menerus dan nyata dalam hal pembenahan fasilitas umum dan kemudahan akses dalam berusaha.

Berangkat dari pemikiran di atas perlu dilakukan penelitian terhadap kontribusi pajak reklame terhadap peningkatan penerimaan pajak daerah di Kabupaten Ngawi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah yang diteliti adalah:

1. Bagaimana pertumbuhan penerimaan pajak reklame di Kabupaten Ngawi?
2. Bagaimana kontribusi pajak reklame terhadap penerimaan pajak daerah di Kabupaten Ngawi?
3. Bagaimana efektivitas pajak reklame di Kabupaten Ngawi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka ditetapkan tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pertumbuhan penerimaan pajak reklame di Kabupaten Ngawi.
2. Menganalisis Kontribusi pajak reklame terhadap peningkatan penerimaan pajak daerah di Kabupaten Ngawi.
3. Menganalisis efektivitas pajak reklame terhadap penerimaan pajak daerah di Kabupaten Ngawi.

D. Manfaat Penelitian

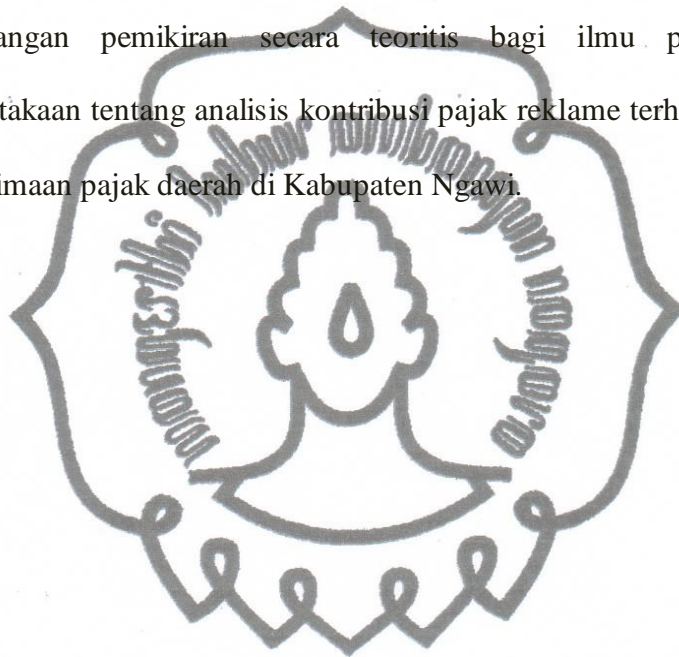
Manfaat yang ingin diambil dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Praktis.
 - a. Sebagai masukan bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Ngawi tentang penerimaan pajak reklame dalam mendukung penerimaan pajak daerah di Kabupaten Ngawi.

b. Sebagai bahan masukan dalam merumuskan kebijakan bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Ngawi dalam melakukan pemungutan terhadap pajak reklame.

2. Manfaat Teoritis

Dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan memberikan sumbangan pemikiran secara teoritis bagi ilmu pengetahuan dan kepustakaan tentang analisis kontribusi pajak reklame terhadap peningkatan penerimaan pajak daerah di Kabupaten Ngawi.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teoritis

1. Pengertian Pajak Daerah

Menurut Mardiasmo (1997:1) Pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat balas jasa timbul yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum. Menurut Kaho (1991:128) pajak adalah iuran wajib berupa uang atau barang yang dipungut oleh penguasa berdasarkan norma hukum, guna menutup biaya produksi barang-barang dan jasa kolektif dalam mencapai kesejahteraan umum.

Perpajakan daerah menurut Davey (1988:39-40) dapat diartikan sebagai :

- a. Pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah dengan pengaturan dari daerah sendiri
- b. Pajak yang dipungut berdasarkan peraturan nasional tetapi penetapan tarifnya dilakukan oleh pemerintah daerah
- c. Pajak yang ditetapkan dan atau dipungut oleh pemerintah daerah
- d. Pajak yang dipungut dan diadministrasikan oleh pemerintah pusat tetapi hasil pungutannya diberikan kepada, dibagikan dengan atau dibebani pungutan tambahan oleh pemerintah daerah

Menurut Undang-Undang Nomor 28 tahun 2009 Tentang Pajak dan Retribusi Daerah, pajak daerah yang selanjutnya disebut pajak adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Menurut Devas (1989:61-62), tolok ukur untuk menilai pajak daerah adalah :

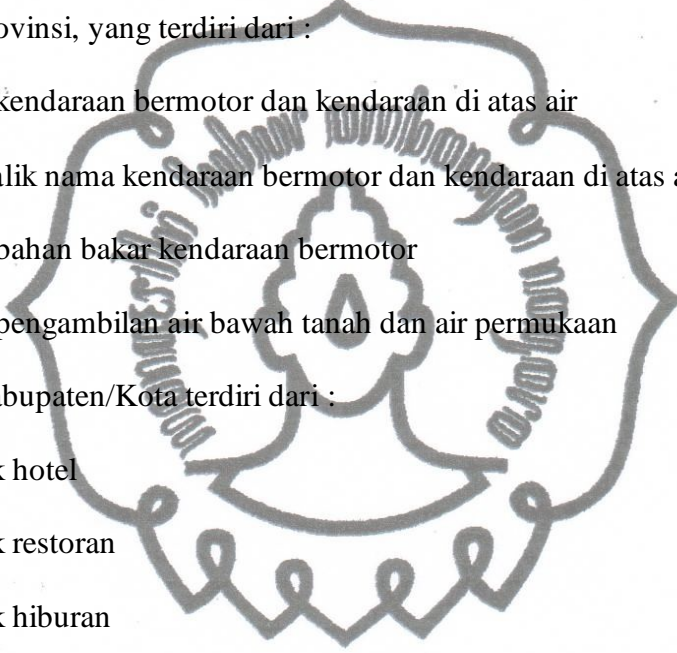
- a. Hasil (*yield*)
- b. Keadilan (*equity*)
- c. Daya guna ekonomi (*economic efficiency*)
- d. Kemampuan melaksanakan (*ability to implement*)
- e. Kecocokan sebagai sumber penerimaan daerah (*suitability as local revenue source*)

Dari definisi-definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pajak memiliki unsur-unsur sebagai berikut :

- a. Pajak merupakan peralihan kekayaan dari orang atau badan ke pemerintah;
- b. Pajak dipungut berdasarkan atau dengan ketentuan undang-undang serta aturan pelaksanaannya, sehingga dapat dipaksakan;
- c. Dalam pembayaran pajak tidak ditunjukkan adanya kontraprestasi langsung secara individual yang diberikan oleh pemerintah pusat atau pemerintah daerah.

2. Pengertian Pajak Reklame

Pemerintah Kabupaten Ngawi masih menggunakan Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 Tentang Pajak dan Retribusi Daerah sebagai dasar dalam menerapkan pemungutan pajak reklame, disebutkan bahwa pajak daerah ada dua, yaitu :

- 
- a. Pajak Provinsi, yang terdiri dari :
 - 1) Pajak kendaraan bermotor dan kendaraan di atas air
 - 2) Bea balik nama kendaraan bermotor dan kendaraan di atas air
 - 3) Pajak bahan bakar kendaraan bermotor
 - 4) Pajak pengambilan air bawah tanah dan air permukaan
 - b. Pajak Kabupaten/Kota terdiri dari :
 - 1) Pajak hotel
 - 2) Pajak restoran
 - 3) Pajak hiburan
 - 4) Pajak reklame
 - 5) Pajak penerangan jalan
 - 6) Pajak parkir
 - 7) Pajak pengambilan bahan galian golongan C

Dengan demikian pajak reklame termasuk dalam golongan pajak daerah Kabupaten/Kota. Pajak reklame adalah pajak atas kegiatan atau perbuatan terhadap benda, alat atau media yang menurut bentuk susunan dan corak ragamnya digunakan untuk tujuan komersial sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Secara umum sebelum reklame terpasang bagi wajib

pajak yang akan beriklan / memasang reklame diwajibkan untuk mengurus izin – izin usaha kepada pemerintah daerah setempat. Adapun izin – izin yang umum diperlukan adalah :

a. Akta Pendirian Usaha

Akta ini dibuat oleh Notaris, biasanya cukup dengan KTP dan Kartu Keluarga (C1)

b. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)

SIUP merupakan izin yang wajib dikantongi karena menyangkut legalitas usaha. SIUP ini digunakan dalam berbagai kegiatan usaha, di antaranya transaksi perdagangan atau sebagai persyaratan guna mendapatkan kredit dari bank. SIUP dipakai juga dalam pembuatan badan hukum sebuah perusahaan. Selain itu, secara keseluruhan Surat Izin Tempat Usaha SITU juga diperlukan dalam pembuatan izin SIUP. Minimal surat izin gangguan (HO) sebagai pengganti SITU pada saat pengurusan SIUP.

c. Tanda Daftar Perusahaan (TDP)

TDP atau tanda daftar perusahaan merupakan bentuk lain Legalitas perusahaan di mata pemerintah. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut sudah terdaftar di kementerian perindustrian. Ini akan memudahkan perusahaan dalam bergerak karena mendapatkan payung hukum. Pengurusan TDP membutuhkan fotocopi SIUP, Akta Pendirian Perusahaan termasuk perubahannya dan fotocopi KTP direksi dan pengurus.

d. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)

NPWP lebih merupakan kewajiban seseorang/badan usaha yang taat hukum. NPWP menunjukkan bentuk tanggung jawab terhadap negara. NPWP merupakan sarana administratif perpajakan sebagai tanda pengenal pribadi atau identitas perusahaan dalam memenuhi hak dan kewajiban membayar pajak.

e. Surat Keterangan Domisili (SKD) Perusahaan.

Surat Keterangan Domisili Perusahaan (SKD) diperlukan dalam pembayaran pajak. Dalam pembuatan TDP, SKD dapat diganti dengan UUG (Izin Gangguan). Surat Keterangan Domisili bisa diperoleh dengan pengurusan ke RT, RW, Kelurahan dan Kecamatan.

Izin penyelenggaraan reklame dapat dicabut atau dibatalkan oleh pemerintah daerah setempat apabila :

- a. Pemegang izin tidak memenuhi kewajiban – kewajiban menegani tempat pemasangan reklame yang dikuasai oleh pemerintah daerah;
- b. Terdapat perubahan pada reklame sehingga tidak sesuai dengan izin yang diberikan;
- c. Reklame yang diselenggarakan tidak dipelihara sehingga tidak selalu dalam keadaan baik;
- d. Tidak memenuhi syarat-syarat keindahan kota, keamanan, kesopanan, ketertiban umum, kesusilaan, keagamaan dan kesehatan;
- e. Pajak Reklame tidak dipenuhi sebagaimana mestinya;

- f. Terhadap reklame yang dipasang tanpa izin, ditetapkan secara jabatan dengan ditambah pajak 50%;
- g. Terhadap pembayaran angsuran yang tidak tepat / sesuai dengan yang ditentukan, terhutang denda sebesar 25%
- h. Diancam dengan hukuman kurungan selama-lamanya 3 (tiga) bulan atau hukuman denda sebanyak-banyaknya Rp.1.000,00 (seribu rupiah) kepada mereka yang melakukan pelanggaran terhadap ketentuan pasal 3 (1) dan (2), pasal 16 perjanjian dalam izin.

Suatu reklame bisa saja dibebaskan dari pengenaan pajak reklame jika dalam kondisi sebagai berikut :

- a. Reklame yang menurut pertimbangan Gubernur kepada daerah atau pejabat yang ditunjuknya, dibuat atau diselenggarakan semata-mata untuk amal atau kepentingan umum, untuk jangka waktu yang ditentukan oleh Gubernur kepala Daerah atau pejabat yang ditunjuknya, setelah diterima permohonan untuk mendapat pembebasan;
- b. Reklame yang dibuat dan atau diselenggarakan oleh pemerintah;
- c. Reklame yang dibuat dan atau diselenggarakan oleh Partai politik / Organisasi Sosial politik yang semata-mata mengenai politik;
- d. Reklame yang dibuat, diselenggarakan atau ditempatkan pada bangunan dan atau tanah tempat penyelenggaraan pertunjukan yang berhubungan dengan pertunjukan atau tontonan yang sedang diselenggarakan.

Peraturan Daerah Kabupaten Ngawi Nomor 2 Tahun 1999 Tentang Pajak Reklame menjelaskan :

- a. Beberapa pengertian yang berhubungan dengan pajak reklame, antara lain :
 - 1) Pajak Reklame yang selanjutnya disebut pajak adalah iuran wajib yang dilakukan oleh pribadi atau badan pada daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan Pemerintah Daerah dan pembangunan daerah
 - 2) Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk susunan dan corak ragamnya untuk tujuan komersial. Dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa atau orang ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau yang dapat dilihat, dibaca didengar dari suatu tempat oleh umum, kecuali yang dilakukan oleh pemerintah.
 - 3) Panggung / Lokasi reklame adalah suatu sarana atau tempat pemasangan suatu atau beberapa buah reklame.
 - 4) Surat Pemberitahuan Pajak daerah yang selanjutnya disingkat SPTPD adalah surat yang digunakan oleh wajib pajak untuk melaporkan penghitungan dan pembayaran pajak yang terhutang menurut peraturan perundang – undangan perpajakan daerah.
 - 5) Surat ketetapan pajak daerah yang selanjutnya disingkat SKPD adalah surat Keputusan / yang menentukan besarnya pajak yang terhutang.
 - 6) Dengan nama pajak Reklame dipungut pajak atas penyelenggaraan reklame

7) Obyek pajak adalah semua penyelenggaraan reklame, yang meliputi :

a) Reklame Megatron/Billboard/Papan

Reklame Megatron/Billboard/Papan adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan alat elektronik audio visual berupa pesawat pemancar yang menampilkan beberapa gambar atau naskah reklame secara sendiri-sendiri.

b) Reklame kain & Reklame Melekat (stiker)

Reklame kain adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain, dan atau bahan lain yang sejenis dengan itu. Reklame kain contohnya adalah umbul-umbul, reklame jenis ini sering digunakan pada acara-acara insidental, atau acara-acara tertentu saja.

Reklame melekat atau stiker atau poster adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara diberikan atau dapat diminta untuk ditempelkan, dipasang, pada suatu benda milik pribadi atau prasarana umum.

c) Reklame Selebaran

Reklame selebaran adalah reklame yang berbentuk selebaran lepas diselenggarakan dengan cara diberikan atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantungkan, pada suatu benda lain

d) Reklame Berjalan, termasuk kendaraan

Reklame berjalan adalah reklame yang berpindah dari lokasi satu atau ke lokasi lain dengan suara atau tidak dengan suara. Reklame pada Bis
commit to user

yang berjalan dengan iklan ban mobil, jamu tradisional dan mie instans adalah contoh reklame berjalan.

Reklame kendaraan adalah reklame yang ditempatkan atau ditempelkan pada kendaraan yang digerakkan oleh tenaga mekanik, tenaga lain yang perusahaan dan perwakilannya berdomosili di wilayah daerah.

Reklame jenis ini hampir sama dengan reklame berjalan bisa di lihat pada mobil-mobil suatu perusahaan.

e) Reklame Udara

Reklame udara adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan gas, pesawat, atau alat lain yang sejenis. Reklame ini digunakan pada saat insidentil saja misalnya launching produk.

f) Reklame Suara

Reklame suara adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan dengan atau yang ditimbulkan dari atau oleh penggunaan alat atau pesawat apapun, reklame jenis ini jarang sekali digunakan tetapi bukan berarti tidak pernah, karena dirasa kurang efektif untuk berpromosi menurut pendapat para wajib pajak maupun biro reklame.

g) Reklame Film / Slide

Reklame film atau slide adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara.

b. Dasar pengenaan dan tarif pajak reklame Kabupaten Ngawi :

- 1) Dasar pengenaan pajak adalah nilai sewa Reklame.
- 2) Tarif pajak ditetapkan sebesar 25 %
- 3) Hasil perhitungan nilai sewa reklame dinyatakan dalam bentuk tabel ditetapkan oleh Keputusan Bupati Kepala daerah yang berlaku di lokasi setempat.

c. Tata cara pemungutan pajak reklame di Kabupaten Ngawi :

- 1) Berdasar Surat Pemberitahuan Pajak Daerah (SPTPD), Bupati yang menetapkan pajak terhutang dengan menerbitkan SKPD
- 2) Setelah SKPD diterbitkan pajak terhutang tidak atau kurang dibayar setelah lewat waktu paling lama 30 hari sejak SKPD diterbitkan dikenakan sanksi administrasi berupa bunga sebesar 2 % sebulan dan ditagih dengan menerbitkan STPD
- 3) Wajib pajak membayar sendiri SPTPD
- 4) Dalam jangka waktu 5 tahun sesudah saat terutang nya pajak, Bupati

Kepala daerah dapat menerbitkan :

- a) SKPDKB
- b) SKPDKBT
- c) SKPDN

- d. Sanksi administrasi bagi wajib pajak yang tidak taat membayar pajak reklame adalah sebesar 2% setiap bulannya.

Dengan adanya Peraturan Daerah ini diharapkan pemerintah daerah dapat mengolah pajak reklamenya dengan baik. Media reklame terutama periklanan luar ruang yang ditata dengan baik memberikan keuntungan ganda bagi pemerintah daerah setempat. Iklan luar ruang yang berdesain sempurna, di samping mempercantik kota juga merupakan sumber pendapatan bagi pemerintah daerah. Sehingga diharapkan hasil akhirnya adalah adanya peningkatan pendapatan daerah, dimana dengan adanya peningkatan pendapatan daerah ini prioritas pembangunan daerah yang telah direncanakan baik dalam Rencana Kerja (RENJA) maupun Rencana Strategis (RENSTRA) berjalan sesuai dengan rencana yang telah disusun baik dalam RENJA maupun RENSTRA.

3. Faktor yang berpengaruh terhadap penerimaan Pajak Reklame

Dari hasil interview dengan DPPKA kab Ngawi diketahui faktor – faktor yang berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame diantaranya adalah :

a. Iklim berusaha yang semakin terbuka

Iklim berusaha yang semakin terbuka yaitu semakin marak dan beragamnya cara yang digunakan oleh pengusaha di dalam mengenalkan produknya kepada user, sehingga diperlukan adanya kecepatan, ketepatan dan lebih mendekati produknya kepada konsumen atau masyarakat, maka dituntut untuk masing-masing produsen lebih berkreasi di dalam memasarkan produknya.

b. Tingkat kebutuhan masyarakat yang beragam

Semakin mengglobalnya informasi yang ada, masyarakat menjadi semakin kritis akan berbagai macam kebutuhan hidupnya. Masyarakat menginginkan adanya ketersediaan barang – barang kebutuhannya yang semakin beragam

yang seharusnya segera ditangkap sebagai peluang oleh produsen untuk memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut.

c. Kemudahan dalam hal birokrasi

Dengan semakin transparan dan kemudahan di dalam hal birokrasi khususnya perijinan reklame, memudahkan para pelaku usaha untuk mengenalkan produknya kepada masyarakat diharapkan implikasi akhirnya adalah pendapatan pajak daerah khususnya dari sektor pajak reklame akan lebih meningkat. Sehingga tujuan akhir pembangunan daerah akan tercapai dan tepat sasaran serta berdayaguna langsung pada masyarakat.

4. Efektivitas Pajak

Efektivitas dalam pengertian yang umum menunjukkan pada taraf tercapainya hasil, dalam bahasa sederhana hal tersebut dapat dijelaskan bahwa efektivitas dari pemerintah daerah adalah bila tujuan pemerintah daerah tersebut dapat dicapai sesuai dengan kebutuhan yang direncanakan. Sesuai dengan Permendagri Nomor 13 Tahun 2006 pasal 4 ayat 4, efektif adalah pencapaian hasil program dengan target yang telah ditetapkan, yaitu dengan cara membandingkan keluaran dengan hasil.

Efektivitas yaitu hubungan antara *output* dan tujuan, atau dapat juga dinyatakan merupakan ukuran seberapa jauh tingkat *output* tertentu, kebijakan dan prosedur dari organisasi. Efektivitas juga berhubungan dengan derajat keberhasilan suatu operasi pada sektor publik sehingga suatu kegiatan dikatakan efektif jika kegiatan tersebut mempunyai pengaruh besar terhadap kemampuan menyediakan pelayanan masyarakat yang merupakan sasaran yang telah

ditentukan (Devas,1989:56). Efektivitas digunakan untuk mengukur hubungan antara hasil pungutan suatu pajak dengan tujuan atau target yang telah ditetapkan (Mardiasmo, 2002:89). Menurut Mardiasmo tingkat efektifitas dapat digolongkan ke dalam beberapa kategori yaitu :

- a. Hasil perbandingan tingkat pencapaian di atas 100% berarti sangat efektif;
- b. Hasil perbandingan tingkat pencapaian 100% berarti efektif;
- c. Hasil perbandingan tingkat pencapaian di bawah 100% berarti tidak efektif.

Pengertian efektifitas berhubungan dengan derajat keberhasilan suatu operasi pada sektor publik sehingga suatu kegiatan dikatakan efektif jika kegiatan tersebut mempunyai pengaruh besar terhadap kemampuan menyediakan pelayanan masyarakat yang merupakan sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya. Efektivitas menggambarkan kemampuan pemerintah daerah dalam merealisasikan Pajak daerah yang direncanakan dibandingkan dengan target yang ditetapkan berdasarkan potensi riil daerah. Semakin besar realisasi penerimaan Pajak Daerah dibanding target penerimaan Pajak Daerah, maka dapat dikatakan semakin efektif, begitu pula sebaliknya. Dalam hal ini semakin besar realisasi penerimaan Pajak reklame dibanding target penerimaan Pajak Reklame, maka dapat dikatakan semakin efektif, begitu pula sebaliknya. Rumus yang digunakan untuk menghitung efektifitas pajak di sini adalah sebagai berikut :

$$Ep : \frac{X}{T X} \times 100 \%$$

Keterangan :

E_p = Efektifitas Pajak

X = Penerimaan Pajak

$T X$ = Target Penerimaan Pajak

Dari pengertian efektifitas tersebut dapat disimpulkan bahwa efektifitas bertujuan untuk mengukur rasio keberhasilan, semakin besar rasio maka semakin efektif, standar minimal rasio keberhasilan adalah 100% atau 1, di mana realisasi sama dengan target yang telah ditentukan. Rasio di bawah standar minimal keberhasilan dapat dikatakan tidak efektif. Selama ini belum ada ukuran baku mengenai kategori efektifitas, ukuran efektifitas biasanya dinyatakan secara kualitatif dalam bentuk pernyataan saja (*judgement*). Faktor penentu efektifitas sebagai berikut (Budiarto, 2007):

- a. faktor sumber daya, baik sumber daya manusia seperti tenaga kerja, kemampuan kerja maupun sumber daya fisik seperti peralatan kerja, tempat bekerja serta dana keuangan;
- b. faktor struktur organisasi, yaitu susunan yang stabil dari jabatan-jabatan, baik itu struktural maupun fungsional;
- c. faktor teknologi pelaksanaan pekerjaan;
- d. faktor dukungan kepada aparatur dan pelaksanaannya, baik pimpinan maupun masyarakat;
- e. faktor pimpinan dalam arti kemampuan untuk mengkombinasikan keempat factor tersebut kedalam suatu usaha yang berdaya guna dan berhasil guna untuk mencapai sasaran yang dimaksud.

B. Kajian Empiris

Penelitian yang dilakukan Widyaningsih (2009), tentang Analisis Potensi Penerimaan Pajak reklame Kota Bandung Periode tahun 2001 – 2007. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui potensi penerimaan pajak reklame dan kontribusi pajak reklame di Kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif analitis dengan mengambil sampel laporan keuangan kota Bandung tahun Anggaran 2001 – 2007 pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Bandung. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa potensi penerimaan pajak reklame dari tahun 2001 hingga tahun 2002 berada di bawah target dan realisasi penerimaan pajak reklame, sedangkan potensi penerimaan pajak reklame tahun 2003 hingga tahun 2007 lebih tinggi dari target dan realisasi penerimaan pajak reklame. Penulis memberikan rekomendasi, untuk meningkatkan pendataan subjek dan objek pajak reklame sehingga dapat diketahui potensi dan realisasi penerimaan pajak reklame.

Penelitian oleh Dewi (2005), tentang Upaya Intensifikasi Pajak reklame di Kawasan Simpang lima Semarang. Kawasan Simpang Lima merupakan kawasan komersial yang cukup penting di Jawa Tengah dan merupakan tempat yang strategis untuk pemasangan reklame sebagai media promosi. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya titik-titik reklame di Kawasan Simpang lima, keadaan ini tentunya menguntungkan, karena pajak reklame yang dipungut akan meningkat. Namun realisasi penerimaan pajak reklame ini belum sesuai dengan potensinya. Hal ini dibuktikan dengan tingkat keefektifan pungutan pajak yang hanya 64,84%. Beberapa kendala yang menghambat penerimaan

pajak reklame bersumber dari instansi pemerintah terkait, seperti birokrasi, regulasi, dan koordinasi serta dari wajib pajak sendiri. Mengingat semakin meningkatnya tuntutan kebutuhan pembiayaan pembangunan, maka perlu dilakukan upaya intensifikasi pajak di kawasan simpang lima agar pajak reklame yang dipungut sesuai dengan potensinya.

Penelitian yang dilakukan Riduansyah (2003) tentang Kontribusi Pajak Daerah dan retribusi daerah terhadap pendapatan Asli daerah (PAD) dan Anggaran Pendapatan dan belanja daerah (APBD) guna mendukung pelaksanaan otonomi daerah (Studi Kasus Pemerintah daerah Kota Bogor). Penerimaan Pendapatan asli Daerah (PAD) merupakan sumber penerimaan yang signifikan bagi pembiayaan rutin dan pembangunan di suatu daerah otonom. Jumlah penerimaan komponen pajak daerah dan retribusi daerah sangat dipengaruhi oleh banyaknya jenis pajak daerah dan retribusi daerah yang ditetapkan serit disesuaikan dengan peraturan yang berlaku yang terkait dengan penerimaan komponen tersebut. Kontribusi penerimaan pajak daerah dan retribusi daerah terhadap perolehan PAD pemerintah Bogor kurun waktu Tahun angrgan (TA) 1993/1994 – 2000 cukup signifikan dengan rata-rata kontribusi sebesar 27,78% per tahun. Komponen pajak daerah dalam kurun waktu TA 1993/1994 – 2000 rata-rata pertahunnya memberikan kontribusi sebesar 7,81% pertahun dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 22,89% pertahunnya. Sedangkan pendapatan yang berasal dari komponen retribusi daerah , pada kurun waktu yang sama, memberikan kontribusi rata-rata pertahunnya sebesar 15,61% dengan rata-rata pertumbuhan pertahunnya

sebesar 5,08%. Untuk lebih meningkatkan Kontribusi penerimaan pajak daerah dan retribusi daerah terhadap total penerimaan PAD perlu dilakukan langkah-langkah antara lain perlu dilakukan peningkatan intensifikasi pemungutan jenis-jenis pajak daerah dan retribusi daerah, kemudian dilakukan ekstensifikasi dengan jalan memberlakukan jenis pajak dan retribusi baru sesuai dengan kondisi dan potensi yang ada.

Penelitian yang dilakukan oleh Watini (2010) tentang Pengaruh Pajak reklame terhadap Penerimaan pajak daerah Kota Bandung. Tujuannya adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari penerimaan Pajak Reklame terhadap Penerimaan pajak daerah. Berdasarkan hasil analisis pengolahan data dapat disimpulkan bahwa pemungutan pajak reklame tidak berpengaruh terhadap penerimaan pajak daerah Kota Bandung dan antara pemungutan pajak reklame dengan penerimaan pajak daerah kota bandung memiliki hubungan yang sangat lemah dan positif atau searah.

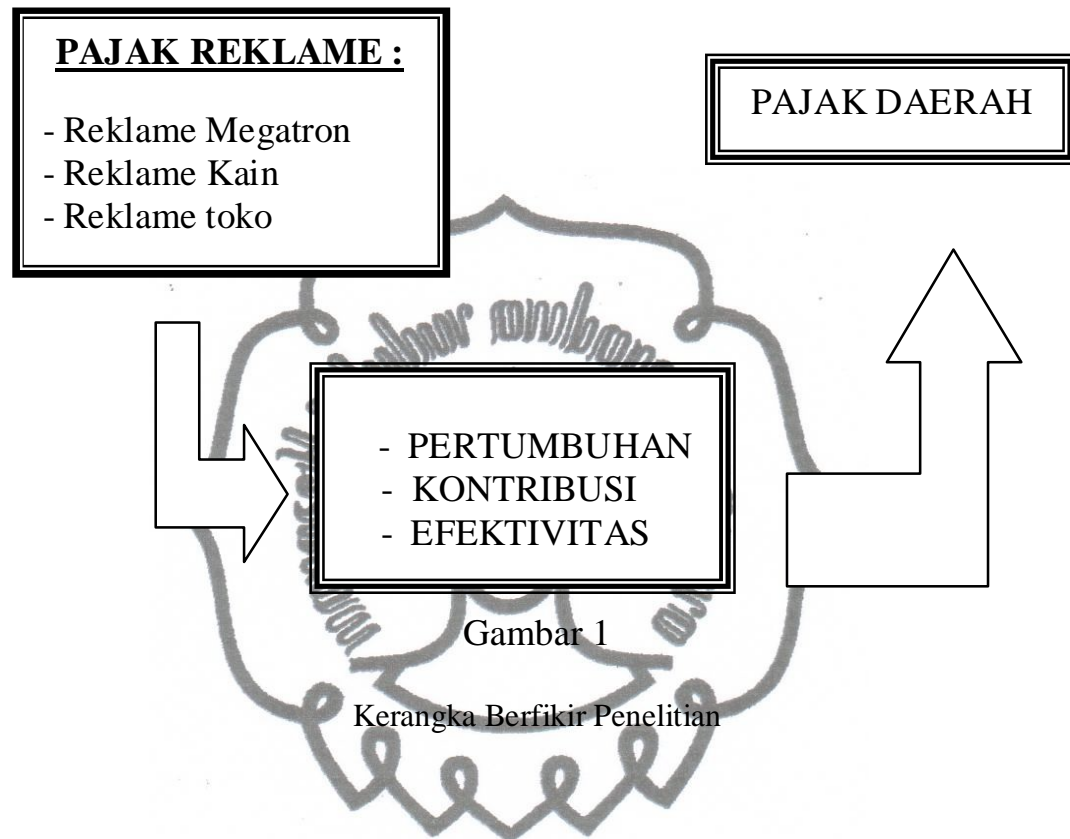
Penelitian yang dilakukan oleh Nurmayani (2008) tentang fungsi pajak daerah dalam meningkatkan pendapatan asli daerah di kota Bandar Lampung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengkaji peranan pajak daerah dalam meningkatkan pendapatan asli daerah, mengetahui faktor yang menghambat pemungutan pajak daerah. Di kota Bandar Lampung ada 7 pajak daerah yang diberlakukan yaitu pajak Hotel, pajak Restoran, pajak hiburan, pajak reklame, pajak Penerangan jalan, pajak pengambilan dan pengolahan bahan Galian golongan C dan pajak Parkir. Dari penelitian menunjukkan bahwa bahwa pajak daerah mempunyai fungsi yang penting dalam

meningkatkan Pendapatan Asli daerah, hal ini dapat dilihat dari data yang diperoleh bahwa pajak memberikan kontribusi yang besar terhadap Pendapatan Asli daerah yaitu 62,58% pada Tahun Anggaran 2006.

Dari beberapa kajian empiris di atas maka perlu dilakukan penelitian atas pertumbuhan, kontribusi dan efektivitas pada penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Ngawi.

C. Kerangka Konseptual

Dalam membiayai pembangunan, salah satu upaya pemerintah daerah adalah menyerap dari sektor pajak. Hal ini dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Ngawi untuk melakukan usaha-usaha peningkatan pajak daerah yang salah satunya adalah pajak reklame secara optimal untuk mengisi kas daerah guna membiayai pembangunan. Kerangka berfikir disini adalah seberapa besarkah laju pertumbuhan pajak reklame terhadap pajak daerah, seberapa besar kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah dan efektivitas pajak reklame ini di dalam penerimaan pajak daerah. Pajak reklame ini cukup didalam hal penerimaan ataupun pendapatan asli daerah disamping sumber pendapatan lain yang digunakan untuk pembiayaan pembangunan daerah. Berdasarkan hal tersebut kerangka konseptual dari penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1

Kerangka Berfikir Penelitian

D. Hipotesis

Hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diduga laju pertumbuhan pajak reklame melebihi laju pertumbuhan pajak daerah.
2. Diduga pajak reklame mempunyai kontribusi positif dalam meningkatkan penerimaan pajak daerah di Kabupaten Ngawi.
3. Diduga efektivitas pajak reklame lebih dari 100%.

commit to user

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Penelitian di sini adalah penelitian deskriptif dan bersifat analisis data sekunder. Penelitian ini dilakukan terhadap Pemerintah Daerah Kabupaten Ngawi, sedangkan obyek yang diteliti adalah Dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan dan Asset (DPPKA) dengan subyek yang diteliti adalah seberapa besar kontribusi pajak reklame dalam meningkatkan penerimaan pajak daerah di Kabupaten Ngawi mulai tahun 2005 – 2010.

B. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang berupa data *time series* antara tahun 2005 – 2010, dokumen – dokumen pendukung serta segala bentuk informasi dan keterangan dari seluruh pihak yang terkait dan berhubungan dalam proses penelitian ini. Data – data yang diperlukan dalam penelitian ini diantaranya adalah :

1. Penerimaan Pajak Reklame
2. Penerimaan Pendapatan Pajak daerah
3. Data – data lainnya yang relevan dan berkaitan dengan penelitian ini.

Sumber data dari penelitian ini adalah Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Asset (DPPKA) Kabupaten Ngawi sebagai obyek yang akan diteliti. Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Asset (DPPKA) Kabupaten

Ngawi inilah yang selama ini menangani keseluruhan pajak daerah yang salah satunya terdapat pajak reklame.

C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Pajak Reklame adalah pajak atas kegiatan Pemasangan Reklame di berbagai media sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pajak yang dimaksud di sini adalah pajak reklame di Kabupaten Ngawi yang akan difokuskan pada besarnya target dan realisasi pajak tersebut.
 - a. Target Pajak Reklame adalah jumlah besaran penerimaan pajak reklame yang di targetkan diterima oleh Pemerintah Kabupaten Ngawi pertahunnya, dimana jumlah besaran penerimaan itu telah ditetapkan sejak awal tahun berjalan. Besaran penerimaan tersebut didasarkan atas jumlah penerimaan tahun sebelumnya dan melihat potensi yang ada di tahun sebelumnya.
 - b. Realisasi Pajak Reklame adalah jumlah besaran yang riil pajak reklame diterima oleh Pemerintah Kabupaten Ngawi pertahunnya, dimana jumlah riil penerimaan itu di hitung pada akhir tahun berjalan, sesuai penerimaan riil yang ada.

Target dan Realisasi Pajak reklame ini diukur dengan satuan Rupiah per tahun.

2. Pajak daerah yang dimaksud di sini adalah total pajak daerah di Kabupaten Ngawi yang difokuskan pada besarnya target dan realisasi penerimaan pajak di Kabupaten Ngawi.

- a. Target Pajak Daerah adalah jumlah besaran penerimaan pajak daerah yang di targetkan diterima oleh Pemerintah Kabupaten Ngawi pertahunnya, dimana jumlah besaran penerimaan itu telah ditetapkan sejak awal tahun berjalan. Besaran penerimaan tersebut didasarkan atas jumlah penerimaan tahun sebelumnya dan melihat potensi yang ada di tahun sebelumnya .
- b. Realisasi Pajak Daerah adalah jumlah besaran penerimaan yang riil diterima oleh Pemerintah Kabupaten Ngawi pertahunnya, dimana jumlah riil penerimaan itu di hitung pada akhir tahun berjalan, sesuai penerimaan riil yang ada.

D. Teknik Analisis Data

1. Pertumbuhan adalah perubahan alamiah secara kuantitatif dan berkaitan dengan masalah perubahan dalam besar, jumlah ukuran dan lain-lain yang bisa diukur dengan ukuran berat, ukuran panjang dan lainnya (Widodo, (1990:36), Untuk mengetahui tingkat pertumbuhan Pajak Reklame dihitung dengan rumus :

$$\Delta X_i = \frac{X_t - X_{t-1}}{X_{t-1}} \times 100 \%$$

keterangan:

ΔX_i = Pertumbuhan Pajak Reklame i

X_{t-1} = Pajak Reklame tahun t - 1

X_t = Pajak Reklame tahun t .

commit to user

Dimana $i = 1, 2, 3$

1 = reklame megatron

2 = reklame kain

3 = reklame toko

Untuk mengetahui tingkat pertumbuhan Pajak Daerah dihitung dengan

rumus :

$$\Delta X_d = \frac{X_t - X_{t-1}}{X_{t-1}} \times 100 \%$$

keterangan:

ΔX_d = Pertumbuhan Pajak Daerah

X_{t-1} = Pajak Daerah tahun $t - 1$

X_t = Pajak Daerah tahun t

2. Untuk mengetahui besarnya kontribusi Pajak Reklame terhadap Pajak daerah, dihitung dengan rumus :

$$KX_i = \frac{X_i}{PD} \times 100 \%$$

Keterangan :

KX_i = kontribusi pajak Reklame i

X_i = Penerimaan Pajak Reklame i tahun t

PD = Pajak Daerah

Dimana $i = 1, 2, 3$

1 = reklame megatron

2 = reklame kain

3 = reklame toko

Semakin besar persentase kontribusi Pajak Reklame terhadap Pajak Daerah, maka semakin besar kontribusi Pajak Reklame terhadap Pajak Daerah .

3. Untuk mengetahui Efektifitas Pajak Reklame dihitung dengan rumus :

$$EfX_i = \frac{RX_{i_t}}{TX_{i_t}} \times 100\%$$

Keterangan :

EfX_i = Efektifitas Pajak Reklame i

RX_{i_t} = Penerimaan Pajak Reklame i tahun t

TX_{i_t} = Target Penerimaan Pajak Reklame i tahun t

Dimana $i = 1, 2, 3$

1 = reklame megatron

2 = reklame kain

3 = reklame toko

Menurut Mardiasmo tingkat efektifitas dapat digolongkan ke dalam beberapa kategori yaitu :

- Hasil perbandingan tingkat pencapaian di atas 100% berarti sangat efektif;
- Hasil perbandingan tingkat pencapaian 100% berarti efektif;
- Hasil perbandingan tingkat pencapaian di bawah 100% berarti tidak efektif

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

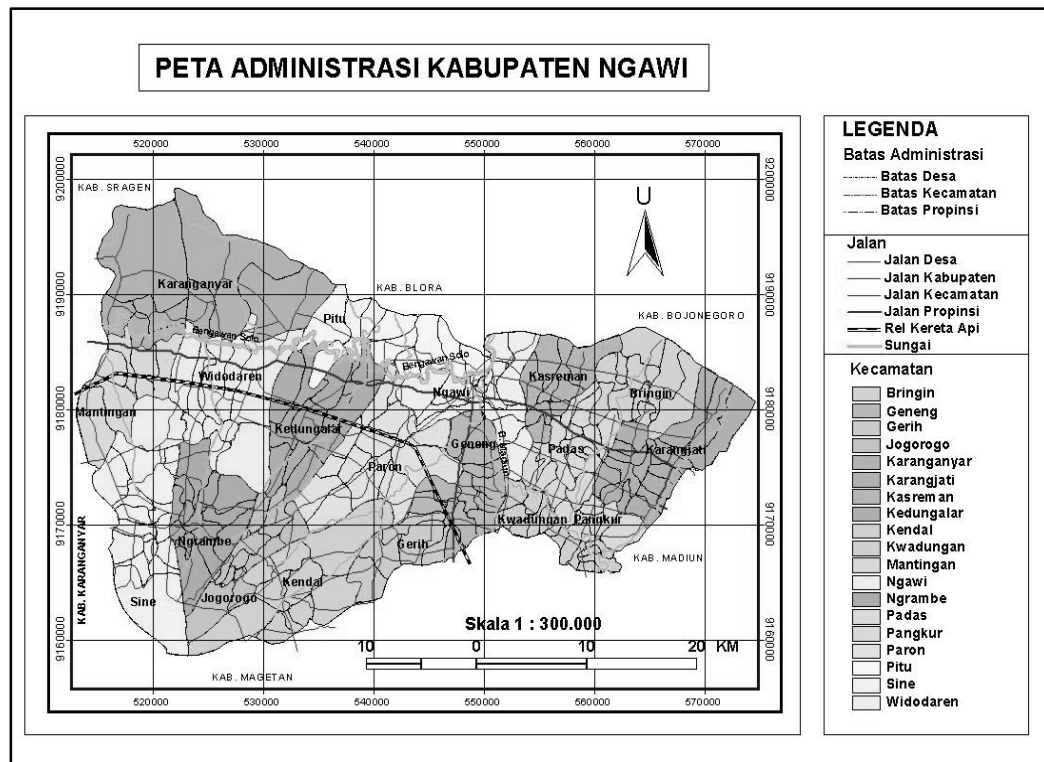
A. Kondisi Umum Kabupaten Ngawi

1. Kondisi Geografis

Secara geografis Kabupaten Ngawi berada di provinsi Jawa Timur bagian barat, merupakan daerah penghubung Provinsi Jawa Timur dengan Jawa Tengah. Luas Wilayah Kabupaten Ngawi 1.298,58 km². Secara administratif pemerintah terbagi kedalam : 19 Kecamatan, 4 Kelurahan, dan 213 desa. Sedangkan secara astronomis Kabupaten Ngawi terletak pada posisi 7°21' - 7°31' Lintang selatan dan 110°10' - 111°40' Bujur Timur dengan batas-batas wilayah sebagai berikut :

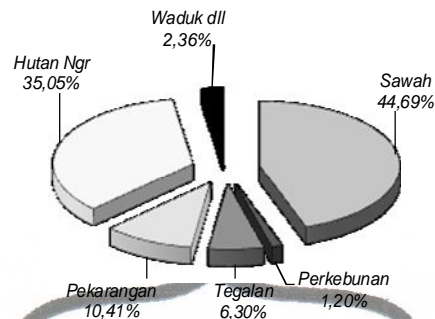
- a. Sebelah utara : Kabupaten Blora, kabupaten Grobogan (Provinsi Jawa Tengah), Kabupaten Blora (Provinsi Jawa Tengah), dan Kabupaten Bojonegoro (Provinsi Jawa Timur) ;
- b. Sebelah barat : Kabupaten Karanganyar dan Kabupaten Sragen (Provinsi Jawa Tengah)
- c. Sebelah selatan : Kabupaten Magetan dan Kabupaten Madiun (Provinsi Jawa Timur)
- d. Sebelah timur : Kabupaten Madiun (Provinsi Jawa Timur)

kondisi secara umum wilayah kabupaten Ngawi jika digambarkan ke dalam peta dapat dilihat dalam peta berikut ini :



Gambar 2 Peta Wilayah Kabupaten Ngawi
Sumber : Kabupaten Ngawi dalam angka tahun 2010

Kondisi topografi wilayah cukup bervariasi, yaitu topografi datar, bergelombang, berbukit dan bahkan pegunungan tinggi, dengan ketinggian 40 meter hingga 3.031 meter di atas permukaan air laut. Tercatat 4 kecamatan terletak di dataran tinggi yaitu Kecamatan Sine, Kecamatan Ngrambe, Kecamatan Jogorogo dan Kecamatan Kendal. Komposisi penggunaan lahan untuk persawahan 57.911,19 Ha, perkebunan 1.551,04 Ha, tegalan 8.165,81 Ha, perkarangan 13.486,55 Ha, hutan Negara 45.428,60 Ha, waduk bendungan dan lain-lain 3.054,32 Ha. Komposisi penggunaan lahan di Kabupaten Ngawi dapat dilihat pada gambar berikut ini :



Gambar 3 Komposisi Penggunaan Lahan (%)
Sumber : Kabupaten Ngawi dalam angka tahun 2010

Luas lahan pertanian mencapai 72 % dari luas wilayah Kabupaten Ngawi. Hal ini menggambarkan sektor pertanian merupakan sektor andalan bagi penduduk Ngawi. Dari 5 subsektor pertanian (tanaman pangan, perkebunan, peternakan, kehutanan dan perikanan), subsektor tanaman pangan khususnya komoditi padi penyumbang terbesar terhadap total nilai produksi pertanian

2. Kondisi Demografi

Jumlah penduduk kabupaten Ngawi akhir tahun 2009 adalah 892.051 jiwa, terdiri dari 438.223 jiwa penduduk laki – laki dan 453.828 jiwa penduduk perempuan, dengan rasio jenis kelamin / *sex ratio* sebesar 96 penduduk laki-laki. Artinya bahwa setiap 100 penduduk wanita terdapat sekitar 96 penduduk laki-laki. Akan tetapi, bila dibandingkan dengan tahun 2008 jumlah penduduk kabupaten

Ngawi bertambah sebesar 2.827 jiwa atau meningkat 0,32 persen selama setahun, seperti dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.1
Jumlah Penduduk Kabupaten Ngawi Menurut Jenis Kelamin Tahun 2010

NO	KECAMATAN	PENDUDUK				
		LAKI-LAKI	%	PEREMPUAN	%	JUMLAH
1	Sine	22.601	46,91	25.580	53,09	48.181
2	Ngrambe	21.163	49,71	21.412	50,29	42.575
3	Jogorogo	20.176	48,78	21.183	51,22	41.359
4	Kendal	24.413	48,03	26.419	51,97	50.832
5	Geneng	27.717	49,64	28.118	50,36	55.835
6	Gerih	18.184	48,53	19.289	51,47	37.473
7	Kwadungan	14.199	49,50	14.483	50,50	28.682
8	Pangkur	13.996	48,89	14.631	51,11	28.627
9	Karangjati	23.211	48,32	24.825	51,68	48.036
10	Bringin	15.890	49,30	16.344	50,70	32.234
11	Padas	16.911	49,94	16.949	50,06	33.860
12	Kasreman	12.013	50,01	12.006	49,99	24.019
13	Ngawi	41.930	49,70	42.432	50,30	84.362
14	Paron	44.066	49,31	45.300	50,69	89.366
15	Kedunggalar	36.901	49,79	37.212	50,21	74.113
16	Pitu	14.060	49,79	14.180	50,21	28.240
17	Widodaren	35.095	49,51	35.788	50,49	70.883
18	Mantingan	19.855	47,41	22.023	52,59	41.878
19	Karanganyar	15.842	50,30	15.654	49,70	31.496
JUMLAH		438.223	49	453.828	51	892.051

Sumber : Kabupaten Ngawi dalam Angka 2010

Kepadatan penduduk menunjukkan rasio antara jumlah penduduk dengan luas wilayah. Tingkat kepadatan penduduk kabupaten Ngawi tahun 2009 adalah 688 jiwa / km², naik sekitar 5 jiwa untuk setiap kilometer persegi dari tahun sebelumnya. Tingkat kepadatan per kecamatan tertinggi di kecamatan Ngawi (1.196 jiwa / km²) dan tingkat kepadatan terendah adalah kecamatan Karanganyar (228 jiwa / km²). Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.2
Tingkat Kepadatan Penduduk Kabupaten Ngawi Tahun 2010

NO	KECAMATAN	LUAS DAERAH (Km ²)	JUMLAH PENDUDUK (JIWA)	KEPADATAN PENDUDUK (JIWA / Km ²)
1	Sine	80,22	48,181	601
2	Ngrambe	57,49	45,575	741
3	Jogorogo	65,84	41,359	628
4	Kendal	84,56	50,832	601
5	Geneng	52,52	55,835	1.063
6	Gerih	34,52	37,473	1.086
7	Kwadungan	30,30	28,682	947
8	Pangkur	29,41	28,627	973
9	karangjati	66,67	48,036	721
10	Karangjati	62,62	32,234	515
11	Padas	50,22	33,860	674
12	Kasreman	31,49	24,019	763
13	Ngawi	70,56	84,362	1.196
14	Paron	101,14	89,366	884
15	Kedunggalar	129,65	74,113	572
16	Pitu	56,01	28,240	504
17	Widodaren	92,26	70,883	768
18	Mantingan	62,21	41,878	673
19	Karanganyar	138,29	31,496	228
JUMLAH		1.295,98	892,051	688

Sumber : Kabupaten ngawi dalam Angka 2010

3. Pendidikan Masyarakat

Kualitas sumber daya manusia Kabupaten Ngawi secara kasar dapat dilihat pada tingkat pendidikan penduduknya. Berdasarkan hasil survey Sosial Ekonomi Nasional tahun 2001 jumlah penduduk Kabupaten Ngawi usia 10 tahun ke atas yang hanya tamat SD = 346.536 jiwa (62 %), hanya tamat SLTP = 113.839 jiwa (20 %), hanya tamat SLTA = 84.498 jiwa (15 %) dan tamat akademi / perguruan tinggi = 17.969 jiwa (3 %). Sarana pendidikan dan jumlah murid serta lembaga sekolah di Kabupaten Ngawi dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.3
Tingkat Pendidikan Masyarakat Kabupaten Ngawi Tahun 2010

NO	INDIKATOR	SD/MI	SMP/MTS	SMA/MAN/SMK
1.	Jumlah Murid	86.082	36.647	21.988
2.	Jumlah Lembaga	703	101	54
3.	Jumlah guru	4.367 / 679	1.934 / 630	561 / 208 / 696
4.	Jumlah Gedung :	715	100	49
	- Kondisi Rusak (RK)	2.122 / 263	116 / 76	33 / 10 / 26
	- Kondisi Baik (RK)	1.290 / 289	673 / 141	144 / 53 / 178
5.	Tingkat Kelulusan %	96,55	97,61	96,88

sumber :Dinas Pendidikan Kab. Ngawi tahun 2010

4. Kondisi Sarana dan Prasarana

a. Prasarana jalan

Panjang jalan Kabupaten sampai dengan akhir tahun 2005 mencapai 597,96 Km kesemuanya masuk kategori kelas III C. Dimana keadaan jenis permukaan jalan kabupaten tersebut 493,96 km telah diaspal, 97,52 km masih berkerikil dan sisanya sebesar 6,48 masih berupa tanah. Sedangkan kondisi jalan Kabupaten 126,63 km dalam kondisi baik, 132,31 km dalam kondisi sedang, 233,31 km dalam kondisi rusak, sedangkan 105,11 km dalam kondisi rusak berat.

b. Prasarana Jembatan

Panjang jembatan sampai dengan tahun 2005 mencapai 1.006,850 m (189 jembatan) dengan kondisi sebagai berikut : jembatan kondisi baik sepanjang 573,905 m (108 jembatan), kondisi sedang mencapai 251,713 m (20 jembatan) dan yang kondisinya rusak berat mencapai 70,479 m (13 jembatan).

c. Prasarana Irigasi

Sedangkan sarana irigasi yang ada di kabupaten Ngawi adalah sebagai berikut :

Tabel 4.4
Kondisi Sarana dan Prasarana Irigasi

NO	SARANA & PRASARANA IRIGASI	KONDISI SEKARANG			
		KEWENANGAN PUSAT	KEWENANGAN PROPINSI	KEWENANGAN KABUPATEN	TOTAL
1	Baku Sawah irigasi	9.173 Ha	10.815 Ha	24.593 Ha	44.581 Ha
2	HIPPA				314 Lembaga
3	Bangunan Utama				3 Buah
	- Waduk				8 Buah
	- Embung				
4	Panjang Saluran Induk	1.808 Km	12.903 Km	8.897 Km	23.608 Km
5	Panjang Saluran Sekunder	52.908 Km	79.595 Km	163.714 Km	296.217 Km
6	Panjang Saluran Tersier	117.267 Km	240.335 Km	325.970 Km	683.572 Km
7	Sumur Dalam				126 Buah
8	Sumur Pantek				7.810 Buah

Sumber : Dinas PU Pengairan dan Pertambangan kab.Ngawi

Sarana dan prasarana irigasi tersebut hampir 70 % nya dalam kondisi baik dan berfungsi sebagaimana mestinya.

5. Kondisi Perekonomian Daerah

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi di tingkat provinsi pula, perekonomian di kabupaten Ngawi menunjukkan stabilitas yang signifikan. Indikator perekonomian daerah Kabupaten Ngawi yang paling dominan adalah dari sektor pertanian. Indikator dari sektor pertanian dalam jumlah satuan rupiah merupakan sektor yang paling dominan serta mengalami peningkatan, akan tetapi apabila dikaji terhadap harga berlaku dan harga konstan sektor ini mengalami stagnasi, hal ini perlu disikapi dengan mengupayakan peningkatan pada sektor-sektor dominan.

commit to user

Berikut ini data untuk memperoleh gambaran menyeluruh tentang kegiatan ekonomi dalam suatu wilayah dapat dilihat melalui neraca ekonominya. Salah satu indikator yang digunakan adalah Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). PDRB Kabupaten Ngawi merupakan jumlah seluruh nilai tambah dari produk barang dan jasa yang dasar pengukurannya timbul akibat adanya aktivitas ekonomi. Sampai dengan tahun 2009 perekonomian kabupaten Ngawi masih didominasi sektor pertanian. Sumbangan sektor ini terhadap total PDRB sampai dengan tahun 2008 sekitar 36,9 %. Tidaklah aneh apabila sektor ini menjadi sektor unggulan di kabupaten Ngawi. Sektor lain yang tidak kalah penting yang memberikan sumbangan cukup besar terhadap perekonomian di Kabupaten Ngawi adalah sektor perdagangan. Dalam kurun waktu 5 tahun terakhir menyumbangkan lebih dari 25 % dari total PDRB.

Tingkat pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan yang dihitung dari PDRB merupakan rata-rata tertimbang dari tingkat pertumbuhan sektoralnya. Angka pertumbuhan menunjukkan kenaikan pertumbuhan barang/jasa terhadap tahun sebelumnya, dengan tidak dipengaruhi variabel harga. Apabila sebuah sektor mempunyai kontribusi besar dan pertumbuhannya lambat, maka hal ini akan menghambat tingkat pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Sebaliknya apabila sebuah sektor mempunyai kontribusi yang besar terhadap totalitas perekonomian, maka apabila sektor tersebut mempunyai pertumbuhan yang tinggi secara langsung akan menjadi lokomotif pertumbuhan ekonomi secara total.

PDRB menurut lapangan usaha berdasar harga berlaku tahun 2007 mencapai 4,445 Milyar rupiah, naik sekitar 12,8 % dari tahun 2008 yang mencapai 5,031 milyar rupiah, hal ini dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut :

Tabel 4.5
PDRB Kabupaten Ngawi Menurut Lapangan Usaha
Atas Dasar Harga berlaku Tahun 2006-2008
(Juta Rupiah)

NO	LAPANGAN USAHA	2008	2009	2010
1	Pertanian	1.629.981,80	1.843.370,50	2.129.128,28
2	Pertambangan & Penggalian	23.924,26	27.821,13	31.159,67
3	Industri Pengolahan	275.496,96	306.568,98	354.275,13
4	Listrik, Gas dan Air Bersih	31.946,84	36.199,99	44.111,18
5	Konstruksi	202.821,88	243.130,70	276.908,89
6	Perdagangan, Hotel & Restaurant	1.241.254,87	1.412.591,98	1.610.680,64
7	Pengangkutan & Komunikasi	181.477,29	205.072,67	233.711,75
8	Keuangan, Persewaan & Jasa Perusahaan	218.291,53	243.939,08	273.336,32
9	Jasa-jasa	640.359,59	712.733,97	816.961,22
	JUMLAH	5.031.428,99	4.445.555,03	5.031.428,99

Sumber : Kabupaten Ngawi dalam Angka 2010

PDRB menurut lapangan usaha berdasarkan harga konstan tahun 2000 selama tahun 2008-2010 juga menunjukkan mengalami perkembangan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2008 nilai PDRB menurut harga konstan tahun 2000 adalah sebesar Rp. 2.510.075,52 juta, meningkat menjadi sebesar Rp. 2.639.717,89 juta pada tahun 2009 dan meningkat lagi menjadi sebesar Rp. 2.785.335,43 juta pada tahun 2010. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 4.6 yang ada dibawah ini :

Tabel 4.6
PDRB Kabupaten Ngawi Menurut Lapangan Usaha
Atas Dasar Harga Konstan (2000) Tahun 2008 - 2010
(Juta Rupiah)

NO	LAPANGAN USAHA	2008	2009	2010
1	Pertanian	941.025,88	985.007,46	1.039.356,65
2	Pertambangan & Penggalian	14.403,57	15.442,31	16.286,80
3	Industri Pengolahan	155.405,22	162.859,61	173.860,51
4	Listrik, Gas dan Air Bersih	13.730,36	14.673,00	16.013,48
5	Konstruksi	110.420,20	116.758,32	120.634,70
6	Perdagangan, Hotel & Restaurant	697.427,05	745.925,20	793.681,83
7	Pengangkutan & Komunikasi	87.412,59	92.497,17	98.137,08
8	Keuangan, Persewaan & Jasa Perusahaan	137.199,62	142.016,95	148.281,52
9	Jasa-jasa	353.051,03	364.537,86	379.082,87
	JUMLAH	2.510.075,52	2.639.717,88	2.785.335,44

Sumber : Kabupaten Ngawi dalam Angka 2010

B. Deskripsi Penelitian

1. Perkembangan Pajak Reklame di Kabupaten Ngawi

Ngawi sebagai daerah lalu lintas perdagangan antara dua provinsi besar di Pulau Jawa yaitu antara Provinsi Jawa Tengah dan provinsi Jawa Timur dan sekaligus sebagai salah satu daerah pintu masuk perdangan antara dua provinsi tersebut sudah barang tentu mempunyai keunggulan tersendiri. Diantaranya penyebaran berbagai produk perdagangan yang jalur distribusinya melewati kedua provinsi itu maupun produk lokal yang mencoba untuk mengembangkan dirinya menjadi produk global yang pemasarannya melalui kedua provinsi tersebut. Demi menjangkau dan mendekatkan brand image kepada customer diperlukan adanya media untuk menjembatannya. Untuk itulah diperlukan media khususnya reklame demi mempermudah hal tersebut. Hal inilah yang ditangkap oleh Pemerintah kabupaten Ngawi untuk meningkatkan pajak daerahnya terutama pendapatan pajak reklame. Jika dilihat dari trend perkembangannya dari tahun ke tahun terjadi

peningkatan yang signifikan terhadap pajak reklame di kabupaten Ngawi. Hal ini dapat dilihat dalam tabel dibawah ini :

Tabel 4.7
Target dan Realisasi Pajak Reklame Tahun 2005 - 2010 (Dalam Rupiah)

Tahun	Pajak Reklame		
	Target	Realisasi	%
1	2	3	
2005	87.132.000,00	96.813.395,00	111,11
2006	113.529.350,00	126.142.740,00	111,11
2007	132.675.000,00	148.130.227,00	111,65
2008	137.715.000,00	151.766.917,00	110,20
2009	149.437.500,00	175.274.969,00	117,29
2010	242.625.000,00	365.570.760,00	150,67
Rata-rata	143.852.308,33	177.283.168,00	118,67

Sumber data : DPPKA Kab. Ngawi Tahun 2010

Dari tabel 4.7 di atas dapat dilihat bahwa perkembangan pajak reklame untuk Kabupaten Ngawi selalu mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Dimana Peraturan Daerah Kabupaten Ngawi Nomor 2 Tahun 1999 Tentang Pajak Reklame menjelaskan bahwa ada 7 jenis pajak yang menjadi kontributor pajak reklame. Namun dari ketujuhnya pemerintah Kabupaten Ngawi mengklasifikasikannya lagi menjadi 3 jenis sebagai kontributor terbesar untuk pajak reklame. Tiga jenis yang dimaksud adalah :

- a. Reklame Megatron
- b. Reklame Kain
- c. Reklame Toko

Mengapa hanya 3 jenis pajak tersebut yang ada, Hal ini dikarenakan hanya 3 jenis pajak reklame itulah yang selama ini dapat diukur keberadaannya. Bukan mengecilkan nilai 4 jenis pajak reklame yang lainnya, namun memang 4 jenis pajak reklame yang lainnya tersebut belum atau frekwensi keberadaannya adalah insidental atau hampir-hampir tidak pernah ada . Hal itulah yang menyebabkan Pemerintah Daerah Kabupaten Ngawi mengelompokkannya menjadi 3 jenis pajak reklame demi mempermudah pengukurannya dan pengelompokannya sehingga dapat digunakan di dalam indikator Pendapatan Asli daerah (PAD).

Namun didalam perjalanannya masih terdapat kendala – kendala yang dihadapi oleh Pemerintah Kabupaten Ngawi didalam meningkatkan penerimaan Pajak Reklamennya. Kendala yang dihadapi oleh Pemerintah Kabupaten Ngawi disini diantaranya adalah :

- a. Kurangnya kesadaran masyarakat terutama para Wajib Pajak untuk membayar atau melunasi kewajibannya sebagai Wajib Pajak.
- b. Adanya Wajib Pajak yang tidak berdomisili atau berada di luar wilayah Kabupaten Ngawi, sehingga didalam penarikan pajaknya terkendala dalam berbagai hal baik dalam hal waktu, jarak dan tempat.
- c. Kurangnya Jumlah Petugas pemungut Pajak Reklame. Saat ini jumlah petugas pemungut Pajak di DPPKA sebanyak 3 orang staf. Sedangkan yang ditangani tidak hanya khusus memungut pajak reklame saja, tetapi juga memungut pajak- pajak yang lain, diantaranya pajak hotel, pajak restoran dan lain – lain.

Dari kendala – kendala yang ada tersebut Pemerintah Kabupaten ngawi telah melakukan berbagai upaya untuk mengatasinya. Adapun upaya yang dilakukan diantaranya adalah :

- a. Meningkatkan sosialisasi kepada masyarakat tentang kewajibannya didalam membayar pajak serta melakukan penagihan pajak dengan mendatangi langsung kepada wajib pajak.
- b. Mengingatkan wajib pajak yang berdomisili / berada di luar wilayah Kabupaten Ngawi dengan cara menghubungi baik secara lisan ataupun tertulis (lewat surat).
- c. Mengusulkan penambahan petugas pemungut pajak.

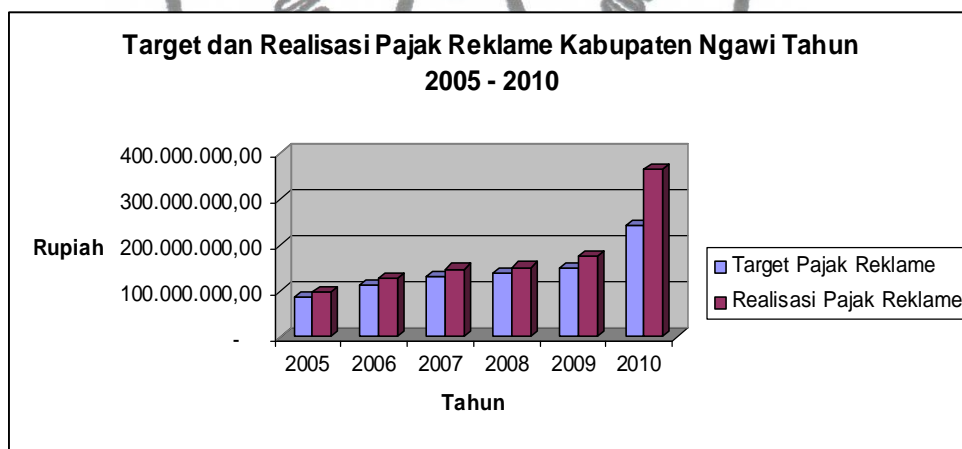
Dengan adanya UU No.28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah maka untuk kedepannya perlu adanya perubahan Peraturan daerah Pajak Reklame di Kabupaten Ngawi, karena sampai dengan saat ini Pemerintah Kabupaten Ngawi masih menggunakan Perda No. 2 Tahun 1999. Hal ini dimaksudkan untuk menyesuaikan tarif yang telah ada dengan Undang – Undang yang baru. Sedangkan data hasil pemungutan pajak atas ketiga jenis pajak reklame yang ada di Pemerintah kabupaten Ngawi adalah sebagai berikut :

Tabel 4.8
Target dan Realisasi Jenis Pajak Reklame

Tahun	Reklame Megatron		Reklame Kain		Reklame Toko		Jumlah Realisasi
	Target	Realisasi	Target	Realisasi	Target	Realisasi	
1	2	3	5	6	8	9	11
2005	54.910.000,00	61.011.110,00	15.656.500,00	17.396.180,00	16.565.500,00	18.406.105,00	96.813.395,00
2006	61.012.000,00	67.791.100,00	17.397.000,00	19.329.075,00	35.120.350,00	39.022.565,00	126.142.740,00
2007	70.875.000,00	75.323.515,00	15.450.000,00	21.476.750,00	46.350.000,00	51.329.962,00	148.130.227,00
2008	73.125.000,00	82.855.866,00	15.787.500,00	34.455.600,00	48.802.500,00	34.455.451,00	151.766.917,00
2009	81.562.500,00	93.204.952,00	16.125.000,00	23.276.625,00	51.750.000,00	58.793.392,00	175.274.969,00
2010	135.000.000,00	219.608.586,00	24.375.000,00	44.407.231,00	83.250.000,00	101.554.889,00	365.570.706,00
Rata-rata	79.414.083,33	99.965.854,83	17.465.166,67	26.723.576,83	46.973.058,33	50.593.727,33	177.283.159,00

Sumber data : DPPKA Kab.Ngawi Tahun 2010

Jika di gambarkan ke dalam grafik, dapat dilihat seperti grafik yang ada dibawah ini :



Grafik 1

Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Kabupaten Ngawi Tahun 2005 - 2010

2. Perkembangan Penerimaan Pajak Daerah di Kabupaten Ngawi

Seperti halnya pajak reklame, penerimaan pajak daerah di kabupaten Ngawi pun terus mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari tahun ke

tahun. Peningkatan ini didukung oleh peningkatan penerimaan tiap – tiap jenis pajak yang ada di kabupaten Ngawi. Dimana masing – masing sektor pajak mempunyai kontribusi didalam penerimaan pendapatan pajak bagi kabupaten Ngawi. Hal ini juga menunjukkan bahwa dukungan masyarakat terhadap pemerintah daerah khususnya di dalam pembayaran pajak semakin meningkat. Pemerintah Kabupaten Ngawi masih menggunakan Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 Tentang Pajak dan Retribusi Daerah sebagai dasar dalam memungut pajak daerah. Sedangkan perkembangan penerimaan pajak daerah di Kabupaten Ngawi dapat dirinci dalam tabel berikut :

Tabel 4.9
Penerimaan Pajak Daerah Di Kabupaten Ngawi Tahun 2005 - 2010

No.	Tahun	Penerimaan Pajak Daerah (Rupiah)
1	2	3
1	2005	5.746.234.704,00
2	2006	6.118.068.854,00
3	2007	6.348.835.434,00
4	2008	8.391.451.764,00
5	2009	8.794.830.081,00
6	2010	9.582.526.496,00

Sumber data : DPPKA Kab. Ngawi Tahun 2010

Tabel 4.9 diatas menunjukkan bahwa penerimaan pendapatan pajak daerah terus mengalami kenaikan yang cukup signifikan hingga pada tahun 2010 mencapai angka Rp. 9.582.526.496,-. Diharapkan angka ini terus bertahan dan

semakin meningkat dengan didukung oleh kenaikan penerimaan di sektor pajak reklame.

C. Analisis dan Pembahasan

1. Pertumbuhan Pajak Reklame dan Pajak Daerah

Dari 3 jenis pajak reklame sebagai pendongkrak pajak reklame terbesar, yaitu Reklame Megatron, Reklame Kain dan reklame Toko, Pertumbuhan dari masing-masing Reklame Megatron, Reklame Kain dan reklame Toko dapat dilihat pada tabel 4.10 :

Tabel 4.10
Pertumbuhan Jenis Pajak Reklame Kabupaten Ngawi Tahun 2005 - 2010

Tahun	Reklame Megatron		Reklame Kain		Reklame Toko		Total Pajak Reklame	
	Realisasi	Pertumbuhan (%)	Realisasi	Pertumbuhan (%)	Realisasi	Pertumbuhan (%)	Realisasi	Pertumbuhan (%)
2005	61.011.110	-	17.396.180	-	18.406.105	-	96.813.395	
2006	67.791.100	11,11	19.329.075	11,11	39.022.565	52,83	126.142.740	30,29
2007	75.323.515	11,11	21.476.750	11,11	51.329.962	23,98	148.130.227	17,43
2008	82.855.866	10,00	34.455.600	60,43	34.455.451	(32,87)	151.766.917	2,46
2009	93.204.952	12,49	23.276.625	(32,44)	58.793.392	41,40	175.274.969	15,49
2010	219.608.586	135,62	44.407.231	90,78	101.554.889	42,11	365.570.706	108,57
Rata-rata	99.965.855	36,07	26.723.577	28,20	50.593.727	25,49	177.283.159	34,85

Sumber data : Hasil Olah Data dari data DPPKA Kab.Ngawi Tahun 2010

Tabel 4.10 di atas menunjukkan pertumbuhan jenis pajak reklame megatron berkisar antara 10,00% hingga 135,62%, rata – rata pertumbuhan pajak reklame megatron periode 2005 – 2010 adalah 36,07%. Pertumbuhan tertinggi terjadi pada tahun 2010 sebesar 135,61% dan pertumbuhan terendah terjadi pada tahun 2008 sebesar 10,00%. *commit to user*

Pertumbuhan pajak reklame kain berkisar antara (32,44)% hingga 90,78%, sehingga rata-rata pertumbuhan pajak kain periode 2005- 2010 adalah 28,20%. Pertumbuhan tertinggi terjadi pada tahun 2010 sebesar 90,78% dan pertumbuhan terendah terjadi pada tahun 2009 sebesar (32,44)%. Pada tahun 2009 realisasi pajak reklame kain mengalami penurunan dibanding tahun 2008. Hal ini dikarenakan pada tahun 2009 Kabupaten Ngawi menyelenggarakan Pemilu Kepala Daerah sehingga ada kesulitan dalam penarikan pajak kain karena euforia politik yang terjadi di masyarakat. Tetapi pada tahun 2010 setelah terpilihnya Kepala Daerah difinitif dan sistem pemerintahan berjalan normal kembali dan perekonomian masyarakat makin berkembang berimbas pada pertumbuhan penerimaan pajak reklame kain sebesar 90,78%.

Penerimaan pajak reklame toko tahun berkisar (32,87)% sampai dengan 52,83%. Sehingga rata-rata pertumbuhan 25,49%. Pertumbuhan tertinggi terjadi pada tahun 2006 sebesar 52,83% dan pertumbuhan terendah terjadi pada 2008 (32,87)%. Hal ini dikarenakan pada akhir tahun 2007 terjadi bencana banjir yang berakibat pada lesunya iklim usaha.

Pertumbuhan pajak reklame berkisar antara 2,46% sampai dengan 108,57%, sehingga rata – rata pertumbuhan pajak reklame periode tahun 2005 - 2010 adalah 34,85%. Pertumbuhan tertinggi terjadi pada tahun 2010 sebesar 108,57% dan pertumbuhan terendah terjadi pada tahun 2008 sebesar 2,46%. Pertumbuhan pajak reklame berfluktuasi setiap tahun dan belum mengalami pertumbuhan yang konstan, terutama dapat dilihat di tahun 2006 hingga tahun 2008 yang pertumbuhannya mengalami penurunan, dan pada tahun 2008 hingga

tahun 2010 mengalami kenaikan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Bidang Pajak Daerah Dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan dan Aset Kabupaten Ngawi bahwa penurunan pertumbuhan tahun 2006 – 2008 dikarenakan adanya bencana alam banjir dan tanah longsor yang terjadi di Kabupaten Ngawi dan dampaknya cukup besar terhadap perekonomian Kabupaten Ngawi.

Sama halnya dengan pertumbuhan jenis pajak reklame, pertumbuhan Pajak Daerah dapat dilihat pada tabel 4.11 :

Tabel 4.11
Pertumbuhan Pajak Daerah Kabupaten Ngawi Tahun 2005 - 2010

Tahun	Pajak Daerah	
	Realisasi	Pertumbuhan (%)
2005	5.746.234.704	-
2006	6.118.068.854	6,47
2007	6.348.835.434	3,77
2008	8.391.451.764	32,17
2009	8.794.830.081	4,81
2010	9.582.526.496	8,96
Rata-rata	7.496.991.222,17	9,36

Sumber Data : Hasil Olah Data dari data DPPKA Kab. Ngawi Tahun 2010

Dari tabel 4.11 dapat diketahui bahwa rata – rata pertumbuhan pajak daerah adalah sebesar 9,36%, sedangkan pertumbuhan pajak daerah terendah terjadi pada tahun 2007 sebesar 3,77% dan pertumbuhan pajak daerah tertinggi terjadi tahun 2008 sebesar 32,17% . Dari pertumbuhan total pajak reklame jika dibandingkan dengan pertumbuhan pajak daerah dan digabungkan dalam satu

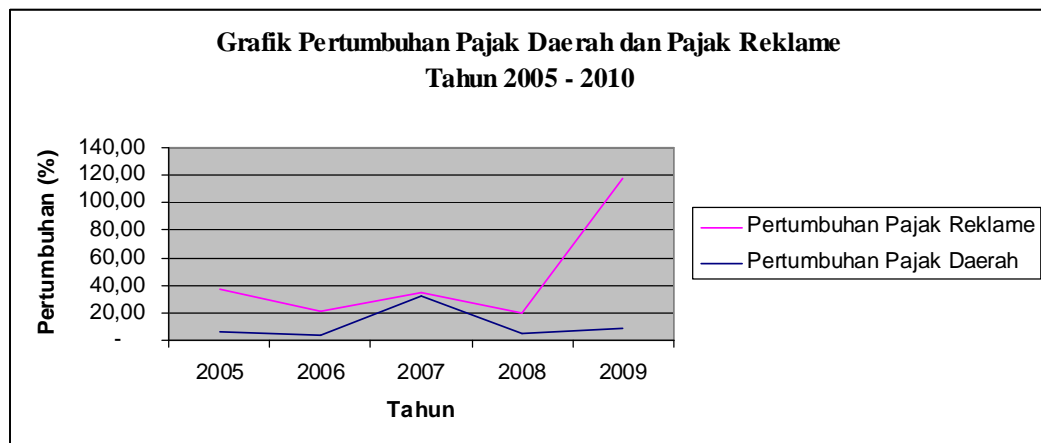
tabel dapat digambarkan pertumbuhan pajak reklame dan pajak daerah adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 12
Pertumbuhan Pajak Daerah dan Pajak Reklame

Tahun	Pertumbuhan Pajak Daerah (%)	Pertumbuhan Pajak Reklame (%)
1	2	3
2005	-	-
2006	6,47	30,29
2007	3,77	17,43
2008	32,17	2,46
2009	4,81	15,49
2010	8,96	108,57
Rata-rata	11,24	34,85

Sumber Data : Hasil Olah Data dari data DPPKA Kab. Ngawi Tahun 2010

Tabel 4.12 diatas menunjukkan bahwa rata –rata pertumbuhan pajak daerah adalah 11,24% dan pertumbuhan rata-rata pajak reklame sebesar 34,85%, sehingga rata-rata pertumbuhan pajak reklame melebihi rata-rata pertumbuhan pajak daerah. Jika di gambarkan ke dalam grafik, dapat dilihat seperti grafik yang ada di bawah ini :



Grafik 2

Pertumbuhan Pajak Daerah dan Pajak Reklame Kabupaten Ngawi Tahun 2005 - 2010

Dari uraian diatas dapat disimpulkan untuk menjaga agar pertumbuhan pajak reklame terus tumbuh dan berkembang diperlukan usaha-usaha nyata dari pemerintah daerah untuk menggali potensi – potensi yang selama ini mungkin belum tergarap dengan baik. Diantaranya adalah potensi penarikan pajak reklame dari wajib pajak baru, bermunculannya bidang-bidang usaha baru mengingat daerah Kabupaten Ngawi adalah persimpangan lalu lintas jalur perdagangan yang memungkinkan untuk dipungut pajaknya.

2. Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pajak Daerah

Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pajak daerah diperlukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pajak reklame terhadap pajak daerah. Hal ini digunakan untuk melihat pengaruh pajak reklame tersebut terhadap pendapatan asli daerah (PAD) terutama pajak daerah. Untuk melihat besarnya kontribusi

masing – masing jenis pajak reklame terhadap pajak daerah kabupaten ngawi dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 4.13
Kontribusi Jenis Pajak Reklame Terhadap Pajak Daerah Kabupaten Ngawi tahun 2005 - 2010

Tahun	Reklame Megatron (%)	Reklame Kain (%)	Reklame Toko (%)	Kontribusi Pajak Reklame (%)
1	2	3	4	5
2005	1,06	0,30	0,32	1,68
2006	1,11	0,32	0,64	2,06
2007	1,19	0,34	0,81	2,33
2008	0,99	0,41	0,41	1,81
2009	1,06	0,26	0,67	1,99
2010	2,29	0,46	1,06	3,81
RATA - RATA	1,28	0,35	0,65	2,28

Sumber data : Hasil Olah Data dari data DPPKA Kab.Ngawi Tahun 2010

Tabel 4.13 di atas menunjukkan kontribusi jenis-jenis pajak reklame berkisar antara 1,68% sampai dengan 3,81% terhadap pajak daerah. Sedangkan rata – rata kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah adalah sebesar 2,28% per tahunnya. Kontribusi rata-rata pajak megatron pertahunnya adalah sebesar 1,28%. Kontribusi terendah untuk pajak reklame megatron terjadi pada tahun 2008 sebesar 0,99% sedangkan kontribusi tertinggi terjadi pada tahun 2010 sebesar 2,29%. Kontribusi rata-rata pajak reklame kain terhadap pajak daerah adalah sebesar 0,35% pertahunnya. Kontribusi terendah terjadi pada tahun 2009 sebesar 0,26%, sedangkan kontribusi tertinggi terjadi pada tahun 2010 sebesar 0,46%. Kontribusi pajak reklame toko rata-rata pertahunnya sebesar 0,65%. Kontribusi tertinggi pada tahun 2010 sebesar 1,06% sedangkan kontribusi

terendah terjadi pada tahun 2005 sebesar 0,32%. Kontribusi tertinggi dari jenis pajak reklame terhadap pajak daerah adalah penerimaan pajak reklame megatron pada tahun 2010 sebesar 2,29%, sedangkan terendah adalah reklame kain pada tahun 2009 sebesar 0,26%. Pajak reklame megatron memberi kontribusi terbesar terhadap pajak reklame rata-rata sebesar 1,28% pertahunnya. Pajak reklame kain menyumbang kontribusi terkecil dibandingkan jenis pajak reklame yang lain yaitu sebesar 0,35% pertahunnya.

Dari analisis di atas pajak reklame mempunyai kontribusi positif didalam meningkatkan penerimaan pajak daerah di Kabupaten Ngawi sesuai dengan hipotesis. Untuk meningkatkan kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah di Kabupaten Ngawi diperlukan pendataan kembali subyek dan obyek pajak reklame yang sudah ada sehingga dapat diketahui potensi yang sebenarnya melalui pemutakhiran data subyek dan obyek pajak reklame. Selaian itu proses penetapan target seharusnya memperhatikan potensi yang sebenarnya, sehingga Pemerintah Kabupaten Ngawi akan terpacu untuk mencapai target tersebut dan dapat meningkatkan pajak reklame.

3. Efektifitas Pajak Reklame

Tingkat efektifitas pajak reklame di Kabupaten Ngawi dihitung dengan rumus (Mardiasmo, 202:89). Berdasar analisis data jenis-jenis pajak reklame yang dilakukan, dihasilkan data – data sebagai berikut :

Tabel 4. 14
Efektifitas Jenis Pajak Reklame Terhadap Target Pajak Reklame Kabupaten Ngawi tahun 2005 - 2010

Tahun	Reklame Megatron (%)	Reklame Kain (%)	Reklame Toko (%)	Efektifitas Pajak Reklame (%)
1	2	3	4	5
2005	111,11	111,11	111,11	111,11
2006	111,11	111,11	111,11	111,11
2007	106,28	139,01	110,74	118,68
2008	113,31	218,25	70,60	134,05
2009	114,27	144,35	113,61	124,08
2010	162,67	182,18	121,99	155,61
Rata-rata	119,79	151,00	106,53	125,77

Sumber data : Hasil Olah Data dari data DPPKA Kab.Ngawi Tahun 2010

Dari tabel 4.14 dapat dilihat bahwa rata – rata penerimaan jenis pajak reklame jika dibandingkan dengan target dari pajak reklame berkisar antara 111,11% sampai dengan 155,61%. Ini membuktikan bahwa penerimaan pajak dari jenis-jenis pajak reklame sangat efektif. Seperti telah dijelaskan (Mardiasmo,2002:89) di depan jika efektifitas lebih dari atau sama dengan 100% dapat dikatakan "sangat Efektif". Untuk itulah Hipotesis ke 3 jika diduga efektifitas lebih dari 100 % ternyata terbukti. Kesimpulannya adalah jika selama ini langkah pemerintah daerah Kabupaten Ngawi telah tepat di dalam mengelola pajak daerahnya terutama pajak reklame.

Dalam penentuan pajak reklame hendaknya berdasarkan potensi riil pajak reklame yang ada di Kabupaten Ngawi, sehingga dalam menentukan efektifitas sudah menggunakan potensi sebagai acuan dan bukan lagi bertumpu pada target.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasar hasil analisis data yang telah dikemukakan dalam pembahasan ada beberapa hal yang dapat disimpulkan, diantaranya adalah :

1. Rata-rata laju pertumbuhan penerimaan pajak reklame di kabupaten Ngawi selama kurun waktu 2005 – 2010 adalah sebesar 34,85% pertahunnya dan pertumbuhan penerimaan pajak daerah di Kabupaten Ngawi adalah sebesar 9,36% pertahun. Sehingga Pertumbuhan pajak reklame lebih besar daripada pertumbuhan pajak daerah. Perbandingan angka pertumbuhan tersebut menjadi tantangan bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Ngawi agar termotivasi untuk meningkatkan penerimaan pajak reklame melalui usaha mengoptimalkan potensi pajak reklame.
2. Rata-rata kontribusi Pajak Reklame di Kabupaten Ngawi terhadap Pajak Daerah sebesar 2,28% pertahun. Namun diakhir tahun 2010 terjadi peningkatan kontribusi Pajak reklame sebesar 3,81% dibanding tahun-tahun sebelumnya yang berkisar antara 1,68% sampai dengan 2,33%. Hal ini perlu dipertahankan dan ditingkatkan lagi.
3. Rata-rata efektivitas pajak reklame di Kabupaten Ngawi selama 6 tahun terakhir hingga tahun 2010 adalah sebesar 125,77 % pertahunnya, yang berarti bahwa realisasi rata-rata lebih besar 25,77% dari targetnya, dengan kecenderungan setiap tahunnya semakin naik. Dari hasil analisis

disebutkan bahwa rata – rata efektifitasnya melebihi 100% yaitu sebesar 125,77% rata-rata pertahunnya yang artinya bahwa pajak reklame tersebut sangat efektif.

B. Saran - saran

1. Agar target yang ditetapkan khususnya penerimaan pajak reklame dipertahankan dan semakin ditingkatkan, dengan cara mencoba mencari potensi-potensi ataupun peluang-peluang dari wajib pajak baru .
2. Untuk meningkatkan kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah di Kabupaten Ngawi diperlukan pendataan kembali subyek dan obyek pajak reklame yang sudah ada sehingga dapat diketahui potensi yang sebenarnya melalui pemutakhiran data subyek dan obyek pajak reklame. Selaian itu proses penetapan target seharusnya memperhatikan potensi yang sebenarnya, sehingga Pemerintah Kabupaten Ngawi akan terpacu untuk mencapai target tersebut dan dapat meningkatkan pajak reklame.
3. Dalam penentuan pajak reklame hendaknya berdasarkan potensi riil pajak reklame yang ada di Kabupaten Ngawi, sehingga dalam menentukan efektifitas sudah menggunakan potensi sebagai acuan dan bukan lagi bertumpu pada target.