

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dimaksudkan untuk menggali informasi tentang Pajak Reklame yang sudah diteliti oleh peneliti lain. Dengan penelusuran penelitian terdahulu maka dapat digunakan sebagai pendukung teori, cara mengerjakan maupun pemahaman lainnya dalam penelitian. Beberapa penelitian mengenai potensi Pajak Reklame yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya, antara lain dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 4. Penelitian Terdahulu

Peneliti, Tahun, Judul	Tujuan dan Metode	Hasil
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sadewa (2013) ▪ Analisis Potensi Pajak Reklame Kota Pekanbaru 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tujuan : <ul style="list-style-type: none"> - menghitung besarnya potensi pajak reklame - mengetahui upaya yang dilakukan oleh Dinas Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru ▪ Metode : <ul style="list-style-type: none"> - metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif 	Dari penelitian itu menghasilkan <ul style="list-style-type: none"> - Potensi pajak reklame yang ada masih diatas realisasi yang diterima Dispenda, nilainya pun dari tahun 2007 hingga 2012 selalu lebih tinggi dibandingkan realisasi yang diterima. Hal ini terjadi karena masih ada potensi pajak yang belum tersentuh dan masih ada potensi pajak yang belum terjangkau disebabkan beberapa hal - Upaya yang dilakukan Dinas Pendapatan Daerah yaitu dengan memperketat pengawasan agar tidak ada lagi terjadi kecurangan yang dilakukan biro reklame, melakukan ajakan persuasive bahwa pentingnya dalam membayar pajak, kemudian memperbaiki sistem serta menaikkan tarif pajak reklame.

Lanjutan tabel 4.

Peneliti, Tahun, Judul	Tujuan dan Metode	Hasil
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rusdi (2014) ▪ Analisis Potensi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Di Kota Makassar 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tujuan : <ul style="list-style-type: none"> - Mengetahui besarnya tingkat potensi Kota Makassar - Mengetahui kontribusi pajak reklame yang dilakukan Dinas Pendapatan Daerah Kota Makassar selama tahun anggaran 2008-2012 ▪ Metode : <ul style="list-style-type: none"> - Deskriptif dengan pendekatan kuantitatif 	<p>Dari penelitian itu menghasilkan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Potensi pajak reklame yang dimiliki Kota Makassar Tahun 2010 sampai dengan 2012 seharusnya melebihi target yang ditentukan Dinas Pendapatan Daerah - Kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah dan Pendapatan Asli Daerah dari tahun 2008 hingga 2010 mengalami peningkatan, sedangkan pada tahun 2011 hingga 2012 mengalami penurunan, tingkat efektifitas pada tahun 2008 dan 2009 terbilang kurang efektif karena hanya menghasilkan kurang dari 75 % sedangkan pada tahun 2010-2012 pemungutannya terbilang telah efektif karena menghasilkan lebih dari 100%.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lengkong (2014) ▪ Analisis Potensi dan Efektifitas Pemungutan Pajak Reklame Di Kota Bitung 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tujuan : <ul style="list-style-type: none"> - Mengetahui potensi pajak reklame Kota Bitung - Mengetahui tingkat efektifitas pemungutan pajak reklame di Kota Bitung ▪ Metode : <ul style="list-style-type: none"> - Deskriptif dengan pendekatan kualitatif 	<p>Dari penelitian ini menghasilkan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Potensi pajak reklame cukup besar bagi Pendapatan Asli Daerah Kota Bitung jika mampu dimaksimalkan lebih lagi oleh Pemerintah Kota Bitung - Penerimaan Pajak Reklame di Kota Bitung sudah sangat efektif akan tetapi karena penetapan target pada tahun berikutnya terlalu tinggi, menyebabkan terlihat pemungutan pajak reklame oleh Dinas Pendapatan Daerah Kota Bitung tidak efektif padahal pajak yang terealisasi selalu melebihi target yang ditetapkan,

Sumber : Data diolah sendiri, 2017.

Dari ketiga penelitian terdahulu diatas dapat dijelaskan persamaan dan perbedaan dari yang peneliti tulis sebagai berikut :

Tabel 5. Persamaan dan Perbedaan Penelitian

No	Keterangan	Persamaan	Perbedaan
1	Judul	Dari ketiga peneliti terdahulu sama – sama membahas tentang potensi Pajak Reklame	- Kota yang digunakan peneliti Kota Batu - Tahun penelitian 2014-2016
2	Tujuan dan Metode :	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tujuan : Dari ketiga penelitian terdahulu sama – sama membahas perhitungan dan analisis potensi Pajak Reklame ▪ Metode : Peneliti menggunakan metode deskriptif 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tujuan : Peneliti hanya membahas tentang perhitungan potensi Pajak Reklame selama tahun 2014 sampai dengan tahun 2016.

Sumber : Data diolah sendiri, 2017.

B. Landasan Teori

1. Desentralisasi

a. Defnisi Desentralisasi

Desentralisasi berasal dari bahasa latin, yaitu *de* yang berarti lepas dan *centrum* yang berarti pusat, *decentrum* berarti melepas dari pusat. Menurut Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintah Daerah, desentralisasi adalah penyerahan Urusan Pemerintahan oleh Pemerintah Pusat kepada daerah otonom berdasarkan Asas Otonomi. Pengertian desentraliasai juga memiliki arti penyerahan kekuasaan secara hukum untuk dapat menangani bidang-bidang atau fungsi-fungsi tertentu kepada daerah otonom

(Hendry, 2007:10). Tujuan dari desentralisasi itu sendiri salah satunya untuk memberikan keleluasaan terhadap pemerintah daerah guna menata daerahnya sendiri. Adanya tujuan menata daerahnya sendiri pemerintah daerah dapat mengerti dan memahami apa yang harus dilakukan demi mencapai tujuan dari pembangunan daerahnya maupun pembangunan nasional.

Desentralisasi terfokus pada tingkat kabupaten dan kota. Kedua pemerintahan tersebut berada pada level ketiga setelah pemerintah pusat dan provinsi. Beberapa pengamat menyarankan bahwa desentralisasi harus dilaksanakan pada tingkat provinsi karena provinsi dianggap memiliki kapasitas yang lebih besar untuk menangani seluruh tanggung jawab yang dilimpahkan dari pada kabupaten dan kota. Walaupun demikian, sudah menjadi rahasia umum bahwa pemerintah pusat merasa tidak diuntungkan secara politis jika harus membentuk pemerintahan otonom provinsi yang kuat. Alasannya adalah akan menjadi potensi yang disintegrasi yang semakin kuat (Arsyad,2005:110)

b. Ciri-Ciri Desentralisasi

Ciri-ciri desentralisasi antara lain :

- 1) Penyerahan wewenang untuk melaksanakan fungsi pemerintahan tertentu dari pemerintah pusat kepada daerah otonom. Fungsi itu merupakan pengakuan adanya hak pada seseorang atau golongan untuk mengurus hal-hal tertentu di

daerah.

- 2) Fungsi yang diserahkan dapat dirinci, atau merupakan fungsi yang tersisa.
- 3) Penerima wewenang adalah daerah otonom. Keseluruhan atas keputusan diambil oleh pemerintah daerah.
- 4) Penyerahan wewenang berarti serah terima wewenang untuk menetapkan dan melaksanakan kebijakan, mengatur dan mengurus kepentingan yang bersifat lokal.
- 5) Wewenang mengatur adalah wewenang untuk menetapkan, menyusun dan menata norma hukum yang berlaku umum dan bersifat abstrak.
- 6) Wewenang mengurus adalah wewenang untuk menetapkan segala-galanya norma hukum yang bersifat individual dan konkret.
- 7) Keberadaan daerah otonom adalah di luar organisasi pemerintah pusat.
- 8) Menunjukkan pola hubungan antar organisasi.
- 9) Menciptakan kesungguhan politik dan keragaman struktur dalam sistem politik. (Henry , dalam Smith 1963:15)

2. Otonomi Daerah

a. Definisi Otonomi Daerah

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008:992), otonomi adalah pola pemerintahan sendiri. Sedangkan menurut

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintah Daerah, definisi otonomi daerah sebagai berikut:

“Hak, wewenang, dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri Urusan Pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia”.

Dari pendapat di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa otonomi daerah dapat diartikan sebagai wewenang yang diberikan oleh pemerintah pusat kepada daerah baik kabupaten maupun kota untuk mengatur, mengurus, mengendalikan dan mengembangkan urusan daerahnya sendiri sesuai dengan kemampuan daerah masing-masing dan mengacu kepada peraturan perundangan yang berlaku yang sifatnya mengikat.

b. Tujuan Otonomi Daerah

Tujuan peletakan kewenangan dalam penyelenggaraan otonomi daerah adalah peningkatan kesejahteraan rakyat, pemerataan dan keadilan, demokratisasi dan penghormatan terhadap budaya lokal dan memperhatikan potensi dan keanekaragaman daerah. Dengan demikian tujuan otonomi daerah adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan cara meningkatkan pelayanan publik kepada masyarakat dan memberdayakan masyarakat untuk berpartisipasi dalam proses pembangunan (Bratakusuma, 2004:32). Untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat otonomi daerah juga dilakukan dengan maksud sebagai berikut :

- 1) Agar tidak terjadi pemusatan dalam kekuasaan pemerintahan di pusat sehingga jalannya pemerintahan dan pembangunan berjalan lancar
- 2) Agar pemerintahan tidak hanya dijalankan oleh pemerintah pusat, tetapi daerah pun mempunyai hak untuk mengurus sendiri kebutuhan dan rumah tangganya sendiri.
- 3) Agar kepentingan umum maupun khusus di daerah dapat diurus lebih baik dengan memperhatikan sifat dan keadaan daerah yang mempunyai keperluan sendiri.

c. Prinsip Otonomi Daerah

Di dalam kewenangan otonomi daerah terdapat tiga prinsip yaitu prinsip otonomi seluas-luasnya, prinsip otonomi yang nyata dan prinsip otonomi yang bertanggung jawab. (HAW. dkk, 2007:7-8), berikut ini pengertian prinsip otonomi daerah :

1) Prinsip Otonomi Seluas-Luasnya

Artinya daerah diberikan kewenangan mengurus dan mengatur semua urusan pemerintahan yang mencakup kewenangan semua bidang pemerintahan, kecuali kewenangan terhadap bidang politik luar negeri, keamanan, moneter, agama, peradilan dan keamanan, serta keuangan nasional.

2) Prinsip Otonomi Nyata

Artinya daerah diberikan kewenangan untuk menangani urusan pemerintahan berdasarkan tugas, wewenang, dan

kewajiban yang senyatanya telah ada dan berpotensi untuk tumbuh, hidup dan berkembang sesuai dengan potensi dan kekhasan sumber daya daerah.

3) Prinsip Otonomi yang Bertanggung Jawab

Artinya otonomi yang dalam penyelenggaraannya harus benar-benar sejalan dengan tujuan dan maksud pemberian otonomi, yang pada dasarnya untuk memberdayakan daerah termasuk meningkatkan kesejahteraan rakyat yang merupakan bagian utama dari tujuan nasional.

d. Asas Otonomi Daerah

Pada Pasal 58 Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintah Daerah, Penyelenggaraan pemerintahan berpedoman pada asas umum penyelenggaraan otonomi daerah yang terdiri atas :

- 1) Kepastian hukum.
- 2) Tertib penyelenggara negara.
- 3) Kepentingan umum.
- 4) Keterbukaan.
- 5) Proporsionalitas.
- 6) Profesionalitas.
- 7) Akuntabilitas.
- 8) Efisiensi.
- 9) Efektivitas, dan
- 10) Keadilan.

3. Pendapatan Daerah

Terdapat tiga pendapatan daerah yaitu :

a. Pendapatan Asli Daerah

1) Definisi Pendapatan Asli Daerah

Pendapatan Asli Daerah (PAD) berdasarkan Undang-Undang No. 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Daerah, didefinisikan sebagai pendapatan yang diperoleh daerah yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Pendapatan Asli Daerah adalah pendapatan yang diperoleh dari penerimaan pajak daerah, retribusi daerah, laba perusahaan daerah, dan lain-lain yang sah (Nurcholis, 2007:182). Sektor pendapatan asli daerah memiliki peranan yang sangat penting, karena melalui sektor ini dapat dilihat sejauh mana suatu daerah dapat membiayai kegiatan pemerintahan dan pembangunan daerah.

2) Sumber -sumber Pendapatan Asli Daerah

Di dalam Undang-Undang No. 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah, pada bab V (lima) nomor 1 (satu) disebutkan bahwa pendapatan asli daerah bersumber dari:

a) Pajak daerah

Pajak daerah adalah iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan kepala 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 (Ahmad Yani, 2002:52).

b) Retribusi daerah

Retribusi daerah adalah pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan dan atau diberikan oleh pemerintah daerah untuk kepentingan orang pribadi atau badan (Siahaan, 2005:6).

c) Hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan

Hasil pengelolaan kekayaan daerah dipisahkan antara lain bagian laba, deviden dan penjualan saham milik daerah (Widjaja, 2007:110).

d) Lain-lain pendapatan daerah yang sah meliputi:

- Hasil penjualan kekayaan daerah yang tidak dipisahkan.
- Jasa giro.
- Pendapatan bunga.

- Keuntungan adalah nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing.
- Komisi, potongan, ataupun bentuk lain sebagai akibat dari penjualan dan/atau pengadaan barang dan/atau jasa oleh pemerintah (Pasal 6 Undang-Undang No. 33 Tahun 2004 tentang perimbangan keuangan antar pemerintah pusat dan pemerintah daerah).

b. Dana Peimbangan

1) Definisi Dana Perimbangan

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 55 tahun 2005 tentang Dana Perimbangan memiliki pengertian yaitu dana yang bersumber dari pendapatan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) yang dialokasikan kepada daerah untuk mendanai kebutuhan daerah dalam rangka pelaksanaan desentralisasi. Dana Perimbangan bertujuan mengurangi kesenjangan fiskal antara Pemerintah dan Pemerintahan Daerah dan antar Pemerintah Daerah

2) Macam-Macam Dana Perimbangan

a) Dana Alokasi Umum (DAU)

Menurut Undang-Undang No. 33 Tahun 2004 tentang perimbangan keuangan antara pemerintah pusat dan daerah, yang dimaksud dengan dana alokasi umum yaitu dana yang berasal dari APBN yang dialokasikan dengan tujuan

pemerataan kemampuan keuangan antar daerah untuk membiayai kebutuhan pengeluarannya dalam rangka pelaksanaan desentralisasi.

Pada Pasal 27 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004, besarnya DAU ditetapkan sekurang-kurangnya 26 persen dari pendapatan dalam negeri neto yang ditetapkan dalam APBN. DAU untuk daerah Propinsi dan untuk daerah kabupaten/kota ditetapkan masing-masing 10 persen dan 90 persen dari DAU.

b) Dana Alokasi Khusus

Pengertian dana alokasi khusus menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 adalah dana yang berasal dari APBN yang dialokasikan kepada daerah untuk membantu membiayai kebutuhan khusus, termasuklah yang berasal dari dana reboisasi. Kebutuhan khusus yang dimaksud yaitu:

- Kebutuhan yang tidak dapat diperkirakan dengan menggunakan rumus alokasi umum, dan/atau
- Kebutuhan yang merupakan komitmen atau prioritas nasional. Penerimaan negara yang berasal dari dana reboisasi sebesar 40 persen disediakan kepada daerah penghasil sebagai DAK.

c) Dana Bagi Hasil

Dana bagi hasil adalah dana yang bersumber dari APBN yang dialokasikan kepada daerah berdasarkan angka presentase

untuk mendanai kebutuhan daerah dalam rangka pelaksanaan desentralisasi (Arifin, 2005:67). Dana bagi hasil ini bersumber dari pajak dan kekayaan daerah. Dimana menurut Pasal 11 ayat 1 UU No. 33 Tahun 2004, Dana Bagi Hasil yang berasal dari pajak terdiri dari :

- Pajak Bumi dan Bangunan (PBB),
- Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan (BPHTB),
- Pajak Penghasilan (PPh) Pasal 25 dan Pasal 29 Wajib Pajak Orang Pribadi Dalam Negeri dan PPh Pasal 21.

Sedangkan pada pasal 11 ayat 2 Undang – Undang No. 33 Tahun 2004, Dana Bagi Hasil yang berasal dari sumber daya alam terdiri dari :

- kehutanan,
- pertambangan umum,
- perikanan,
- pertambangan minyak bumi,
- pertambangan gas bumi,
- pertambangan panas bumi .

c. Lain-Lain Pendapatan Daerah

Lain-lain pendapatan terdiri atas pendapatan hibah dan pendapatan dana darurat (Nurcholis, 2005:182). Hibah kepada daerah, yang bersumber dari luar negeri, dilakukan melalui pemerintah (pusat). Pemerintah mengalokasikan dana darurat yang

berasal dari APBN untuk keperluan mendesak (bencana nasional dan atau peristiwa luar biasa) yang tidak dapat diatasi oleh daerah dengan menggunakan sumber APBD.

4. Pajak

a. Definisi pajak

Pajak menurut Pasal 1 Angka 1, Undang-Undang Nomor 16 tahun 2009 mengenai Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan perundang-undangan, dimana dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya dalam kemakmuran rakyat. Pajak adalah iuran kepada negara yang dapat dipaksakan yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan, dengan tidak mendapat prestasi kembali yang langsung dapat ditunjuk, dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum berhubungan dengan tugas negara yang menyelenggarakan pemerintahan (Adriani 1987:2 dalam Verawati, 2007). Pungutan pajak merupakan penghasilan masyarakat yang kemudian dikembalikan lagi kepada masyarakat melalui pengeluaran rutin dan pengeluaran – pengeluaran pembangunan, yang akhirnya digunakan untuk kepentingan seluruh masyarakat baik yang membayar pajak maupun tidak.

b. Fungsi pajak

Pajak mempunyai beberapa fungsi, antara lain sebagai berikut:

1) Fungsi Anggaran (Fungsi Budgeter)

Pajak adalah sumber pemasukan keuangan negara yang mengumpulkan dana atau uang ke kas negara untuk membiayai pembangunan nasional atau pengeluaran negara. Jadi bisa dikatakan, fungsi pajak merupakan sebagai sumber pendapatan negara yang memiliki tujuan agar posisi pengeluaran dan pendapatan mengalami keseimbangan.

2) Fungsi Mengatur (Fungsi Regulasi)

Salah satu fungsi pajak adalah sebagai alat untuk melaksanakan atau mengatur kebijakan negara dalam lapangan sosial dan ekonomi. Fungsi mengatur tersebut antara lain :

- a) Pajak bisa digunakan untuk menghambat laju inflasi.
- b) Pajak digunakan sebagai alat untuk mendorongnya kegiatan ekspor. Contohnya pajak ekspor barang.
- c) Memberikan proteksi atau perlindungan terhadap barang produksi dari dalam negeri. Contohnya PPN (Pajak Pertambahan Nilai).
- d) Untuk mengatur dan menarik investasi modal yang bisa membantu perekonomian yang semakin produktif.

c. **Jenis pajak**

Ada banyak sekali jenis pajak yang diambil dari masyarakat oleh pemerintah. Jenis pajak itu bisa bagi berdasarkan sifat, instansi pemungut, objek pajak serta subjek pajak. (Resmi, 2014:7)

1) Pajak Berdasarkan Golongan

Dilihat dari golongannya, pajak dibagi menjadi dua jenis, yakni pajak tidak langsung dan pajak langsung.

a) Pajak Tidak Langsung (*Indirect Tax*)

Pajak tidak langsung merupakan pajak yang diberikan pada wajib hanya bila wajib pajak melakukan peristiwa atau perbuatan tertentu. Demikian, pajak tidak langsung tidak dapat dipungut secara berkala, pajak hanya dapat dipungut bila terjadi peristiwa atau perbuatan tertentu yang menyebabkan kewajiban membayar pajak. Salah satu contoh dari pajak tidak langsung adalah Pajak Pertambahan Nilai.

b) Pajak Langsung (*Direct Tax*)

Pajak langsung merupakan pajak yang diberikan secara berkala pada wajib pajak berlandaskan surat ketetapan pajak yang dibuat oleh kantor pajak. Intinya adalah surat ketetapan pajak didalamnya terdapat berapa besar pajak yang harus dibayar oleh wajib pajak, jadi pajak langsung itu harus dipikul oleh seseorang yang terkena wajib pajak, karena pajak ini tidak dapat dialihkan kepada pihak yang lain, lain

halnya dengan pajak tidak langsung yang pajaknya dapat dialihkan kepada pihak lain. Salah satu contoh pajak langsung adalah Pajak Penghasilan.

2) Pajak Berdasarkan Instansi Pemungut

Adapun jika dilihat dari siapa yang memungut, pajak bisa digolongkan menjadi dua, yakni pajak daerah (lokal) serta pajak negara (pusat).

a) Pajak Daerah (lokal)

Pajak daerah (lokal) merupakan pajak yang diambil oleh pemerintah daerah serta terbatas pada rakyat daerah itu sendiri, baik yang dilakukan oleh pemda Tingkat II ataupun pemda tingkat I. Adapun contohnya antara lain : Pajak hotel, Pajak Hiburan, Pajak Restoran dan masih banyak yang lainnya.

b) Pajak Negara (pusat)

Pajak negara merupakan pajak yang dipungut oleh pemerintah melalui instansi terkait, seperti Dirjen Pajak, Dirjen Bea dan Cukai, maupun kantor inspeksi pajak yang tersebar di seluruh Indonesia. Adapun contoh-contohnya adalah: Pajak pertambahan nilai, pajak penghasilan, pajak bumi dan bangunan, pajak penjualan atas barang mewah dan masih banyak yang lainnya.

3) Pajak Berdasarkan Sifat

Adapun jika dilihat dari objek yang dikenakan, pajak dibagi menjadi dua yaitu pajak objektif dan pajak subjektif.

a) Pajak Objektif

Pajak objektif merupakan pajak yang pengambilannya berdasar atas objeknya seperti berupa benda, keadaan, perbuatan atau peristiwa yang mengakibatkan timbulnya kewajiban membayar pajak, tanpa memperhatikan keadaan pribadi Subjek Pajak (Wajib Pajak) maupun tempat tinggal. Contohnya yaitu Pajak Pertambahan Nilai (PPN).

b) Pajak Subjektif

Pajak Objektif merupakan pajak yang pengambilannya berdasar atas subjeknya, di mana keadaan diri pajak bisa mempengaruhi jumlah yang harus dibayar. Adapun contohnya Pajak Penghasilan.

d. **Sistem Pemungutan Pajak**

Menurut Mardiasmo (2011:7) bahwa sistem pemungutan pajak dibagi menjadi 3 (tiga) macam, yaitu :

1) *Official Assessment System*

Adalah suatu sistem pemungutan yang memberi wewenang kepada pemerintah (fiskus) untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh Wajib Pajak. Ciri-ciri pemungutan *Official Assessment System* :

- a) Wewenang untuk menentukan besarnya pajak terutang ada pada fiskus.
- b) Wajib pajak bersifat pasif
- c) Utang pajak timbul setelah dikeluarkan surat ketetapan pajak oleh fiskus.

2) *Self Assessment System*

Adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada Wajib Pajak untuk menentukan sendiri besarnya pajak yang terutang. Ciri-ciri pemungutan *Self Assessment System* :

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

3) *With Holding System*

Adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pihak ketiga (bukan fiskus dan bukan Wajib Pajak yang bersangkutan) untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh Wajib Pajak. Ciri-ciri pemungutan *With Holding System* :

- a) Wewenang menentukan besarnya pajak yang terutang ada pada pihak ketiga, pihak selain fiskus dan Wajib Pajak.

e. **Tarif Pajak**

Ada 3 macam tarif pajak (Resmi, 2014:14), yaitu:

- 1) Tarif Tetap, yaitu tarif berupa jumlah atau angka yang tetap, berapa pun besarnya dasar pengenaan pajak.
- 2) Tarif Proporsional (sebanding), yaitu tarif berupa persentase tertentu yang sifatnya tetap terhadap berapa pun dasar pengenaan pajaknya.
- 3) Tarif Progresif (meningkat), yaitu tarif berupa persentase tertentu yang semakin meningkat dengan meningkatnya dasar pengenaan pajak. Tarif progresif dibedakan menjadi 4, yaitu :
 - a) Tarif Progresif-Proporsional, yaitu tarif berupa persentase yang semakin meningkat dengan meningkatnya dasar pengenaan pajak, dan kenaikan persentase tersebut adalah tetap.
 - b) Tarif Progresif-Progresif, tarif berupa persentase tertentu yang semakin meningkat dengan meningkatnya dasar pengenaan pajak, dan kenaikan persentase tersebut juga semakin meningkat.
 - c) Tarif Progresif-Degresif, tarif berupa persentase tertentu yang semakin meningkat dengan meningkatnya dasar pengenaan pajak, tetapi kenaikan persentase tersebut semakin menurun.

d) Tarif Degresif (menurun), tarif berupa persentase tertentu yang semakin menurun dengan semakin meningkatnya dasar pengenaan pajak.

f. Syarat Pemungutan Pajak

Agar pemungutan pajak tidak menimbulkan hambatan-hambatan atau perlawanan, maka pemungutan pajak harus memenuhi syarat. Menurut Mardiasmo (2011:2) menyatakan bahwa syarat pemungutan pajak adalah sebagai berikut :

1) Pemungutan pajak harus adil (Syarat Keadilan)

Sesuai dengan tujuan hukum, yakni mencapai keadilan, Undang-Undang dan pelaksanaan pemungutan harus adil. Adil dalam perundang-undangan diantaranya mengenakan pajak secara umum dan merata, serta disesuaikan dengan kemampuan masing-masing. Sedang adil dalam pelaksanaannya yakni dengan memberikan hak bagi wajib pajak untuk mengajukan keberatan, penundaan dalam pembayaran dan mengajukan banding kepada Majelis Pertimbangan Pajak.

2) Pemungutan pajak harus berdasarkan Undang-Undang (Syarat Yuridis)

Di Indonesia, pajak diatur dalam Undang-Undang Dasar 1945 pasal 23 ayat 2. Hal ini memberikan jaminan hukum untuk menyatakan keadilan, baik Negara maupun warganya.

3) Tidak mengganggu perekonomian (Syarat Ekonomis)

Pemungutan tidak boleh mengganggu kelancaran kegiatan produksi maupun perdagangan, sehingga tidak menimbulkan kelesuan perekonomian rakyat.

4) Pemungutan pajak harus efisien (Syarat Finansial)

Sesuai fungsi budgetair, biaya pemungutan pajak harus dapat ditekan sehingga lebih rendah dari hasil pemungutannya.

5) Sistem pemungutan pajak harus sederhana (Sederhana)

Sistem pemungutan yang sederhana akan memudahkan dan mendorong masyarakat dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

5. Pajak Daerah

a. Definisi Pajak Daerah

Pajak Daerah merupakan sumber pendapatan yang dapat dikembangkan berdasarkan peraturan-peraturan pajak yang diterapkan oleh daerah untuk kepentingan pembiayaan rumah tangga pemerintah daerah tersebut (Syuhada, 1997:21). Menurut Pasal 1 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah pengertian Pajak daerah, yang selanjutnya disebut pajak adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

b. Ciri-Ciri Pajak Daerah

- a) Pajak Daerah dapat berasal dari pajak asli daerah maupun pajak negara yang diserahkan kepada daerah sebagai pajak daerah.
- b) Pajak Daerah dipungut oleh daerah terbatas di dalam wilayah administratif yang dikuasainya.
- c) Hasil pungutan pajak daerah dipergunakan untuk membiayai urusan rumah tangga atau untuk membiayai pengeluaran daerah sebagai badan hukum yang menyelenggarakan kebijakan pada daerah masing-masing.
- d) Pajak Daerah dipungut oleh daerah berdasarkan kekuatan Peraturan Daerah (PERDA), maka pungutan pajak daerah dapat dipaksakan kepada masyarakat yang wajib membayar dalam pungutan administratif kekuasaannya, serta tidak mendapatkan imbalan secara langsung.

c. Jenis Pajak Daerah

Tabel 6. Jenis-Jenis Pajak Daerah

Pajak Provinsi	Pajak Kabupaten/Kota	
1. Pajak Kendaraan Bermotor	1. Pajak Hotel	9. Pajak Sarang Burung Walet
2. Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor	2. Pajak Restoran	9. Pajak Bumi dan Bangunan tipe Pedesaan dan Perkotaan
3. Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor	3. Pajak Hiburan	10. Bea Perolehan Hak Atas Tanah dan Bangunan
4. Pajak Air Permukaan	4. Pajak Reklame	
5. Pajak Rokok	5. Pajak Penerangan Jalan	
	6. Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan	
	7. Pajak Parkir	
	8. Pajak Air Tanah	

Sumber : Undang-Undang 28 Tahun 2009

Berdasarkan tabel 6 tersebut, dapat diketahui jenis-jenis Pajak Daerah yang diatur dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah terdapat 5 (lima) jenis pajak provinsi dan 11 (sebelas) pajak kabupaten/kota.

d. Sistem Pemungutan Pajak Daerah

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah menetapkan sistem pemungutan pajak untuk setiap Pajak Daerah yaitu :

- 1) Sistem Pemungutan Pajak Daerah
 - a) Dibayar sendiri oleh wajib pajak
 - b) Ditetapkan oleh Kepala Daerah
 - c) Dipungut oleh pemungut pajak
- 2) Pemungutan Pajak Daerah

Dimungkinkan bekerja sama dengan pihak ketiga dalam proses pemungutan pajak antara lain

- a) Percetakan formulir Wajib Pajak
- b) Pengiriman surat-surat kepada Wajib Pajak
- c) Penghimpunan data subjek dan objek pajak

Untuk Wajib Pajak, sesuai dengan ketetapan Kepala Daerah maupun yang dibayar sendiri oleh Wajib Pajak :

- a) Diterbit Surat Tagihan Pajak Daerah (STPD)
- b) Surat keputusan pembetulan
- c) Surat keputusan keberatan

- d) Putusan banding sebagai dasar pemungutan dan penyetoran pajak.

6. Reklame

a. Definisi Reklame

Secara etimologis kata reklame berasal dari kata *reclomos*, *re* artinya ulang, *clomos* artinya panggilan atau teriakan, jadi reklame berarti panggilan yang berulang-ulang. Menurut kamus umum Bahasa Indonesia reklame adalah pemberitahuan kepada umum tentang barang dagangan, dengan pujian atau gambar dan sebagainya, dengan tujuan agar dagangan tersebut laku. Reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan dinikmati oleh umum (Siahaan, 2013:382-383). Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa reklame adalah suatu karya yang bertujuan untuk menginformasikan produk kepada konsumen dengan cara yang menarik, sehingga konsumen ingin menggunakan, memiliki atau membeli produk tersebut

b. Macam-Macam Reklame

Macam-macam reklame (Jefklin, 1994:15) :

- 1) Menurut Tujuan Pengadaannya
 - a) Reklame non-komersial

Reklame non-komersial adalah reklame yang dibuat untuk kepentingan masyarakat yaitu mengajak, menghimbau, menyampaikan informasi kepada masyarakat agar bersedia mengikuti pesan yang disampaikan. Reklame ini biasanya datang dari pemerintah pusat maupun daerah.

b) Reklame komersial

Reklame komersial adalah reklame yang dibuat untuk kepentingan bisnis. Tujuannya adalah agar mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya, biasanya datang dari perusahaan atau badan usaha milik negara maupun swasta

2) Menurut Sifatnya

a) Reklame peringatan

Jenis reklame yang digunakan untuk mengingatkan kepada masyarakat untuk selalu mengingat hal yang disampaikan

b) Reklame permintaan atau ajakan

Jenis reklame yang bernada meminta masyarakat untuk bersedia menerima ajakan

c) Reklame penerangan

Jenis reklame yang menyampaikan informasi kepada masyarakat.

3) Menurut Pemasangannya

a) Reklame luar ruangan

Reklame yang cara kerjanya diluar rumah atau gedung. Bentuk reklame ini biasanya lebih bebas dari pada reklame dalam ruangan. Reklame jenis ini misalnya papan nama, spanduk, plamfet dan sebagainya.

b) Reklame dalam ruangan

Reklame yang cocok di pasang didalam ruangan seperti gambar yang berukuran kecil atau sedang dengan bahan tidak perlu tahan air dan matahari

4) Menurut Medianya

a) Reklame audio

Media yang digunakan adalah suara atau kode bunyi-bunyi tertentu, baik dengan alat atau dengan vokal suara.

b) Reklame visual

Objek dari reklame visual ini dapat dilihat oleh mata dan gambar, baik gambar diam maupun gambar bergerak.

c) Reklame audio-visual

Reklame ini merupakan reklame gabungan antara reklame audio dan reklame visual, contohnya seperti tayangan di televisi, *slide* atau vidio klip.

7. Pajak Reklame

a. Definisi Pajak Reklame

Peraturan Pemerintah Daerah Kota Batu Nomor 4 Tahun 2010 tentang Pajak Reklame menjelaskan pengertian Pajak Reklame, yang

selanjutnya disebut pajak, adalah pajak atas penyelenggaraan reklame.

b. Dasar Hukum Pajak Reklame

Pemungutan Pajak Reklame di Indonesia saat ini didasarkan pada dasar hukum yang jelas dan kuat sehingga harus dipatuhi oleh masyarakat dan pihak yang terkait. Dasar pemungutan Pajak Reklame pada suatu kabupaten atau kota (Siahaan, 2013:383) adalah sebagai berikut :

- 1) Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 yang merupakan perubahan atas Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1987 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah
- 2) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah
- 3) Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 tentang Pajak Daerah
- 4) Peraturan Pemerintah kabupaten/kota yang mengatur Pajak Reklame. Di Kota Batu sendiri peraturan tentang Pajak Reklame terdapat pada Peraturan Daerah Kota Batu Nomor 4 Tahun 2010 tentang Pajak Reklame.
- 5) Keputusan Bupati/Walikota yang mengatur tentang Pajak Reklame sebagai aturan pelaksanaan Peraturan Daerah tentang Pajak Reklame pada kabupaten/kota tersebut. Di Kota Batu keputusan walikota yang berhubungan dengan Pajak Reklame

yaitu Peraturan Walikota Batu Nomor 16 tahun 2011 tentang Tata Cara Pemberian dan Pemanfaatan Insentif Pemungutan Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.

c. Dasar Pengenaan Pajak Reklame

Dasar pengenaan Pajak Reklame adalah nilai sewa reklame. Dalam hal Reklame diselenggarakan oleh pihak ketiga, Nilai Sewa reklame ditetapkan berdasarkan nilai kontrak Reklame. Nilai Sewa reklame sebagaimana dimaksud dihitung dengan memperhatikan faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, waktu, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah, dan ukuran media reklame. Hasil perhitungan nilai sewa reklame dinyatakan dalam bentuk tabel dan ditetapkan dengan Keputusan Kepala Daerah. Nilai Sewa reklame dihitung menggunakan rumus dibawah ini :

<p>Nilai Sewa Reklame (NSR)</p> <p>$NSR = \text{Nilai Jual Objek Reklame (NJOR)} + \text{Nilai Strategis Pemasangan Reklame (NSPR)}$</p>
--

Nilai jual objek reklame adalah keseluruhan pembayaran/pengeluaran yang dikeluarkan oleh pemilik atau penyenggara reklame. Perhitungan Nilai Jual Objek Reklame didasarkan pada besarnya komponen biaya penyelenggara reklame, yang meliputi indikator sebagai berikut :

- 1) Biaya pembuatan/kontruksi
- 2) Biaya pemeliharaan
- 3) Lama pemasangan

- 4) Jenis reklame
- 5) Luas bidang reklame

Nilai strategis pemasangan reklame yang selanjutnya disingkat menjadi NSPR adalah ukuran nilai yang ditetapkan pada titik lokasi pemasangan reklame tersebut.

d. **Jenis-Jenis Reklame**

- 1) Reklame Megatron adalah reklame yang bersifat tetap (tidak dapat dipindahkan) menggunakan layar monitor maupun tidak, berupa gambar dan/atau tulisan yang dapat berubah-ubah, terprogram dan menggunakan tenaga listrik. Termasuk didalamnya Videotron dan *Electronic Display*.
- 2) Reklame Papan atau *billboard* adalah reklame yang bersifat tetap (tidak dapat dipindahkan) terbuat dari papan, kayu, seng, *timplite*, *collibrite*, *vynil*, aluminium, *fiber glass*, kaca, batu, tembok atau beton, logam atau bahan lain yang sejenis, dipasang pada tempat yang disediakan (berdiri sendiri) atau digantung atau ditempel atau dibuat pada bangunan tembok, dinding, pagar, tiang, dan sebagainya baik bersinar, disinari maupun yang tidak bersinar.
- 3) Reklame Berjalan adalah reklame yang ditempatkan pada kendaraan atau benda yang dapat bergerak, yang diselenggarakan dengan menggunakan kendaraan atau dengan cara dibawa/didorong/ditarik oleh orang. Termasuk didalamnya

reklame pada gerobak/rombong, kendaraan baik bermotor ataupun tidak.

- 4) Reklame Baliho adalah reklame yang terbuat dari papan kayu atau bahan lain dan dipasang pada konstruksi yang tidak permanen dan tujuan materinya mempromosikan suatu even atau kegiatan yang bersifat insidentil.
- 5) Reklame Kain adalah reklame yang tujuan materinya jangka pendek atau mempromosikan suatu kegiatan yang bersifat insidentil dengan menggunakan bahan kain, termasuk plastik atau bahan lain yang sejenis. Termasuk di dalamnya adalah spanduk, umbul-umbul, bendera, *flag chain* (rangkaiian bendera), tenda, krey, *banner*, *giant banner* dan standing banner.
- 6) Reklame Selebaran adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebarkan, diberikan atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantung pada suatu benda lain, termasuk di dalamnya adalah brosur, *leaflet*, dan reklame dalam undangan.
- 7) Reklame Melekat atau stiker adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas diselenggarakan dengan cara ditempelkan, dilekatkan, dipasang atau digantung pada suatu benda.
- 8) Reklame Film atau *slide* adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara menggunakan klise (*celluloide*) berupa kaca atau

film, ataupun bahan-bahan lain yang sejenis, sebagai alat untuk diproyeksikan dan/atau dipancarkan.

- 9) Reklame Udara adalah reklame yang diselenggarakan di udara dengan menggunakan balon, gas, laser, pesawat atau alat lain yang sejenis.
- 10) Reklame Suara adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari atau oleh perantaraan alat.
- 11) Reklame Peragaan adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara.
- 12) Reklame *Sign Net* adalah reklame jenis Papan yang diselenggarakan secara berjajar di lokasi bukan persil dengan jumlah lebih dari satu dan memiliki elevasi rendah

e. Objek dan Bukan Objek Pajak Reklame

Obyek pajak adalah semua penyelenggaraan reklame.

Penyelenggaraan reklame meliputi :

- 1) Reklame papan/billboard/videotron/megatron dan sejenisnya;
- 2) Reklame Kain;
- 3) Reklame Melekat,
- 4) Stiker;
- 5) Reklame Selebaran;
- 6) Reklame Berjalan, termasuk pada kendaraan;

- 7) Reklame Udara;
- 8) Reklame Apung;
- 9) Reklame Suara;
- 10) Reklame *Large Elektronik Display*;
- 11) Reklame *Wall Painting/shop painting*;
- 12) Reklame *Flag Chain*;
- 13) Reklame *Sign Net*;
- 14) Reklame Film/*slide* ; dan
- 15) Reklame Peragaan.

Dikecualikan dari obyek pajak adalah :

- 1) Penyelenggaraan Reklame oleh Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah.
- 2) Penyelenggaraan Reklame melalui internet, televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan, dan sejenisnya.
- 3) Penyelenggaraan Reklame untuk kepentingan sosial, politik dan keagamaan.
- 4) Label/merek produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan, yang berfungsi untuk membedakan dari produk sejenis lainnya dan nama pengenal usaha atau profesi yang dipasang melekat pada bangunan tempat usaha atau profesi diselenggarakan sesuai dengan ketentuan yang mengatur nama pengenal usaha atau profesi tersebut.

f. **Subjek Pajak Reklame**

Subjek pajak adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan atau menggunakan reklame. Dalam hal Reklame diselenggarakan sendiri secara langsung oleh orang pribadi atau Badan.

g. **Wajib Pajak Reklame**

Wajib pajak Reklame adalah orang pribadi atau Badan tersebut. Dalam hal Reklame diselenggarakan melalui pihak ketiga, pihak ketiga tersebut menjadi Wajib Pajak Reklame.

h. **Tarif Pajak Reklame**

Tarif Pajak Reklame ditetapkan paling tinggi 25% (dua puluh lima persen) dan ditetapkan oleh peraturan daerah masing-masing. Besarnya tarif pajak yang ditetapkan Di Kota Batu sebesar 25 %, sedangkan untuk reklame produk rokok dikenakan tambahan pajak sebesar 25% dari nilai pajak.

i. **Masa Pajak, Tahun Pajak dan Saat Terutang Pajak Reklame**

Masa pajak adalah jangka waktu yang lamanya sama dengan 1 (satu) bulan takwim atau dalam pengertian masa pajak bagian dari bulan dihitung satu bulan penuh, sedangkan tahun pajak merupakan jangka waktu yang lamanya satu tahun takwim kecuali Wajib Pajak menggunakan tahun buku yang tidak sama dengan tahun takwim. Pajak terutang merupakan Pajak Reklame yang harus dibayar oleh Wajib Pajak dalam masa pajak terjadi pada saat pembayaran ditempat Reklame.

8. Potensi

Potensi adalah daya kekuatan, kemampuan, kesanggupan (KBBI, 2008:1207). Potensi merupakan dasar dari sesuatu yang terpendam yang menunggu untuk diwujudkan menjadi suatu kekuatan nyata (Wijono, 2006:37). Dari pengertian kedua potensi tersebut, dapat disimpulkan bahwa potensi pajak yang dimaksud adalah segala kemampuan yang dimiliki pajak itu sendiri untuk menjadi sumber penerimaan bagi suatu daerah, sehingga pajak tersebut dapat pula dikatakan sebagai target penerimaan pajak itu sendiri yang telah ditetapkan oleh pemerintah daerah berdasarkan hasil perhitungan yang akan dicapai dalam suatu periode.

Untuk menilai potensi pajak sebagai penerimaan daerah, menurut Davey (1988:40) diperlukan beberapa kriteria yaitu antara lain :

a. Kecukupan dan Elastisitas

Persyaratan pertama dan yang paling jelas untuk suatu sumber pendapatan adalah sumber tersebut harus menghasilkan pendapatan yang lebih besar dalam kaitannya dengan seluruh atau sebagian biaya pelayanan yang akan dikeluarkan. Seringkali di dalam undang-undang Pemerintah Daerah mempunyai banyak jenis pajak tetapi tidak ada yang menghasilkan lebih besar dari presentase yang kecil dari anggaran pengeluarannya.

b. Keadilan

Maksudnya adalah beban pengeluaran Pemerintah haruslah dipikul oleh semua golongan dalam masyarakat sesuai dengan kekayaan dan kesanggupan masing-masing golongan.

c. Kemampuan Administratif

Kriteria di atas ini dimaksudkan karena sumber pendapatan berbeda-beda dalam jumlah, integritas dan keputusan yang diperlukan dalam administratifnya.

d. Kesepakatan Politis

Kemauan politis diperlukan dalam mengenakan pajak, menetapkan struktur tarif, memutuskan siapa yang harus membayar dan bagaimana pajak tersebut ditetapkan, memungut pajak secara fisik, dan memaksakan sanksi terhadap para pelanggar.

9. Target

Target adalah mengevaluasi daya tarik masing-masing segmen dengan menggunakan variabel-variabel yang bisa menguantifikasi kemungkinan permintaan dari setiap segmen, biaya melayani setiap segmen, biaya memproduksi produk dan jasa yang diinginkan pelanggan (Tjiptono, 2007:65). Target merupakan kegiatan menentukan pasar sasaran yaitu tindakan memilih satu atau lebih segmen untuk dilayani (Hasan, 2008:191). Dalam mendeskripsikan karakteristik pengukuran target

dengan metode SMART, Paul J Meyer (2006:156) berpendapat sebagai berikut :

- a. Sebuah target harus lebih spesifik.

Spesifik yang berarti menjabarkan sasaran jelas dan tanpa ambigu. Beberapa atribut yang digunakan yaitu mengevaluasi apa yang ingin dicapai, alasan atau keuntungan apa yang ingin diraih dengan mencapai sasaran itu, siapa saja yang terkait dan berhubungan dengan pencapaian sasaran, dimana lokasi atau fasilitas atau prasarana apa saja yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan.

- b. Target diukur dengan pengukuran yang kongkrit.

Kongkrit menjelaskan seberapa banyak atau kapan sebuah sasaran bisa diketahui telah dicapai. Hal ini yang diperhitungkan dari awal penetapan sebuah target.

- c. Target harus realistis (*attainable*).

Realistis dalam pentingnya penetapan target adalah jika sasarannya terlalu jauh diluar standar kemampuan, akan menjadi demotivator karena tidak sesuai dengan keahlian, kapasitas, kemampuan, serta perilaku yang dimiliki untuk meraih sasaran tersebut. Dari situlah kemungkinan bagaimana sebuah tujuan dapat diraih bisa terjawab ketika mulai menilai sebuah kelayakan target. Target yang terlalu tinggi dan tak terjangkau akan memberikan tekanan yang lebih besar dan akhirnya membawa perasaan apatis

atau rasa malas dan penundaan, sedangkan target yang terlalu rendah dan atau target yang tidak mengalami perubahan hanya menciptakan kinerja yang tidak optimal karena rasa bosan dan akhirnya bisa menimbulkan rasa malas dan penundaan (demotivasi)

d. Target harus relevansi.

Relevansi sebuah tujuan dinyatakan dengan memilih prioritas bagi sasaran-sasaran yang paling vital dan berarti bagi organisasi. Sebuah tujuan tersebut bisa spesifik, terukur, dan ada batas waktu, namun jika relevan hanya terhadap pimpinan secara keseluruhan maka tidak akan didukung penuh oleh anggota tim kerja atau rekan tim lainnya. Target yang harus sesuai dengan kondisi ini merupakan kesesuaian yang berhubungan erat dengan tujuan organisasi. Kondisi tersebut antara lain harus bermakna, tepat waktu serta tepat guna dengan sasaran yang tepat pula.

e. Sebuah target harus sesuai dengan ukuran waktu.

Menggunakan kerangka waktu untuk memulai serta tanggal waktu yang diharapkan untuk bisa menyelesaikan sasaran yang ditetapkan. Perhitungan ini bisa diuraikan dengan memilah strategi menjadi taktik jangka pendek atau aktivitas harian, kemudian taktik jangka menengah dan jangka panjang atau tahunan supaya indikato-indikator yang menunjukkan kemajuan pencapaian dapat dievaluasi dan dire-evaluasi.

10. Realisasi

Realisasi adalah pelaksanaan sesuatu sehingga menjadi nyata dan efektif apabila sasaran telah dicapai (Dahlan, 2003:978). Realisasi merupakan tindakan yang nyata atau adanya pergerakan atau perubahan dari rencana yang sudah dibuat atau dikerjakan (Hasan, 2008:239). Menurut DIKLAT BP3IP realisasi dapat dicapai dalam periode tertentu dengan menggunakan sumber daya perusahaan atau organisasi sebagai berikut :

- a. Sumber daya manusia adalah kemampuan anggota dalam melaksanakan prosedur kegiatan dengan cepat dan aman.
- b. Aspek manajerial adalah kemampuan perusahaan atau organisasi dalam melaksanakan sistem manajerial.
- c. Peralatan menunjang kegiatan adalah semua peralatan yang menunjang kegiatan untuk melaksanakan sasaran yang akan dituju.

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pikir adalah gambaran mengenai hubungan antar variabel dalam suatu penelitian, yang diuraikan oleh jalan pikiran menurut kerangka logis (Idrus, 2009:75). Kerangka berfikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti, jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antar variabel independen dan variabel dependen. Bila dalam penelitian ada variabel moderator, maka perlu juga dijelaskan mengapa variabel tersebut ikut terlibat dalam penelitian. Pertautan antar variabel tersebut selanjutnya dirumuskan kedalam bentuk paradigma

penelitian, dengan itu setiap penyusunan paradigma penelitian harus didasarkan pada kerangka berfikir (Sugiyono, 2010:60). Berikut kerangka berfikir yang disajikan peneliti :

