

**STRATEGI PENINGKATAN PENDAPATAN ASLI DAERAH
MELALUI SEKTOR PAJAK**

**(Studi Pada Pengelolaan Pajak Reklame Badan Pengelola Keuangan dan Asset Daerah
Kabupaten Trenggalek)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Menempuh
Ujian Sarjana pada Fakultas Ilmu Administrasi
Universitas Brawijaya**

Oleh :

DHANDY IRAWAN

0210313075-31



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI NEGARA
KONSENTRASI ADMINISTRASI PEMBANGUNAN**

MALANG

2006

ABSTRAKSI

Dengan diberlakukannya Otonomi Daerah pada 1 Januari 2000, daerah dituntut dapat meningkatkan pendapatan asli daerah dan tidak selalu mengandalkan bantuan dari pusat lagi. Salah satu sumber pendapatan daerah berasal dari sektor pajak. Perkembangan kondisi perekonomian makro berdampak pada sektor pendukungnya antara lain Pariwisata dan Industri. Untuk mengenalkan produk kepada masyarakat, salah satu media pendukungnya adalah Reklame. Setiap tahun perolehan pendapatan dari sektor reklame selalu melebihi target yang ditentukan, kontribusi pajak reklame setiap tahunnya mengalami kenaikan berkisar 1,41%. Meskipun hanya memberi kontribusi kecil kepada PAD, pajak reklame menjadi sumber pendapatan potensial bagi Pemerintah Kabupaten Trenggalek. Untuk meningkatkan pendapatan dari sektor pajak reklame diperlukan strategi-strategi yang mendukung program peningkatan pendapatan dari sektor pajak reklame.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendiskripsikan dan menganalisis strategi yang digunakan oleh BPKAD Kabupaten Trenggalek dalam meningkatkan pendapatan dari sektor pajak reklame. Serta tingkat keberhasilan dari strategi yang digunakan oleh BPKAD dari tercapainya target yang telah ditetapkan dalam waktu satu tahun anggaran.

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode Deskriptif dengan pendekatan Kualitatif., agar dapat memberikan gambaran secara terperinci fenomena yang ada dilapangan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer (hasil wawancara dengan Kabid Pendapatan BPKAD dan Kasubid Penetapan Pajak, serta staf-staf pegawai instansi BPKAD) dan data sekunder yang berupa catatan yang telah di sediakan oleh instansi terkait. Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas Reduksi Data, Penyajian Data kemudian ditarik kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini dapat dijelaskan bahwa untuk meningkatkan pendapatan dari pajak reklame BPKAD menjalin kemitraan dengan instansi lain yang terkait (Humas Pemkab dan Satpol PP), dalam hal perijinan dan penagihan pajak reklame. Dengan adanya instansi lain tersebut semakin meningkatkan pengawasan terhadap wajib pajak yang melanggar peraturan. Strategi lainnya adalah intensifikasi dan ekstensifikasi yang sudah menjadi agenda kebijakan BPKAD Kabupaten Trenggalek. Intensifikasi lebih mudah di formulasikan dengan membuat kebijakan dengan melihat potensi pajak reklame. Sedangkan ekstensifikasi harus terus dilakukan dengan menambah jumlah pungutan baru dan mengadakan perbandingan dengan daerah lain. Dengan strategi yang baik diharapkan kontribusi pajak reklame sebagai sumber PAD terus mengalami peningkatan dalam menunjang pembangunan Kabupaten Trenggalek.

KATA PENGANTAR

Bismillahirromannirrohim

Puji syukur kehadirat Allah SWT, rahmat, hidayah serta keajaiban-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “STRATEGI PENINGKATAN PENDAPATAN ASLI DAERAH MELALUI SEKTOR PAJAK” (Studi Pada Pengelolaan Pajak Reklame Badan Pengelola Keuangan dan Asset Daerah Kabupaten Trenggalek).

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa adanya kerja sama dari berbagai pihak yang telah memberikan doa, bimbingan, saran dan bantuan baik moril maupun materiil. Untuk itu pada kesempatan ini saya menyampaikan terima kasih sedalam-dalamnya kepada :

1. Kedua orang tuaku, Ayahku, M.Soepadi dan Ibundaku, Endang Setyowati, untuk semua kasih sayang, kesabaran, doa, dan dorongan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan skripsi ini dengan baik.
2. Drs. Tjahjanulin Domai, MS dan Drs. M. Rozikin, MAP selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar memberikan bimbingan dan masukan selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Drs. Suhadak, M Ec selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
4. Drs. Irwan Noor, MA selaku Ketua Jurusan Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Administrasi.

5. Seluruh Dosen Jurusan Administrasi Negara dan Pegawai Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya.
6. Bapak Yudi Sunarko Selaku Kabid Pendapatan BPKAD dan Bapak Ratna Kurniadi Selaku Kasubid Penetapan Pajak, yang telah memberikan bimbingan dan data-data yang penulis butuhkan.
7. Kepala Badan Pengelola Keuangan dan Asset Daerah Kabupaten Trenggalek serta seluruh staf, yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk melakukan penelitian.
8. Kakak dan Adikku tersayang, Dhony dan Nina, untuk saran-sarannya, semangat dan doa kalian buat selesainya studiku.
9. Teman-teman baikku, di kosan maupun teman satu angkatan 02”, semoga kita bisa wisuda sama-sama dan tetap bersahabat sampai kapan pun.....amiin.
10. Teman-temanku di Malang, Sumpersari 04/270, di Kerto dll, serta yang ada di Trenggalek, khususnya teman-teman lamaku dan teman baruku terima kasih atas doa dan semangatnya.....You all the best friends forever.

Mengingat penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangannya karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan, maka untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan penulisan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan pada peneliti sendiri pada khususnya.

Malang, Juni 2006

Dhandy Irawan

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG.....	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	5
C. TUJUAN PENELITIAN.....	6
D. MANFAAT PENELITIAN.....	6
E. SISTEMATIKA PEMBAHASAN.....	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. STRATEGI.....	9
1. Pengertian Strategi.....	9
2. Strategi Peningkatan Pendapatan Asli Daerah.....	12
a. Intensifikasi Pajak Daerah.....	12
b. Ekstensifikasi Pajak Daerah.....	14
B. PENGERTIAN PAJAK REKLAME.....	16
1. Pajak Secara Umum.....	16
a. Pengertian Pajak.....	16
b. Fungsi dan Jenis Pajak.....	17
c. Sistem Pemungutan Pajak.....	20
d. Syarat Pemungutan Pajak.....	21
2. Pajak Reklame.....	23
a. Pengertian Pajak Reklame.....	23

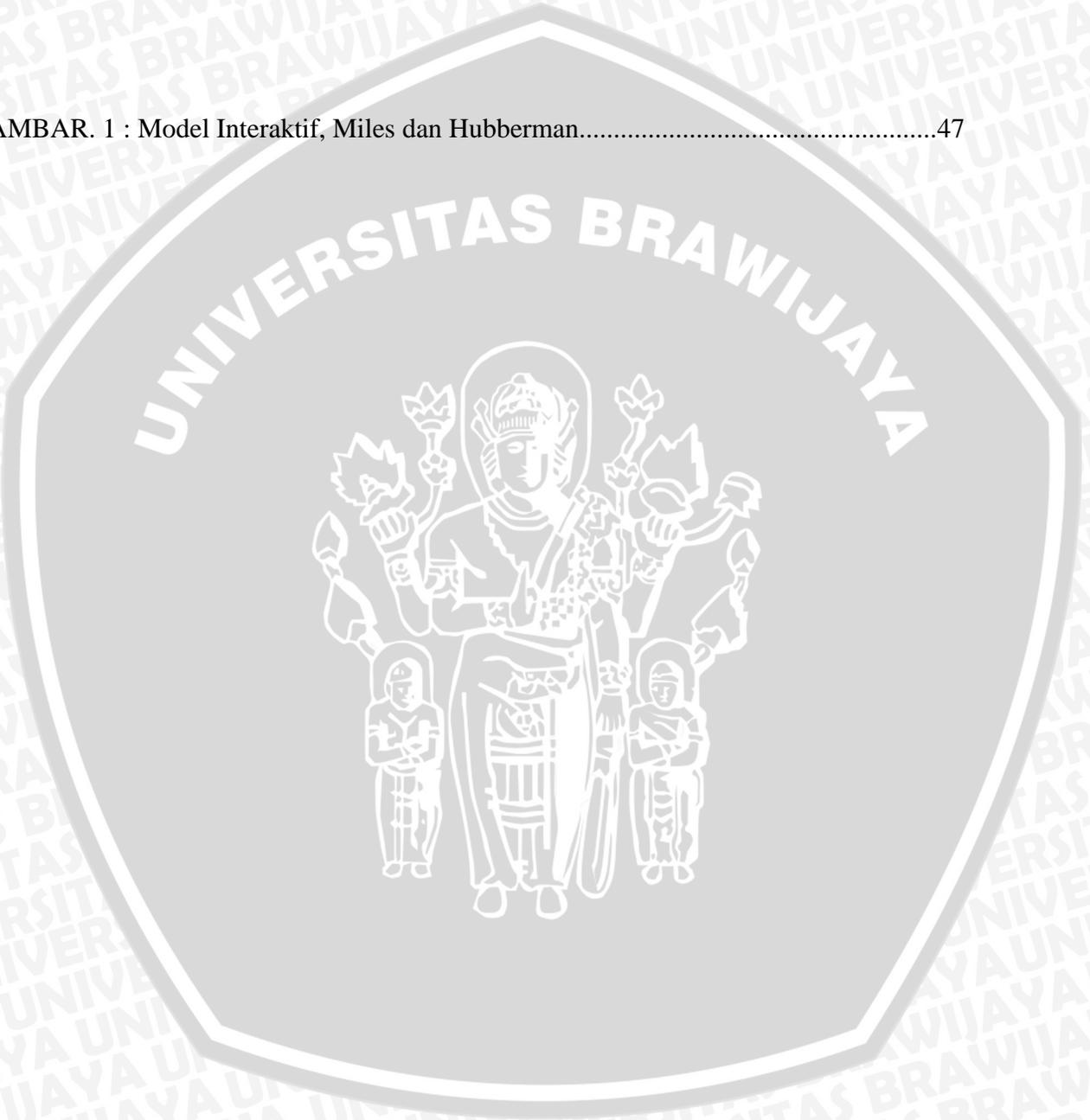
b. Dasar Hukum Pemungutan Pajak Reklame.....	23
c. Subjek dan Objek Pajak Reklame.....	24
d. Penggolongan Reklame.....	25
C. PENDAPATAN ASLI DAERAH.....	26
1. Pengertian Pendapatan Asli Daerah.....	26
2. Sumber-Sumber Pendapatan Daerah.....	27
a. Pajak Daerah.....	28
b. Retribusi Daerah.....	30
c. Perusahaan Daerah.....	31
d. Lain-Lain Pendapatan Asli Daerah yang Sah.....	32
D. PENGELOLAAN PAJAK DAERAH OLEH PEMERINTAH DAERAH.....	32
1. Pembiayaan Pembangunan Daerah.....	32
2. Administrasi Keuangan Daerah.....	36
BAB III. METODE PENELITIAN.....	39
A. JENIS PENELITIAN.....	39
B. FOKUS PENELITIAN.....	41
C. LOKASI DAN SITUS PENELITIAN.....	43
D. SUMBER DAN JENIS DATA.....	43
E. TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	44
F. INSTRUMEN PENELITIAN.....	45
G. ANALISIS DATA.....	46
H. KEABSAHAN DATA.....	48
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
A. HASIL PENELITIAN.....	49
1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	49

a. Kabupaten Trenggalek.....	49
b. Gambaran Umum Badan Pengelola Keuangan dan Asset Daerah.....	57
2. Data dan Fokus Penelitian.....	63
1. Strategi Yang Ditempuh BPKAD Dalam Meningkatkan Pendapatan Pajak Reklame.....	63
a. Strategi Yang Digunakan BPKAD Dalam Pengelolaan Pajak Reklame.....	63
1). Intensifikasi.....	63
(a). Peningkatan Efektifitas Pemungutan Pajak Reklame.....	63
(b). Sosialisasi Peraturan daerah Kepada Masyarakat.....	68
(c). Intensifikasi Penagihan Pajak Reklame.....	70
2). Ekstensifikasi Melalui Perluasan Objek Pajak.....	72
b. Strategi Kerja Sama Dengan Instansi Pemerintah Terkait Dalam Hal Perijinan dan Pemasangan Reklame.....	74
2. Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame.....	76
a. Sistem dan Prosedur Pendaftaran dan Pemungutan.....	76
b. Kemampuan Aparat Pelaksana.....	78
c. Pengawasan Terhadap Petugas Pengelolaan Pajak Reklame.....	80
d. Sanksi Terhadap Wajib Pajak Maupun Petugas Pajak Jika Terjadi Pelanggaran.....	82
3. Tingkat Keberhasilan Strategi Yang Ditempuh BPKAD Mulai Tahun 2002-2004.....	86
B. PEMBAHASAN	
1. Strategi Yang Ditempuh BPKAD Dalam Meningkatkan Pendapatan Pajak Reklame.....	91
a. Strategi Yang Digunakan BPKAD dalam pengelolaan Pajak Reklame.....	91
1). Intensifikasi Pajak Reklame.....	91

(a). Peningkatan Efektifitas Pemungutan Pajak Reklame.....	92
(b). Sosialisasi Peraturan Daerah Kepada Masyarakat.....	93
(c). Intensifikasi Penagihan Pajak Reklame.....	95
2). Ekstensifikasi Melalui Perluasan Objek Pajak.....	97
b. Strategi kerjasama dengan instansi terkait dalam hal perijinan dan pemasangan reklame.....	98
2. Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame.....	100
a. Sistem dan Prosedur Pemungutan Pajak Reklame.....	100
b. Kemampuan Aparat Pelaksana.....	101
c. Pengawasan Terhadap Petugas Pengelolaan Pajak Reklame.....	102
d. Sanksi Terhadap Wajib Pajak Maupun Petugas Pajak Jika Terjadi Pelanggaran.....	103
3. Tingkat Keberhasilan Strategi Yang Ditempuh BPKAD.....	104
 BAB V. PENUTUP.....	106
A. KESIMPULAN.....	106
B. SARAN.....	108
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

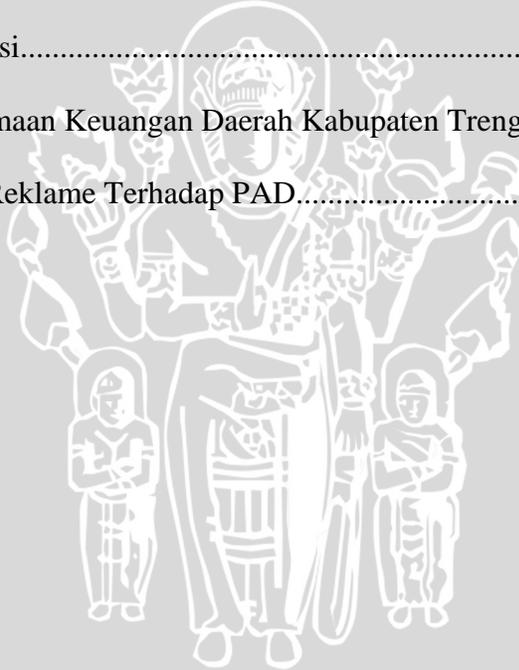
DAFTAR GAMBAR

GAMBAR. 1 : Model Interaktif, Miles dan Hubberman.....47



DAFTAR TABEL

TABEL 1 : Luas Wilayah Kabupaten Trenggalek.....	51
TABEL 2 : Jumlah Penduduk Tiap Kecamatan.....	53
TABEL 3 : Nilai Sewa Reklame Permanen.....	66
TABEL 4 : Nilai Sewa Reklame Insidentil.....	67
TABEL 5 : Target dan Realisasi.....	87
TABEL 6 : Komposisi Penerimaan Keuangan Daerah Kabupaten Trenggalek.....	89
TABEL 7 : Kontribusi Pajak Reklame Terhadap PAD.....	90



BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Sejak Pertengahan tahun 1998 proses reformasi di segala bidang dimulai, proses reformasi memunculkan tuntutan yang makin kuat dari daerah. Daerah terus menuntut terjadinya pergeseran paradigma kebijakan pembangunan nasional. Dari paradigma pembangunan yang bersifat top-down, sentralistik, dan terfokus hanya pada pertumbuhan ekonomi, menjadi paradigma pembangunan yang berlandaskan prinsip-prinsip dasar demokrasi, kesetaraan, dan keadilan.

Dari wacana baru ini kemudian dirumuskan menjadi kebijakan otonomi daerah, yang hendak dilaksanakan dengan dilandasi semangat keanekaragaman Bhineka Tunggal Ika dalam kerangka Negara Kesatuan Republik Indonesia, dengan menggunakan asas desentralisasi dalam penyelenggaraan pemerintahan daerah. Januari 2001, dimulailah era baru bagi daerah dalam melaksanakan roda pemerintahan dan kebijakan pembangunan. Kewenangan daerah menjadi lebih besar dengan diberlakukannya UU No. 22 tahun 1999 tentang Otonomi Daerah dan UU No. 25 tahun 1999 tentang Perimbangan Keuangan Pusat dan Daerah. Dan kemudian muncul revisi dari UU No. 22 tahun 1999 menjadi UU No. 32 tahun 2004 tentang Otonomi Daerah, kemudian UU No. 25 tahun 1999 menjadi UU No. 33 tahun 2004

tentang Perimbangan Keuangan Pusat dan Daerah. Otonomi daerah merupakan hak, kewenangan dan kewajiban daerah untuk mengatur dan mengurus rumah tangganya sendiri secara luas dan menyeluruh berdasarkan peraturan yang berlaku.

Tujuan pemberian otonomi kepada daerah, adalah untuk memungkinkan daerah tersebut dapat mengatur dan mengurus rumah tangganya sendiri. Dengan otonomi daerah, daerah diberi kewenangan secara penuh untuk melaksanakan urusan-urusan baik dalam menentukan kebijakan, perencanaan, melaksanakan maupun dalam menentukan kebijakan fiskal.

Permasalahan paling mendasar, terletak pada perubahan secara mendadak pada sistem pemerintahan Indonesia. Dimana daerah dituntut untuk siap menerima tanggung jawab untuk mengelola daerahnya sendiri tanpa mengecilkan peran pusat dengan segala konsekuensinya, misalnya masalah desentralisasi fiskal. Dengan desentralisasi fiskal daerah daerah dituntut mampu membiayai seluruh pengeluaran dan kebutuhan pembangunan daerah dengan mengandalkan pendapatan daerah yang diperoleh dari dana perimbangan dan pendapatan yang bersumber pada pemanfaatan potensi daerah.

Fenomena ini menjadi persoalan bagi daerah, daerah tidak dapat terus bergantung pada transfer dana dari pusat, khususnya Dana Alokasi Umum (DAU) yang menyumbangkan pemasukan sebesar Rp.252.004.000.000 ke PAD. Padahal realita yang ada di sebagian daerah, Pendapatan Asli Daerah hanya bisa memberikan kontribusi kecil terhadap anggaran daerah, Pendapatan Asli Daerah Kabupaten

Trenggalek sendiri sebesar Rp.10.024.351.494,50 memberikan kontribusi kecil ke APBD Kabupaten Trenggalek pada Tahun 2004 yang sebesar Rp. 356.050.000.000 hal ini mengubah kemampuan fiskal daerah. Sehingga pembangunan di daerah menjadi terhambat. Desain desentralisasi fiskal yang tertuang dalam UU No.25 Tahun 1999 Jo Undang-Undang No. 33 Tahun 2004 dan peraturan pendukungnya merupakan desain yang cukup akomodatif terhadap keinginan daerah, dengan latar belakang kondisi daerah yang bervariasi.

Dari fenomena diatas, salah satu alternatif yang diambil Pemerintah Daerah dengan menggali kemampuan daerah pada sektor-sektor potensial, yang memberikan kontribusi terhadap penerimaan pendapatan daerah. Misalnya, dari sektor pajak. Seperti yang tertuang dalam UU No.34 Tahun 2000 tentang Pajak dan Retribusi, daerah diberi kewenangan oleh pusat untuk mengelola beberapa sektor pajak. Pajak merupakan sumber penerimaan negara yang paling penting dalam rangka pembiayaan pembangunan yang mandiri, tidak bergantung pada bantuan luar negeri.

Kondisi riil yang ada sekarang, Kabupaten Trenggalek dalam beberapa tahun terakhir memiliki potensi menjanjikan, misalnya bidang industri dan pariwisata. Di bidang industri, munculnya tempat-tempat usaha dan hiburan baru, seperti percetakan dan café. Tentu saja, pasti memerlukan promosi untuk memperkenalkan usaha mereka, belum lagi adanya pabrik rokok dan pabrik kecap, yang baru memasarkan produknya di Trenggalek. Dari sektor pariwisata, Kabupaten Trenggalek mempunyai beberapa obyek wisata yang menjadi andalan, seperti pantai

prigi, pasir putih dan goa lawa, dan beberapa yang lain. Tentunya untuk lebih memperkenalkan pariwisata dan tempat-tempat usaha di daerah wisata, memerlukan suatu media tertentu untuk memperkenalkannya pada masyarakat luas atau konsumen.

Jika kedua sektor itu terus berkembang, maka diperlukan media tertentu untuk dapat memperkenalkan dan mempromosikan kepada masyarakat. Salah satu alternatif untuk memperkenalkan suatu produk kepada masyarakat adalah melalui Reklame. Kenapa reklame, karena penulis melihat di Kabupaten Trenggalek banyak sekali terpasang dengan jelas reklame-reklame di pinggir jalan utama kota dengan berbagai jenis reklame (baik berupa billboard atau spanduk, dll), ataupun juga pada warung-warung atau tempat-tempat hiburan dan café. Hal ini, membuat penulis ingin mengerti lebih jauh seberapa besar pemasukan dari pajak reklame serta cara apa yang digunakan oleh pemkab, untuk mendapatkan pemasukan yang besar dari pajak.

Sebagai konsekuensi terhadap penerapan Otonomi Daerah, maka Kabupaten Trenggalek wajib melaksanakan pembangunan dan pelayanan kepada masyarakat dengan memanfaatkan sumber keuangan yang ada. Dengan potensi yang dimiliki oleh Kabupaten Trenggalek, dari sektor industri dan pariwisata, diperlukan penanganan yang lebih serius untuk mengelolanya.

Salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah yang paling penting adalah dari sektor pajak, tetapi penggalian dari sektor pajak masih kurang optimal, tercatat penerimaan keseluruhan pajak daerah di Kabupaten Trenggalek Rp. 3.792.703.572

pada Tahun 2004. Diantara beberapa jenis pajak yang diserahkan oleh pusat ke daerah, salah satunya adalah Pajak Reklame. Melihat semakin berkembangnya potensi yang dimiliki Kabupaten Trenggalek, maka penanganan pajak reklame sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah perlu penanganan serius. Sebagai perbandingan pajak reklame dengan sebagian pajak daerah yang lain pada tahun 2004, adalah sbb :

- Pajak Penerangan Jalan Umum, sebesar Rp. 3.426.286.636
- Pajak Bahan galian Golongan C, sebesar Rp. 218.540.617
- Pajak Reklame, sebesar Rp. 56.0975.519

Agar pajak reklame sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah dapat dikelola secara baik, maka diperlukan strategi yang tepat, yang akan memudahkan untuk mencapai target pendapatan pajak reklame dalam satu tahun anggaran, PAD Kabupaten Trenggalek pada Tahun 2004 sekitar Rp. 10.024.351.494,50, sedangkan pemasukan dari Pajak Reklame sebesar Rp.56.975.519,50 pada Tahun Anggaran 2004. Dengan strategi yang baik, diharapkan kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah akan meningkat. Maka, bagaimana strategi Badan Pengelola Keuangan dan Asset Daerah Kabupaten Trenggalek dalam meningkatkan pendapatan dari sektor pajak reklame. Serta tingkat keberhasilan dari strategi yang digunakan oleh BPKAD dilihat dari tercapainya target yang telah ditetapkan dalam satu tahun anggaran.

Berdasarkan pemikiran latar belakang di atas dalam penelitian ini judul yang penulis pilih adalah **“Strategi Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Melalui Sektor Pajak”** (Studi Pada Pengelolaan Pajak Reklame Badan Pengelola Keuangan dan Asset Daerah Kabupaten Trenggalek).

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi yang ditempuh oleh Badan Pengelola Keuangan dan Asset Daerah Kabupaten Trenggalek dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah dari sektor Pajak Reklame?
2. Faktor apa yang mempengaruhi penerimaan pendapatan Pajak Reklame di Kabupaten Trenggalek?
3. Bagaimana tingkat keberhasilan strategi pengelolaan Pajak Reklame dalam peningkatan Pendapatan Asli Daerah?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mendiskripsikan dan menganalisa strategi yang digunakan oleh Badan Pengelola Keuangan dan Asset Daerah dalam meningkatkan pendapatan dari sektor Pajak Reklame.
2. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi penerimaan pendapatan Pajak Reklame.
3. Untuk mengetahui tingkat keberhasilan strategi pengelolaan Pajak Reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Untuk menambah wawasan peneliti dalam masalah strategi pengelolaan Pajak Reklame yang diterapkan oleh BPKAD untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah.
2. Sebagai informasi dan bahan masukan bagi Badan Pengelola Keuangan dan Asset Daerah Kabupaten Trenggalek dalam menerapkan strategi dalam upaya meningkatkan pendapatan daerah Kabupaten Trenggalek dari Pajak Reklame.
3. Sebagai bahan informasi dan masukan untuk menjadi objek penelitian dan pedoman perumusan strategi kebijakan peningkatan tentang pajak daerah, khususnya Pajak Reklame.

E. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Untuk memudahkan dalam pembacaan dan pemahaman atas tulisan skripsi ini peneliti membagi ke dalam lima bab yang masing-masing memiliki keterikatan satu sama lain :

BAB I : Pendahuluan. Bab ini diuraikan mengenai Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : Kajian Pustaka. Di kemukakan teori-teori yang relevan dengan masalah yang diteliti meliputi Pengertian Strategi, Strategi Peningkatan Pendapatan Daerah, Pemerintah Daerah, Pengertian Pajak, Pendapatan Asli Daerah, Pengelolaan Pajak Daerah oleh Pemerintah Daerah.

BAB III : Metode Penelitian. Pada bab ini digambarkan secara lebih terperinci Jenis Penelitian, Fokus Penelitian, Lokasi dan Situs Penelitian, Sumber dan Jenis Data, Metode Pengumpulan Data, Instrumen Penelitian dan Analisis Data.

BAB IV : Hasil dan Pembahasan. Bab ini apa dan bagaimana hasil penelitian diperoleh menguraikan hasil penelitian dan bagaimana analisis data penelitian.

BAB V : Kesimpulan dan Saran. Pada akhir tulisan ini dikemukakan kesimpulan dan saran berdasarkan bab-bab sebelumnya.

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. STRATEGI

1. Pengertian Strategi

Strategi merupakan cara atau langkah yang dipakai untuk dapat mencapai sesuatu. Sedangkan menurut Tragoe dan Zimmerman (1986 : 15) mengatakan bahwa strategi didefinisikan sebagai kerangka yang membimbing serta mengendalikan pilihan-pilihan yang menetapkan sifat dan arah dari suatu organisasi.

Strategi dapat pula diartikan sebagai seni dan ilmu untuk dapat mencapai suatu tujuan dengan menggunakan cara-cara baru. Dan strategi dalam ilmu pengetahuan akan terus berkembang.

Menurut Siagian (1989 : 24), terdapat beberapa ciri-ciri pendekatan strategi antara lain :

- a. Strategi memusatkan perhatian pada kekuatan, kekuatan adalah fokus pokok dalam pendekatan strategi.
- b. Strategi memusatkan perhatian pada analisa dinamik, analisa gerak, dan analisa aksi.
- c. Strategi memperhitungkan pada faktor-faktor waktu (sejarah masa lampau, masa kini dan masa depan) dan faktor lingkungan.
- d. Strategi berusaha menemukan masalah yang terjadi pada peristiwa yang ditaksirkan berdasarkan kontek kekuatan kemudian menganalisa mengenai kemungkinan serta perhitungannya langkah dan pilihan yang dapat diambil dalam rangka bergerak menuju kepada tujuan itu.

Kemudian Salusu (2000 : 100) menambahkan bahwa konsep strategi berkaitan dengan komponen atau determinan sebagai :

- a. Tujuan dan sasaran. Tujuan organisasi merupakan keinginan yang secara umum hendak dicapai pada waktu yang akan datang. Sedangkan sasaran organisasi adalah pernyataan yang secara operasional mengarah pada pencapaian tujuan organisasi dalam waktu tertentu (secara periodik bulanan atau tahunan) dan terinci secara jelas.
- b. Lingkungan. Antara lingkungan dan organisasi terdapat suatu hubungan “Simbiosis Mutualisme”, dimana terjadi interaksi yang saling mempengaruhi dapat berupa pengaruh dari luar atau dari dalam.
- c. Kemampuan Internal. Kemampuan organisasi untuk melaksanakan rencana kerjanya bertolak pada kondisi sumber daya.
- d. Kompetisi. Suasana persaingan yang menyebabkan organisasi harus mengukur kemampuan internal dengan melihat tantangan dan peluang yang mungkin diraih.
- e. Pembuat Strategi. Siapa yang berhak atau berwenang membuat strategi apakah pemimpin puncak atau pimpinan operasional.
- f. Komunikasi. Penyusunan strategi harus dikomunikasikan, karena komunikasi akan banyak memberikan informasi mengenai tuntutan lingkungan (internal atau eksternal) yang tidak diketahui dan tidak pernah diramalkan.

Kemudian Salusu (2000 : 101-104) mengelompokkan strategi menjadi tiga bagian : strategi organisasi, strategi departmental dan strategi fungsional.

Strategi organisasi berkaitan dengan misi organisasi (*Grand Strategi*) yang dirumuskan berdasarkan tuntutan masyarakat atau suatu pelayanan tertentu.

Strategi departemental berhubungan dengan dengan keunggulan komparatif yang menuntut organisasi untuk melakukan kegiatan yang organisasi lain tidak mau melaksanakannya atau melakukan sendiri dengan lebih baik. Hal ini lebih dituntut pada unit organisasi Pemkab seperti Kelurahan dan Kecamatan untuk memberikan pelayanan atas data yang mereka persiapkan dengan lebih baik.

Strategi fungsional merupakan strategi pendukung dari kedua strategi sebelumnya yang berkaitan dengan fungsi ekonomi, fungsi manajemen, (*planning, organizing, staffing, directing, controlling*) dan fungsi penyesuaian (*adaptif*) yang berusaha mengontrol situasi yang sudah jelas maupun yang belum jelas.

Ketiga strategi diatas dapat diterapkan pada instansi pemerintah, guna menjawab persoalan yang timbul pada organisasi dan mencari alternatif pemecahannya.

Kemudian Siagian (1995 : 212-213) merumuskan konsep tentang strategi keuangan daerah agar memperhatikan tiga hal :

- a. Perolehan Modal dalam hal ini pendapatan daerah berkaitan dengan :
 - Kebutuhan dana untuk menunjang peningkatan pendapatan daerah.
 - Cara untuk meningkatkan pendapatan daerah.
 - Pengaruh sosial peningkatan pendapatan daerah atau dampak pemungutan pajak dari retribusi daerah.
- b. Alokasi Kapital atau Rencana Anggaran
Didasarkan pada prioritas proyek atau kegiatan yang benar-benar diperlukan dan bermanfaat.
- c. Pembagian Keuntungan dan Managemen Modal Kerja.
Hal ini berkaitan erat dengan target pendapatan daerah, alasan peningkatan pendapatan daerah, prosedur penerimaan daerah dan dari mana pendapatan daerah diperoleh (sesuai potensi daerah) pada masa yang akan datang.

Untuk melaksanakan kesuksesan strategi Glueck dan Jauch (1990 : 107-109) memberikan pedoman yang terdiri atas :

1. Strategi yang konsisten dengan lingkungan.
2. Tidak membuat satu strategi saja.
3. Strategi yang efisien hendaknya berfokus dan mengikutkan semua sumber daya.
4. Strategi menunjukkan pada kekuatan internal.

5. Memandang sumber daya sebagai suatu krisis.
 6. Strategi hendaknya disusun atas landasan keberhasilan yang telah dicapai.
- Dari beberapa pengertian diatas, dapatlah ditarik suatu kesimpulan bahwa

strategi adalah suatu cara untuk menentukan pilihan dan langkah yang ditempuh untuk mencapai tujuan dengan cara-cara baru. Jika dikaitkan dengan penelitian ini, strategi dikaitkan dengan upaya dan langkah apa saja yang ditempuh oleh Badan Pengelola Keuangan dan Asset Daerah untuk mengoptimalkan pendapatan dari sektor pajak, khususnya pajak reklame.

2. Strategi Peningkatan Pendapatan Asli Daerah

Dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah dari sektor pajak dapat dilakukan melalui 2 cara yaitu Intensifikasi dan Ekstensifikasi pajak daerah (Renstra Badan Pengelola Keuangan dan Asset Daerah).

a. Intensifikasi Pajak Daerah

Kata intensif menurut kamus besar Bahasa Indonesia artinya secara sungguh-sungguh (giat dan dalam) untuk memperoleh hasil yang diinginkan. Dan intensifikasi mempunyai pengertian sebagai perilaku peningkatan kegiatan yang lebih hebat. Jadi, intensifikasi pajak daerah adalah merupakan kegiatan-kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan hasil pajak daerah sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah yang dilakukan dengan sungguh-sungguh dan mendalam guna meningkatkan hasil pajak daerah. Intensifikasi lebih memfokuskan kepada

peningkatan pada sektor-sektor pajak yang telah ada. Kemudian ditingkatkan pengelolaannya secara lebih mendalam dan optimal untuk mendapatkan hasil yang lebih baik. Faktor-faktor yang mempengaruhi proses intensifikasi antara lain :

1) Faktor Manusia

Manusia merupakan kunci utama dalam pencapaian tujuan seperti yang dikatakan oleh Siagian (1989 : 27) “Faktor manusia merupakan faktor perangsang pencapaian tujuan organisasi secara efisien dan ekonomis”. Dalam hal ini manusia merupakan faktor penting organisasi. Dengan sumber daya yang berkualitas akan memudahkan pencapaian tujuan organisasi.

2) Faktor Organisasi

Organisasi merupakan wadah untuk melakukan semua aktifitas untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Seperti yang dikatakan oleh Handaningrat (1982 : 42) “organisasi dibagi menjadi dua, organisasi statis yang berarti organisasi sebagai wadah kerjasama dalam pencapaian tujuan, sedangkan organisasi bersifat dinamis dilihat dari dinamikanya”.

3) Tersedianya Sarana dan Prasarana

Sarana pendukung organisasi sangat penting dalam menunjang kelancaran tugas dan aktifitas organisasi. Seperti tersedianya komputer, mesin ketik, kendaraan tugas, dll. Menurut Siagian (1988 : 151) sarana dan prasarana merupakan segala jenis peralatan yang dimiliki oleh organisasi dan dipergunakan untuk melaksanakan berbagai kegiatan dalam rangka

mengemban misi organisasi yang bersangkutan. Jadi, sarana dan prasarana merupakan perlengkapan kantor yang menunjang semua kegiatan organisasi.

Adapun cara-cara yang digunakan dalam intensifikasi :

- 1). Peningkatan efektifitas pemungutan pajak reklame
- 2). Sosialisasi Perda kepada masyarakat
- 3). Intensitas penagihan pajak reklame

b. Ekstensifikasi Pajak Daerah

Kata ekstensifikasi berarti menjangkau secara luas dan ekstensifikasi adalah perluasan. Jadi, ekstensifikasi pajak daerah adalah usaha-usaha meningkatkan pendapatan asli daerah dari sektor pajak dengan menambah jenis pungutan pajak baru yang dimiliki oleh daerah (potensi daerah) dan dengan menambah jangkauan pelayanan. Daerah diberi kewenangan untuk memungut pajak baru yang berpotensi di wilayahnya, selama tidak bertentangan dengan peraturan yang ada. Dengan mencari jenis pajak baru diharapkan dapat menambah pendapatan daerah. Dan sekaligus menjadi sumber pendapatan asli daerah.

Cara-cara yang digunakan dalam ekstensifikasi :

- 1). Mencari jenis pajak baru yang berpotensi di daerah.

Mencari pajak baru yang berpotensi dalam pajak reklame yang belum dikenai pajak. Kemudian diselidiki dan dikomunikasikan kepada masyarakat agar tidak menimbulkan pro dan kontra setelah diterapkan dalam masyarakat.

2). Pajak baru tidak boleh bertentangan dengan undang–undang yang berlaku.

Pengesahan pajak baru pada suatu daerah tidak boleh bertentangan dengan undang-undang yang berlaku. Misalnya pengesahan jenis pajak daerah baru yang bukan menjadi kewenangan daerah.

3). Studi lapangan pada daerah lain.

Studi pada daerah lain dilakukan untuk menyelidiki jenis pajak yang belum dikenakan pada suatu daerah, sedangkan pada daerah lain dapat menjadi sumber pendapatan yang potensial.

B. PENGERTIAN PAJAK REKLAME.

1. Pajak Secara Umum

a. Pengertian Pajak

Salah satu alternatif dalam penggalian dana pendapatan pemerintah adalah berasal dari sektor pajak. Dimana setelah sumber devisa negara yang berasal dari migas mengalami penurunan, maka salah satu alternatifnya adalah dengan menggali dari sektor pajak, yakni dengan cara intensifikasi dan ekstensifikasi pajak yang telah ada. Adapun pengertian pajak menurut para ahli ada beberapa macam.

Menurut Brotodiharjo (1991 : 2) pajak adalah iuran rakyat kepada negara (yang dapat dipaksakan) berdasarkan undang-undang dengan tidak mendapatkan jasa timbal- balik yang dapat ditunjuk secara langsung.

Sedangkan Sumitro (1990 : 5) mendefinisikan pajak sebagai berikut :

Pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara (peralihan kekayaan dari sektor partikelir kepada pemerintah) berdasarkan undang-undang atau dapat dipaksakan dengan tidak mendapat timbal balik yang langsung dapat ditunjuk dan yang digunakan untuk membiayai pengeluaran umum dan yang digunakan sebagai alat pencegahan atau pendorong untuk mencapai tujuan yang ada di luar bidang keuangan.

Djajadiningrat dalam Munawir (1995 : 3), pajak adalah suatu kewajiban penyerahan sebagian dari pada kekayaan kepada suatu negara karena suatu keadaan, kejadian dan perbuatan yang memberi kedudukan tertentu, tetapi bukan sebagai hukuman menurut peraturan yang ditetapkan pemerintah serta dapat dipaksakan dan tidak ada timbal balik dari negara secara langsung.

Dari pengertian diatas, maka dapat diketahui dan disimpulkan bahwa pajak memiliki beberapa unsur anatara lain :

1. Pajak dipungut berdasarkan undang-undang serta aturan pelaksanaannya dan dapat dipaksakan.
2. Pajak ialah iuran rakyat kepada negara.
3. Wajib pajak tidak mendapat jasa balik (kontra prestasi) langsung dari pemerintah.
4. Hasil pajak digunakan untuk biaya pembangunan.

b. Fungsi dan Jenis Pajak

Setelah mengetahui definisi pajak, Tjahjono dan Hussain (1999 : 2-6) menerangkan dua fungsi pajak, antara lain :

- 1) Fungsi Budgetair yaitu fungsi pajak sebagai sumber penerimaan pemerintah yang bertujuan untuk membiayai segala kegiatan pemerintah. Disini pajak memegang peranan penting dalam pendapatan negara dibandingkan dengan sumber pendapatan lain, contohnya dari sektor migas yang bersifat sementara dan akan habis jika terus digali.
- 2) Fungsi Regulered yaitu pajak berfungsi untuk mengatur suatu keadaan di masyarakat di bidang sosial, ekonomi, fiskal, kultural dan politik sesuai dengan kebijakan pemerintah. Fungsi mengatur dilaksanakan dengan cara antara lain :
 - a. Cara-cara umum dengan mengadakan perubahan tarif secara umum.
 - b. Dengan cara pemberian pengecualian atau pemberatan yang khusus ditujukan pada masalah tertentu.

Kemudian Tjahjono dan Husain (1999 : 7-11), pajak di kelompokkan menjadi beberapa jenis yakni menurut golongannya, sifat dan lembaga pemungutannya.

1). Pajak menurut golongannya

a. Pajak Langsung

Adalah pajak yang harus dipikul sendiri oleh wajib pajak dan tidak dapat dibebankan atau dilimpahkan kepada orang lain.

Contoh : Pajak Penghasilan.

b. Pajak Tidak Langsung

Adalah pajak yang pada akhirnya dapat dibebankan atau dilimpahkan kepada orang lain.

Contoh : Pajak Pertambahan Nilai.

2). Pajak menurut sifatnya

a. Pajak Subjektif

Merupakan pajak yang berpangkal atau berdasarkan pada subjeknya dalam arti memperhatikan keadaan diri dari wajib pajak.

Contoh : Pajak Penghasilan.

b. Pajak Objektif

Merupakan pajak yang berpangkal pada objeknya tanpa memperhatikan keadaan dari wajib pajak.

Contoh : Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah.

3). Pajak menurut Lembaga Pemungutnya

a. Pajak Pusat

Adalah pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat dan digunakan untuk membiayai pembangunan nasional.

Contoh : Pajak Bumi dan Bangunan.

b. Pajak Daerah

Adalah pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah dan digunakan untuk membiayai rumah tangganya sendiri.

Contoh : Pajak Reklame.

c. Sistem Pemungutan Pajak

Dalam pemungutan pajak diperlukan sistem yang membedakan berdasarkan penentuan besarnya pajak yang harus dibayarkan oleh wajib pajak.

Dalam Tjahjono dan Husain (1999 : 26-27), sistem pemungutan terdiri atas :

1) *Ofisial Assesment System*

Adalah suatu sistem pemungutan yang memberikan wewenang kepada pemerintah untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh wajib pajak.

Ciri-cirinya antara lain :

- a) Wewenang untuk menentukan besarnya pajak terutang ada pada pemerintah.
- b) Wajib pajak bersifat pasif.
- c) Hutang pajak ditetapkan setelah dikeluarkan surat ketetapan pajak oleh pemerintah.

2) *Self Assesment System*

Adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberikan wewenang sendiri bagi wajib pajak untuk menentukan besarnya pajak yang terutang.

Ciri-cirinya antara lain :

- a) Wewenang untuk menentukan besarnya pajak terutang ditentukan oleh wajib pajak sendiri.

- b) Wajib pajak aktif, mulai dari menghitung, menyetor dan melaporkan sendiri besarnya pajak terutang.
- c) Pemerintah tidak ikut campur, hanya mengawasi.

3) *With Holding System*

Suatu sistem pemungutan pajak yang memberi kewenangan kepada pihak ke tiga (bukan pemerintah dan wajib pajak) untuk menentukan besarnya pajak terutang.

Ciri-cirinya antara lain :

Wewenang untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh wajib pajak ada pihak ke tiga.

Dari beberapa sistem pemungutan pajak diatas pajak reklame termasuk dalam *Official Assesment System*.

d. Syarat Pemungutan Pajak

Agar pemungutan pajak dapat berjalan dengan lancar, tanpa ada pihak yang dirugikan. Sehingga, menghambat efektifitas dan efisiensi proses pemungutan pajak.

Tjahjono dan Husain (1999 : 23) menyebutkan bahwa pemungutan harus memenuhi beberapa syarat sebagai berikut :

1) Pemungutan pajak harus adil (Syarat Keadilan)

Adil dalam perundang-undangan, misalnya mengenai pajak secara umum dan merata sesuai kemampuan dan adil dalam pelaksanaannya. Misalnya,

memberikan hak kepada wajib pajak untuk mengajukan keberatan, banding kepada Badan Penyelesaian Sengketa Pajak.

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

Diatur dalam UUD 1945 yaitu pasal 23 ayat 2, yang mengatakan bahwa penganan dan pemungutan pajak (termasuk bea dan cukai) untuk keperluan negara hanya boleh terjadi berdasarkan undang-undang.

3) Tidak mengganggu perekonomian (Syarat Ekonomis)

Keseimbangan dalam bidang ekonomi tidak boleh terganggu karena adanya pemungutan pajak. Pajak harus diusahakan supaya tidak menghambat lancarnya perekonomian.

4) Pemungutan harus efisien (Syarat Finansial)

Hasil pungutan pajak sedapat mungkin cukup untuk menutup sebagian dari pengeluaran negara, sehingga hasil pemungutannya harus lebih kecil dari biaya pemungutannya.

5) Sistem pemungutan pajak harus sederhana

Untuk lebih memudahkan dan mendorong masyarakat dalam memenuhi kewajiban perpajakan.

2. Pajak Reklame

a. Pengertian Pajak Reklame

Sebelum mendefinisikan pengertian pajak reklame, terlebih dahulu kita harus tahu pengertian reklame itu sendiri. Pengertian reklame telah dijelaskan dalam Undang-Undang No. 34 Tahun 2000.

Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersil, 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, dan atau dapat didengar dari suatu tempat oleh umum, kecuali yang dilakukan oleh pemerintah.

Jadi pajak reklame adalah pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah atas penyelenggaraan reklame.

b. Dasar Hukum Pemungutan Pajak Reklame

Undang-Undang yang mengatur pemungutan pajak reklame :

- 1) UU No. 34 Tahun 2000 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah sebagai pengganti UU No. 18 Tahun 1997.
- 2) UU No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah sebagai pengganti UU No. 22 Tahun 1999.

- 3) UU No. 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pusat dan Daerah sebagai pengganti UU No. 25 Tahun 1999.
- 4) Peraturan Pemerintah No.65 Tahun 2001 Tentang Pajak Daerah.
- 5) Keputusan Menteri Dalam Negeri No. 15 Tahun 1999 Tentang Pedoman Cara Penghitungan Nilai Sewa Reklame.
- 6) Keputusan Menteri Dalam Negeri No. 170 Tahun 1997 Tentang Pedoman Tata Cara Pemungutan Pajak Daerah.
- 7) Keputusan Menteri Dalam Negeri No.43 Tahun 1999 Tentang Sistem dan Prosedur Administrasi Pajak Daerah, Retribusi Daerah dan Penerimaan Pendapatan Lain-lain.
- 8) Peraturan Daerah Kabupaten Trenggalek No.15 Tahun 2003 Tentang Pajak Reklame.
- 9) Peraturan Bupati Trenggalek No.14 Tahun 2005 Tentang Tata Cara Pelaksanaan Pemungutan Pajak Reklame Di Kabupaten Trenggalek.

c. Subjek dan Objek Pajak Reklame

Subjek pajak adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan atau memasang reklame. Subjek pajak adalah wajib pajak atau orang pribadi atau badan hukum yang menyelenggarakan reklame. Sedangkan objek pajak reklame adalah semua penyelenggaraan reklame.

d. Penggolongan Reklame

Jenis Pajak Reklame yang terdapat pada Perda No. 15 Tahun 2003 adalah :

- 1) Reklame Papan adalah reklame yang terbuat dari papan, kayu, seng atau bahan lain yang sejenis.
- 2) Reklame Billboard atau Megatron adalah reklame yang berbentuk tulisan yang terdiri dari lampu pijar atau alat lain yang meneranginya
- 3) Reklame Kain adalah reklame yang terbuat dari kain atau bahan lain yang sejenis.
- 4) Reklame Melekat atau Stiker adalah reklame yang melekat pada suatu tempat tertentu.
- 5) Reklame Selebaran adalah reklame yang berbentuk selebaran atau sejenis yang disebar.
- 6) Reklame Berjalan, termasuk pada kendaraan adalah reklame semata-mata dibawa berkeliling dengan tenaga mesin maupun dengan tenaga manusia.
- 7) Reklame Udara adalah reklame yang semata-mata dibawa berkeliling melalui udara atau bergerak di udara dengan menggunakan gas atau sejenisnya.
- 8) Reklame Suara adalah reklame dengan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dengan perantara alat atau pesawat apapun.
- 9) Reklame Film atau Slide adalah reklame yang menggunakan klise berupa kaca, film, ataupun bahan-bahan lain yang diproyeksikan pada layar putih atau benda lain.

- 10) Reklame Peragaan adalah reklame yang penyelenggaraannya dengan jalan memperagakan hasil produk suatu perusahaan sesuai dengan jenis dan merknya.

C. PENDAPATAN ASLI DAERAH

1. Pengertian Pendapatan Asli Daerah

Pendapatan asli daerah merupakan pendapatan daerah yang berasal dari pemanfaatan potensi yang dimiliki daerah. Dalam era otonomi daerah, daerah dituntut untuk mencari alternatif lain yang dapat dimanfaatkan secara optimal guna meningkatkan pendapatannya. Daerah tidak dapat terus bergantung pada pemerintah pusat dalam membiayai semua aktifitas di daerah. Jika ini dilakukan, maka program otonomi daerah yang sudah direncanakan tidak akan berjalan dengan baik.

Dalam pasal-pasal dan penjelasan umum UU No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan di Daerah, tidak ditemukan suatu perumusan pasti tentang pendapatan asli daerah. Pendapatan Asli Daerah dapat diartikan sebagai pendapatan yang diusahakan sendiri oleh daerah untuk memungutnya dan digunakan untuk pembiayaan pembangunan dan pemerintahan daerah.

Dalam buku manual administrasi keuangan daerah, Pendapatan Asli Daerah merupakan pendapatan daerah yang diurus dan diusahakan sendiri oleh daerah, yang dimaksudkan sebagai sumber pendapatan asli daerah guna pembangunan.

Jadi dari beberapa defnisi diatas dapat disimpulkan bahwa, Pendapatan Asli Daerah merupakan pendapatan yang diperoleh daerah dengan mengusahakan dan mengelola sendiri sumber-sumber pendapatan yang dimiliki oleh daerah untuk dimanfaatkan dan dioptimalkan penerimaannya, sehingga dapat menunjang dan menambah pendapatan daerah. Dengan kata lain Pendapatan Asli Daerah adalah pendapatan yang bersumber dari daerah oleh daerah dan digunakan sebesar-besarnya untuk kepentingan daerah.

2. Sumber-Sumber Pendapatan Daerah

Sumber Pendapatan Daerah menurut Undang-Undang :

a. UU No. 32 Tahun 2004

Pendapatan Asli Daerah meliputi :

- 1) Hasil Pajak Daerah.
- 2) Hasil Retribusi Daerah.
- 3) Hasil Perusahaan milik daerah dan hasil pengelolaan kekayaan daerah yang di pisahkan.
- 4) Lain-lain pendapatan asli daerah yang sah.

b. UU No. 33 Tahun 2004

pendapatan Asli Daerah meliputi :

- 1) Hasil Pajak Daerah.
- 2) Hasil Retribusi Daerah.

- 3) Hasil Perusahaan milik daerah dan hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan.
- 4) Lain-lain pendapatan asli daerah yang sah.

c. UU No. 34 Tahun 2000

Jenis Pajak Propinsi, terdiri atas :

- 1) Pajak kendaraan bermotor dan kendaraan diatas air.
- 2) Bea balik nama kendaraan bermotor dan kendaraan diatas air.
- 3) Pajak bahan bakar kendaraan bermotor.
- 4) Pajak pengambilan dan pemanfaatan air di bawah tanah dan air di permukaan.

Agar diperoleh pengertian yang lebih jelas mengenai sumber pendapatan asli daerah dapat dikemukakan sebagai berikut :

a. Pajak Daerah

Salah satu sumber pendapatan asli daerah berasal dari sektor pajak, disamping retribusi yang diolah oleh daerah. Berdasarkan UU No. 34 Tahun 2000 tentang perubahan UU No. 18 Tahun 1997 yang membahas tentang Pajak dan Retribusi Daerah pasal (1) ayat (6), disebutkan bahwa Pajak Daerah adalah iuran wajib yang dilakukan oleh pribadi atau badan kepada daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan

yang berlaku yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintahan daerah dan pembangunan daerah.

Seperti yang diungkapkan Brontodiharjo dalam Kaho (1997 : 3) Pajak daerah adalah pajak yang dipungut oleh daerah swantara seperti Propinsi, Kotapraja, Kabupaten berupa iuran rakyat kepada kas negara (dari sektor partikelir ke sektor pemerintahan) berdasarkan undang-undang.

Munawir (1998 : 23) juga mengungkapkan bahwa pajak daerah adalah pajak yang wewenang pemungutannya berada pada pemerintahan daerah baik tingkat Propinsi, Kabupaten, Kotapraja yang hasil pemungutannya digunakan untuk pembiayaan rumah tangga daerah.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pajak daerah adalah pajak negara yang diserahkan kewenangannya oleh pemerintah pusat kepada daerah untuk dikelola sendiri dan dipergunakan untuk membiayai pemerintahan dan pembangunan daerah dengan tetap berdasarkan pada undang-undang yang berlaku.

Dari beberapa definisi pajak diatas dapat disimpulkan bahwa pajak daerah memiliki beberapa unsur antara lain :

- 1) Pajak Daerah adalah pajak yang diserahkan pengelolaannya oleh pemerintah pusat kepada daerah.
- 2) Penyerahan pajak daerah berdasarkan kepada Undang-Undang.
- 3) Pemungutan pajak daerah berdasarkan pada Undang-Undang yang berlaku.

Hasil pemungutan pajak daerah digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pembangunan dan pemerintahan daerah.

Jenis Pajak Kabupaten /Kota, terdiri atas :

- 1) Pajak Hotel
- 2) Pajak Restoran
- 3) Pajak Reklame
- 4) Pajak Penerangan Jalan
- 5) Pajak Penggalan Bahan Galian Golongan C
- 6) Retribusi Parkir

b. Retribusi Daerah

Sumber pendapatan daerah yang penting lainnya adalah retribusi daerah. Menurut Brontodiharjo (1994), Retribusi adalah pembayaran-pembayaran kepada negara yang dilakukan mereka yang menggunakan jasa-jasa negara.

Kemudian menurut Munawir (1980 : 4) Retribusi Daerah merupakan iuran kepada pemerintah yang dapat dipaksakan dan jasa balik di tunjuk secara langsung. Paksaan disini bersifat ekonomis, karena siapa saja yang tidak merasakan jasa balik dari pemerintah, ia tidak dikenakan iuran ini.

Jadi Retribusi Daerah adalah jenis pungutan yang dilakukan oleh daerah kepada mereka yang mempergunakan dan menikmati jasa atau fasilitas yang disediakan oleh pemerintah.

Ciri-Ciri Retribusi Daerah dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1) Retribusi dipungut oleh daerah.
- 2) Dalam proses pemungutan retribusi, terdapat jasa atau timbal balik yang dapat di tunjuk secara langsung.
- 3) Retribusi dikenakan kepada yang mempergunakan fasilitas yang disediakan oleh pemerintah.

Retribusi Daerah terdiri atas :

- 1) Retribusi jasa umum
- 2) Retribusi jasa usaha
- 3) Retribusi perijinan tertentu

c. Perusahaan Daerah

Perusahaan Daerah menurut UU No. 5 Tahun 1962, adalah suatu badan usaha yang dibentuk oleh daerah untuk memperkembangkan perekonomian daerah dan untuk menambah penghasilan daerah.

Perusahaan daerah lebih bersifat *non profit oriented*, yang berusaha memberikan jasa kepada masyarakat. Tujuan dari perusahaan daerah adalah turut serta melaksanakan pembangunan untuk memenuhi kebutuhan dari masyarakat.

Jadi perusahaan daerah merupakan badan usaha yang dibentuk untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan menambah pendapatan asli daerah.

d. Lain-Lain Pendapatan Asli Daerah Yang Sah

Ichsan dan Pratiwi (1984 : 86) mengemukakan bahwa pendapatan daerah yang sah adalah hasil-hasil identikal dari pada penjualan barang dan jasa, pendapatan transfer yang lain dari pungutan, misalnya ganti rugi dan sebagainya.

Pendapatan Asli Daerah yang sah, merupakan kewenangan yang diberikan oleh pusat agar daerah dapat menggali sumber pembiayaan sendiri, dengan melihat potensi yang dimiliki oleh daerah dengan tetap berdasarkan pada undang-undang yang berlaku.

D. PENGELOLAAN PAJAK DAERAH OLEH PEMERINTAH DAERAH

1. Pembiayaan Pembangunan Daerah

Pajak merupakan salah satu alat yang penting bagi pemerintah dalam mencapai tujuan ekonomi, politik, sosial, dan pembangunan yang mengandung berbagai sasaran sebagai berikut :

- 1) Pengalihan sumber dana dari sektor swasta ke sektor pemerintah.
- 2) Pendistribusian beban pemerintah secara adil dalam kelas-kelas penghasilan (*vertical equity*) dan secara merata bagi masyarakat yang berpenghasilan sama (*horizontal equity*).
- 3) Mendorong pertumbuhan ekonomi, stabilisasi harga dan perluasan kesempatan kerja.

Mengenai pembiayaan pembangunan yang dilakukan pada tingkat daerah, terutama dalam rangka pelaksanaan otonominya, yaitu sebagai negara bagian ataupun sebagai pemerintah daerah otonomi. Pemerintah Daerah juga menerima pendapatan-pendapatan dan perlu pula melakukan pengeluaran keuangan. Sebaiknya hal ini dilakukan dan didasarkan pula atas sesuatu penyusunan anggaran daerah yang disahkan. Hal ini sedang terus disempurnakan di Indonesia.

Mengenai penerimaan keuangan daerah dapat dikemukakan sumber-sumbernya menurut UU No. 32 Tahun 2004 dan UU No. 33 Tahun 2004 sebagai berikut : Hasil Pajak Daerah, Hasil Retribusi Daerah, Hasil Perusahaan milik daerah dan hasil pengelolaan kekayaan daerah yang di pisahkan, Lain-lain pendapatan asli daerah yang sah.

Sudah barang tentu terdapat berbagai variasi sesuai dengan peranan pemerintahan negara masing-masing. Hasil penerimaan tersebut dipergunakan oleh pemerintah daerah untuk keperluan-keperluan pembiayaan rutin maupun pembiayaan pembangunan dari pemerintah daerah tersebut. Kebanyakan dalam kenyataannya, bagian terbesar dari jumlah penerimaan daerah dipergunakan untuk keperluan rutin tugas-tugas administratif pemerintahan daerah. Bagian yang relatif lebih kecil, dipergunakan bagi pengeluaran-pengeluaran pembiayaan pembangunan daerah. Sehatnya keuangan daerah juga akan bercermin dengan meningkatnya bagian yang dapat dipergunakan bagi pengeluaran pembiayaan pembangunan.

Namun bagaimanapun juga seperti yang diungkapkan Bintoro (1985 : 160) beberapa pertimbangan dalam pembiayaan pembangunan daerah ini perlu dilakukan antara lain :

1. Supaya pembiayaan pembangunan daerah harus konsisten dengan pembiayaan pembangunan yang dilakukakan oleh pemerintahan pusat di daerah tersebut. Konsistensi ini akan lebih menjamin proses pertumbuhan ekonomi daaerah daerah. Dengan saling menunjangnya kegiatan usaha pembangunan yang dibiayai oleh pemerintah daerah dengan kegiatan-kegiatan usaha atau proyek pemerintahan pusat, maka dapat ditingkatkan manfaat kegiatan usaha tersebut.
2. Lebih baik apabila pengeluaran pembiayaan daerah dilakukan pula dalam rangka perencanaan pembangunan daerah dan juga dicerminkan dalam suatu anggaran belanja daerah. Dengan ini dimaksudkan juga adanya pertanggung jawaban legislatif.
3. Perlunya pula pengeluaran pembiayaan pembangunan daerah tersebut dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip efisiensi dan atas dasar ongkos dan manfaat. Seringkali karena kekurangan tenaga yang cukup mampu di tingkat daerah, demikian pula kurangnya konsultan-konsultan yang lebih baik, maka hal itu belum mendapatkan perhatian yang cukup di daerah.
4. Orientasi dari pengeluaran pembiayaan pembangunan dalam hubungannya dengan penggairahan kegiatan masyarakat atau sektor swasta. Dalam hal terakhir ini, ada dua hal yang merupakan keterbatasan dari pemerintah daerah,

yaitu karena terbatasnya biaya-biaya untuk pembangunan, atau karena hal ini lebih dianggap lebih merupakan tugas pemerintahan pusat secara nasional atau karena peranan pemerintah dalam fungsinya membatasi hal itu.

Peranan pemerintah, baik pemerintah pusat maupun daerah sangat menonjol dalam usahanya merangsang dan membimbing pembangunan ekonomi dan sosial negaranya, yang membutuhkan dana yang relatif cukup besar besar, menyebabkan pemerintah cenderung untuk melakukan pemungutan pajak sampai mencapai tingkat penerimaan pajak yang paling optimal. Namun hal ini tidak selalu berlaku, apabila diingat bahwa sasaran utama pemungutan pajak adalah pengalihan penguasaan sumber dana dari sektor swasta ke sektor pemerintah dan atau dari sektor swasta ke sektor swasta lainnya, dengan catatan bahwa pengalihan sumber tersebut tidak akan membahayakan dan malahan harus memberikan kemudahan untuk mencapai sasaran ekonomi lainnya dan bila perlu penerimaan pajak harus dikorbankan.

2. Administrasi Keuangan Daerah

Administrasi keuangan yang dimaksudkan di sini menurut Bintoro (1985 : 170) adalah sebagai tata penyelenggaraan keuangan dalam pelaksanaan anggaran belanja negara atau daerah. Untuk membuat masyarakat merasa lebih yakin dan percaya kepada pemerintah, dalam partisipasi mereka membayar pajak. Maka, ada yang disebut sebagai suatu sistem pengawas dari pelaksanaan anggaran belanja negara atau daerah, baik dari pemasukan pajak maupun pemasukan yang lain.

Sistem tersebut ialah administrasi keuangan sebagai pelaksanaan anggaran belanja daerah ini, Di dalamnya dapat dibedakan tiga kegiatan tertentu. Tiga kegiatan itu adalah :

1. Fungsi *Pre Audit*. Dalam fungsi ini dilakukan penelitian, perencanaan , penilaian dan persetujuan terhadap usul-usul pengeluaran untuk menjamin bahwa pengeluaran ini benar-benar wajar, mempunyai dasar hukum (atau dasar peraturan tertentu) dan bahwa pengeluaran tersebut sesuai dengan penyediaan anggaran yang telah ditentukan serta telah tersedia dananya.
2. Adalah Transaksi dan Tata Pembukuan (*transaction and accounting*). Yaitu melakukan pembukuan terhadap kegiatan mutasi keuangan yang sebenarnya, seperti penerimaan, pengeluaran (*disbursement*), alokasi dan penyusunan neraca penerimaan dan pengeluaran.
3. *Post Audit*, dan ini seringkali disebut audit. Fungsi ini adalah meneliti, menilai dan melakukan verifikasi terhadap transaksi dan mutasi yang telah dilaksanakan dan tata pembukuannya. Untuk mudahnya, ini disebut pengawasan keuangan.

Semua kegiatan tersebut ditujukan supaya penyelenggaraan administrasi keuangan daerah dapat dipertanggung jawabkan. Pada umumnya fungsi pre audit dan transaksi atau

tata pembukuan dilakukan oleh departemen keuangan. Fungsi ini pertama biasanya dilaksanakan oleh badan penyusunan anggaran.

Sedangkan fungsi kedua, yang dapat pula disebut sebagai tata pembukuan pelaksanaan anggaran, dilakukan oleh suatu badan penyusunan anggaran atau oleh badan pelaksanaan anggaran secara terpisah. Sedangkan, post audit atau pengawasan keuangan selalu dilakukan oleh badan pengawasan keuangan yang terpisah.

Jika kemudian terjadi pelanggaran dalam proses pembayaran pajak oleh wajib pajak, maka ada sanksi administrasi bagi wajib pajak yang tidak patuh atau jatuh tempo pembayaran pajak. Sedangkan bagi aparat pemungut pajak, jika terjadi pelanggaran akan terjerat sanksi pidana baik berupa denda maupun hukuman penjara.

Apabila dikaitkan dengan penelitian ini, hal tersebut di atas dapat dikaitkan dengan upaya dan langkah apa saja yang ditempuh oleh Badan Pengelola Keuangan dan Asset Daerah, serta nantinya Pemerintah Daerah Kabupaten Trenggalek untuk mengoptimalkan pendapatan dari sektor pajak, khususnya pajak reklame.

Jadi masyarakat diharapkan kesadarannya dalam membayar pajak pada pemerintah untuk pembangunan daerahnya, dan institusi-institusi pemerintah maupun aparatnya mampu menjalankan tugasnya dengan baik, bersih dan bertanggung jawab.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan untuk melakukan sebuah penelitian. Dengan metode penelitian, penelitian yang dilakukan dimaksudkan dapat berjalan sesuai dengan prosedur bagaimana penelitian itu dilaksanakan. Penelitian adalah kegiatan untuk mengumpulkan, mengklasifikasikan dan menginventarisikan data. Metode penelitian menurut Nasir (1998 : 51) adalah mempunyai fungsi untuk membantu penelitian yang dilakukan.

A. JENIS PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif, dengan objek penelitian adalah organisasi, yaitu Badan Pengelola Keuangan dan Asset Daerah Kabupaten Trenggalek, dengan cara pendekatan kualitatif. Pendekatan deskriptif dilakukan untuk menggambarkan secara tepat sifat-sifat dan keadaan.

Singarimbun (1985 : 3) menggolongkan penelitian ke dalam tiga tipe, yaitu penelitian penjajakan (*exploratif*), penelitian penjelasan (*explanatory atau eanfimatori research*), penelitian deskriptif. Penelitian penjajakan merupakan langkah awal untuk penelitian yang lebih mendalam, baik penelitian explanatory maupun penelitian deskriptif. Penelitian penjajakan merupakan penelitian yang

menyoroti hubungan antar variabel dan pengujian hipotesa. Sedangkan penelitian deskriptif mempunyai dua tujuan utama, yang pertama untuk mengetahui perkembangan sarana fisik tertentu dan yang kedua untuk mendeskripsikan secara terperinci fenomena sosial tertentu.

Kemudian Bagdan dan Taylor (dalam Moleong, 2000 : 3) mendefinisikan metode kualitatif sebagai berikut :

Metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif, berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang yang berperilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tertentu secara holistic (utuh). Jadi dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi kedalam variabel atau hipotesis. Tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan.

Sementara itu Milles dan Huberman (1992 : 12) mengungkapkan bahwa :

Data kualitatif merupakan sumber dari deskriptif yang luas dan berlandaskan kokoh, serta berisi penjelasan tentang terjadinya proses dalam lingkup setempat. Dengan data kualitatif kita dapat mengikuti dan memahami laur peristiwa secara kronologis menilai sebab akibat dari lingkup pikiran orang-orang setempat dan memperoleh penjelasan yang banyak dan bermanfaat. Dan data kualitatif dapat membimbing untuk memperoleh penemuan-penemuan yang tak terduga sebelumnya. Guna membentuk kerangka teoritis baru, data tersebut membantu untuk melangkah lebih jauh dari praduga dan kerangka kerja awal.

Kemudian Nasir (1988 : 63) mendefinisikan metode deskriptif dengan mengatakan bahwa

Metode deskriptif adalah suatu metode dalam penelitian suatu kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu pemikiran atau suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang di selidiki.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan cara pendekatan kualitatif. Dengan metode penelitian ini akan lebih memudahkan penulis dalam melakukan penelitian, karena dapat memberikan gambaran yang jelas dan berhubungan dengan masalah yang akan diteliti.

B. FOKUS PENELITIAN

Fokus penelitian merupakan cara yang ditempuh oleh peneliti dalam memfokuskan penelitian yang dilakukan.

Menurut Faisal (1994 : 4), fokus penelitian adalah penelitian awal yang dipilih untuk meneliti bagaimana memfokusnya. Dalam penelitian kualitatif menghendaki batasan dalam penelitian atas dasar fokus yang timbul sebagai masalah dalam penelitian atau dengan kata lain fokus sangat penting artinya untuk menentukan batasan penelitian yang akan dilakukan. Sehingga akan memperjelas batasan dan mempertajam pemahaman. Penelitian yang dilakukan untuk mengetahui pelaksanaan pemungutan pajak reklame dan strategi yang digunakan oleh Badan Pengelola Keuangan dan Asset Daerah untuk mengoptimalkan pendapatan yang

diperoleh dari sektor pajak reklame sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah. Untuk menghindari pembiasan dan pelebaran pembahasan, maka fokus penelitian dalam penelitian ini adalah :

1. Strategi yang ditempuh BPKAD dalam meningkatkan pendapatan pajak reklame
 - a. Strategi yang digunakan BPKAD dalam pengelolaan pajak reklame.
 - 1) Intensifikasi
 - a) Peningkatan Efektifitas Pemungutan Pajak Reklame
 - b) Sosialisasi Peraturan Daerah Kepada Masyarakat
 - c) Intensifikasi Penagihan Pajak Reklame
 - 2) Ekstensifikasi Melalui Perluasan Objek Pajak Reklame
 - b. Strategi kerjasama dengan instansi pemerintah terkait dalam hal perijinan dan penagihan pajak reklame.
2. Faktor yang mempengaruhi penerimaan pendapatan pajak reklame di Kabupaten Trenggalek.
 - a. Sistem dan Prosedur Pendaftaran dan Pemungutan Pajak Reklame
 - b. Kemampuan Aparat Pelaksana
 - c. Pengawasan terhadap Petugas Pengelola Pajak Reklame
 - d. Sanksi terhadap Wajib Pajak maupun Petugas Pengelola Pajak, jika terjadi suatu pelanggaran
3. Tingkat keberhasilan strategi pengelolaan Pajak Reklame dalam peningkatan Pendapatan Asli Daerah mulai dari tahun 2002-2004.

C. LOKASI DAN SITUS PENELITIAN

Lokasi penelitian adalah tempat atau daerah atau wilayah atau lembaga diadakannya suatu penelitian, sedangkan situs penelitian adalah objek yang akan dilakukan suatu penelitian. Penelitian ini akan berlokasi pada Kantor Pemerintah Daerah Kabupaten Trenggalek. Karena, peneliti ingin lebih mengerti sistem pendapatan daerah dari pajak reklame di daerah asalnya, dengan situs penelitian pada Badan Pengelola Keuangan dan Asset Daerah Kabupaten Trenggalek JL. KH. Wachid Hasyim No. 5 Trenggalek dan beberapa instansi terkait, antara lain Badan Pusat Statistik.

D. SUMBER DAN JENIS DATA

Sumber data adalah asal atau sumber diperolehnya suatu data yang diperlukan dalam suatu penelitian oleh seorang peneliti.

Ada dua jenis data antara lain :

1. Data Primer

Data primer atau data pokok adalah data yang diperoleh peneliti langsung dari sumbernya. Data primer diperoleh dengan cara melakukan wawancara langsung dan pengambilan data-data yang berhubungan dengan penelitian. Sumber data primer antara lain berasal dari Badan Pengelola Keuangan dan Asset Daerah Kabupaten Trenggalek dan berbagai pihak yang memberikan data yang berkaitan dengan penelitian. Sumber data primer berasal dari hasil wawancara dengan

Kepala BPKAD dan staf-staf dari instansi, serta pihak-pihak yang langsung memberikan data informasi kepada peneliti.

2. Data Sekunder

Data sekunder atau data pendukung adalah semua data yang diperoleh peneliti dari sumber lain, tanpa langsung terjun langsung ke objek penelitian. Biasanya data sekunder telah disiapkan oleh badan-badan atau orang-orang yang terkait dengan masalah tersebut, misalnya Badan Pengelola Keuangan dan Asset Daerah, Badan Pusat Statistik dan pihak lain yang terkait.

E. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Menurut Arikunto (1998 : 134) teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Untuk memperoleh data yang diperlukan, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu:

1. *Interview*

Yaitu pengumpulan data dimana penulis berhadapan langsung dengan narasumber untuk mendapatkan informasi sesuai dengan data yang dibutuhkan oleh peneliti dan berkaitan dengan judul penelitian, baik interview secara struktur maupun tidak terstruktur.

Interview / wawancara yang dilakukan peneliti melibatkan :

- a. Kepala Bagian Pendapatan BPKAD
- b. Kepala Sub Bagian Penetapan BPKAD
- c. Staff / pegawai BPKAD
- d. Humas Sekretariat Pemkab Trenggalek

e. Kepala Satpoll PP Kab. Trenggalek,

Dan pihak-pihak terkait, misalnya masyarakat Kabupaten Trenggalek sendiri

2. *Observasi*

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan jalan mengamati secara langsung terhadap objek penelitian, misalnya aktifitas dan kondisi yang terjadi pada objek yang diteliti. Observasi dilakukan untuk melengkapi dan mendukung data yang diperoleh dari teknik interview dan dokumentasi. Observasi pada umumnya dilakukan di lingkup BPKAD, terutama pada bagian bidang pendapatan pajak, serta pengamatan di tempat-tempat yang terpasang reklame. Misal, toko, warung, pinggir jalan, dll.

3. *Dokumentasi*

Yaitu pengumpulan data dengan cara mengumpulkan bahan dari buku laporan, peraturan-peraturan (perda) serta dokumen tertulis dari pendapat para ahli dari berbagai tulisan ilmiah.

F. INSTRUMEN PENELITIAN

Instrumen penelitian digunakan untuk mendukung kelancaran dalam pencarian data. Dengan kata lain instrumen penelitian adalah alat yang diperlukan dalam melakukan suatu penelitian. Arikunto (1998 : 134) menyatakan, bahwa instrumen penelitian diartikan sebagai alat bantu, merupakan sarana yang dapat diwujudkan berupa benda, misalnya : angket, daftar cocok atau pedoman wawancara, lembar pengamatan atau panduan pengamatan, soal test, skala dan lain-lain.

Instrumen yang digunakan antara lain :

1. *Instrumen Guide*

Adalah serangkaian pertanyaan yang hendak ditanyakan pada pihak yang terkait dari sumber data dalam penelitian. Tujuannya agar wawancara yang dilakukan sesuai dengan topik yang ditetapkan.

2. *Field Note*

Merupakan catatan sistematis yang disusun berdasarkan temuan-temuan di lapangan pada saat penelitian.

3. *Peneliti Sendiri*

Dimana peneliti sendiri yang dijadikan instrumen, kerana peneliti sekaligus sebagai perencana, pelaksana, dan pengumpul data.

G. ANALISIS DATA

Analisis data adalah proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang mudah dibaca dan di inteprestasikan. Dari data yang diperoleh pada waktu penelitian, kemudian dilakukan analisa agar data dapat di sajikan dalam bentuk yang sederhana dan jelas. Sehingga, lebih mudah di inteprestasikan untuk menjawab permasalahan yang ada.

Analisis data menurut Miles dan Hubburman (1992 : 16) terdiri atas beberapa tahap, antara lain :

1. Reduksi Data

Terdiri atas proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan dan abstraksi data-data kasar yang terdapat pada catatan tertulis pada saat penelitian.

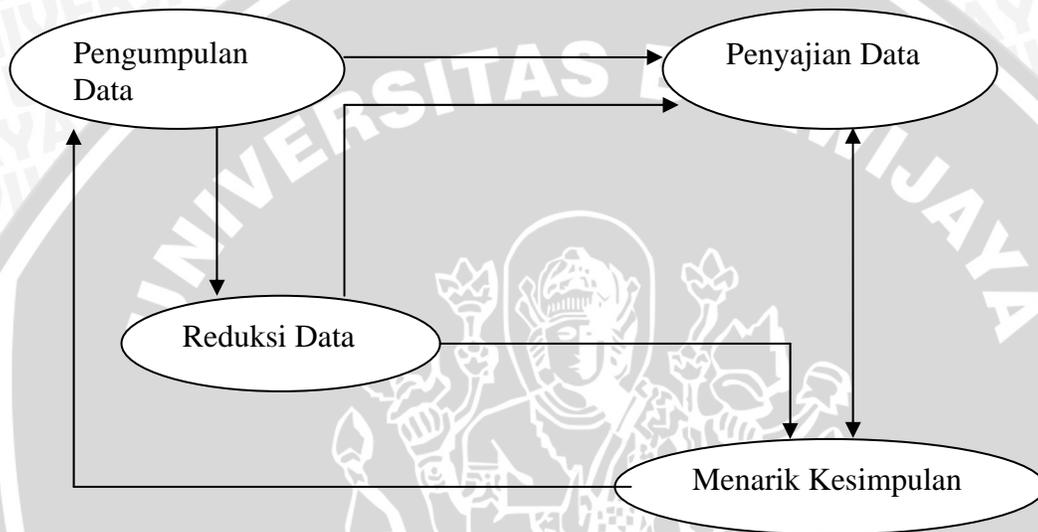
2. Penyajian Data

Merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

3. Menarik Kesimpulan

Adalah membuat suatu kesimpulan sementara yang dijadikan bekal dalam pelaksanaan penelitian. Kesimpulan juga diferifikasikan selama penelitian.

Prosedur analisis dilakukan dengan tiga fase tersebut digambarkan oleh Miles dan Hubburman (1992 : 20) yang disebut sebagai “ model interaktif “, seperti digambarkan sebagai berikut :



Sumber : Miles dan Hubburman 1992

H. KEABSAHAN DATA

Kemudian untuk mengetahui derajat kepercayaan data dan untuk melakukan pemeriksaan terhadap data secara cermat diperlukan teknik pemeriksaan keabsahan data. Kemudian Husain dan Akbar (2001 : 173) membagi menjadi empat kriteria, yaitu :

1. Kepercayaan (*Credibility*), merupakan penyesuaian antara konsep peneliti dan konsep responden.
 - a) Memperpanjang masa penelitian
 - b) Triagulasi yaitu memeriksakan kebenaran data kepada pihak-pihak lain yang dapat dipercaya
 - c) Mendiskusikan dengan teman seprofesi atau ahli, misalnya dosen pembimbing
 - d) Menggunakan *member check* yaitu memeriksa kembali informasi dari hasil wawancara dengan mengadakan wawancara ulang
2. Keteralihan (*Transferability*) adalah apabila hasil penelitian kualitatif itu dapat digunakan atau diterapkan dalam kasus atau situasi lain.
3. Kebergantungan (*Dependability*) ialah apabila hasil penelitian memberikan hasil yang sama dengan penelitian yang diulangi oleh pihak lain.
4. Kepastian (*Confirmability*) yaitu untuk memeriksa data serta penafsirannya.

Berdasarkan kutipan tersebut, dapat diketahui bahwa penelitian kualitatif dikatakan ilmiah jika semua persyaratan terpenuhi.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. HASIL PENELITIAN

1. Gambaran Umum lokasi Penelitian

a. Kabupaten Trenggalek

1). Keadaan Geografis

Kabupaten Trenggalek merupakan salah satu wilayah di Propinsi Jawa Timur yang terletak pada ketinggian 0-690 meter diatas permukaan laut dan terletak pada koordinat 111,24 derajat hingga 112,11 derajat Bujur Timur dan 70,63 hingga 80,34 Lintang Selatan, dengan batas-batas sebagai berikut :

- Sebelah Utara : berbatasan dengan Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Ponorogo
- Sebelah Timur : berbatasan dengan Kabupaten Tulungagung.
- Sebelah Selatan : berbatasan dengan Samudra Indonesia.
- Sebelah Barat : berbatasan dengan Kabupaten Ponorogo dan Kabupaten Pacitan.

Luas wilayah Kabupaten Trenggalek adalah 126.140 Ha atau 1.261,40 Km² sebagian besar terdiri dari tanah pegunungan dengan luas meliputi 2/3 bagian luas wilayah. Sedangkan sisanya (1/3 bagian) merupakan tanah dataran rendah.

Kabupaten Trenggalek terbagi menjadi 14 Kecamatan dan 157 Desa. Hanya sekitar 4 Kecamatan yang mayoritas desanya daratan, yaitu : Kecamatan Trenggalek, Kecamatan Pogalan, Kecamatan Tugu dan Kecamatan Durenan. Sedangkan 10 kecamatan lainnya mayoritas desanya berupa pegunungan.

Iklim, lokasi Kabupaten Trenggalek berada di sekitar garis khatulistiwa, maka seperti kabupaten-kabupaten lainnya di Jawa Timur yang mempunyai perubahan iklim sebanyak 2 jenis setiap tahunnya, yakni musim kemarau dan musim penghujan. Bulan September-April merupakan musim penghujan, sedangkan musim kemarau terjadi pada bulan Mei-Agustus.

Kabupaten Trenggalek memiliki panjang pantai mencapai ± 96 km yang tersebar di 3 kecamatan, yaitu Kecamatan Watulimo, Panggul, dan Munjungan. Salah satu pantainya yang terbesar adalah pantai Prigi memiliki luas ZEE (Zona Eksklusif Economic) seluas 35.558 Km^2 dengan tingkat eksploitasi sekitar $\pm 12,50 \%$, dengan beroperasinya PPN (Pantai Pelabuhan Nusantara).

Kemudian dilihat dari penggunaan tanah di wilayah Kabupaten Trenggalek, terlihat paling banyak adalah Hutan Negara yaitu hampir 49% dari wilayah Kabupaten. Sedangkan dari wilayah hutan tersebut terdapat lahan kritis, dengan total luas wilayah hutan 61.340 Ha terdapat 17.049 Ha lahan kritis, yang merupakan wilayah terbangun dan yang baru terbangun saat ini. Lahan ini merupakan wilayah tambahan pembangunan yang sebelumnya belum terbangun atau kosong. Di dalam

wilayah ini terdapat pembangunan perumahan maupun industri pengolahan, yang setiap tahun mengalami peningkatan.

Adapun luas wilayah Kabupaten Trenggalek apabila diperinci masing-masing kecamatan adalah :

Tabel 1
Luas Wilayah Kabupaten Trenggalek
Dirinci Menurut Kecamatan Tahun 2004

No	Nama Kecamatan	Luas Wilayah (Ha)
1	Panggal	13.156
2	Munjungan	15.480
3	Watulimo	15.444
4	Kampak	7.900
5	Dongko	14.120
6	Pule	11.812
7	Karangan	5.092
8	Gandusari	5.496
9	Durenan	5.716
10	Pogalan	4.180
11	Trenggalek	6.116
12	Tugu	7.472
13	Bendungan	9.084
14	Suruh	5.072
Jumlah		126.140

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Trenggalek 2004

Luas wilayah berdasarkan Tabel I dimanfaatkan oleh masyarakat untuk berbagai kepentingan, seperti perumahan, pendidikan, pertanian, perkantoran, pertokoan, perhotelan, tempat hiburan, pasar, serta untuk jalan dan fasilitas umum lainnya. Pada Peraturan Daerah No. 15 Tahun 2003, telah dicantumkan tentang kriteria jalan untuk memasang pajak reklame yang menentukan besarnya tarif pajak reklame. Kebanyakan reklame hanya dipasang pada jalur-jalur padat di dalam kota, maka perlu pengembangan lebih lanjut untuk tempat pemasangan reklame yang strategis, misalnya dengan membangun tiang-tiang pancang reklame di jalan alternatif lain dan di tempat-tempat pariwisata. Kegiatan ini merupakan usaha memanfaatkan luas wilayah Kabupaten Trenggalek untuk meningkatkan pendapatan dari pajak reklame.

2). Keadaan Demografis

Jumlah penduduk Kabupaten Trenggalek sebanyak 679.248 jiwa, yang terdiri atas 338.096 penduduk laki-laki dan 341.152 penduduk perempuan. Tingkat kepadatan penduduk Kabupaten Trenggalek mencapai 538 jiwa per Km² dengan rata-rata pertumbuhan penduduk 0,30% per tahun pada 2003/2004.

Untuk mengetahui jumlah penduduk tiap kecamatan dapat diketahui dari tabel 2 di bawah berikut ini :

Tabel 2
Jumlah Penduduk Tiap Kecamatan
Di Kabupaten Trenggalek Tahun 2004

NO	Nama Kecamatan	Jenis Kelamin		Jumlah	Kepadatan Penduduk (Km ²)
		Laki-Laki	Perempuan		
1	Panggul	37.131	38.527	75.658	574
2	Munjungan	23.186	23.430	46.616	301
3	Watulimo	30.902	30.264	61.166	395
4	Kampak	17.955	17.795	35.750	451
5	Dongko	30.849	31.339	62.188	438
6	Pule	25.429	25.788	51.217	4333
7	Karangan	21.711	21.774	43.485	851
8	Gandusari	24.009	23.991	48.000	870
9	Durenan	23.249	24.397	47.646	832
10	Pogalan	23.522	23.295	46.817	1.117
11	Trenggalek	30.996	31.328	62.324	1.018
12	Tugu	22.721	23.535	46.256	619
13	Bendungan	13.634	13.107	26.741	290
14	Suruh	12.802	12.582	25.384	497
Jumlah		338.096	341.152	679.248	538

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Trenggalek

Jumlah penduduk terbesar berada pada Kecamatan Panggul, yang kemudian diikuti oleh Kecamatan Trenggalek dan Kecamatan Watulimo. Jumlah penduduk

yang besar merupakan modal dalam pembangunan sebagai sumber tenaga kerja dan tingkat konsumsi yang tinggi. Tingkat konsumsi yang tinggi merupakan peluang bagi industri dan sektor jasa untuk memasarkan produknya. Reklame sebagai salah satu media untuk mengenalkan produk dan jasa kepada konsumen mempunyai kesempatan untuk bersaing dengan media lain, misalnya media cetak, radio dan televisi. Semakin besar masyarakat melihat, membaca, dan mengetahui reklame yang dipasang, maka semakin mengenalkan produknya kepada masyarakat.

3). Keadaan Perekonomian

Sektor ekonomi adalah sektor yang memberi kontribusi paling dominan terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), berdasarkan hasil perhitungan distribusi presentase PDRB (harga berlaku tahun 2004) adalah sektor industri pengolahan dengan kontribusi sebesar 5,83% sektor perdagangan, hotel, dan restoran sebesar 19,01% dan jasa 17,87%, berdasarkan perhitungan distribusi presentasi PDRB atas harga konstan dibanding dengan tahun sebelumnya.

Penggolongan sektor primer yang mencakup sektor pertanian dan sektor pertambangan dan penggalan berdasarkan perhitungan distribusi presentase PDRB atas dasar harga berlaku memberikan kontribusi terhadap PDRB sebesar 39,31%. Sektor sekunder (industri, listrik, air bersih, bangunan) sebesar 11,84%, dan sektor tersier (perdagangan, angkutan dan transportasi), sektor keuangan, persewaan dan jasa perusahaan serta jasa-jasa sebesar 48,85 %. Melalui perhitungan distribusi

presentasi atas dasar harga konstan dapat dibandingkan besar peranan masing-masing kelompok sektor dengan tahun sebelumnya. Terlihat sektor primer terdiri atas 35,65 % pada tahun 2003 kemudian turun menjadi 35,35 % pada tahun 2004. Sektor sekunder dari 11,63 % tahun 2003 naik menjadi 11,98 % pada tahun 2004. jika diperhitungkan besar naik turunnya angka presentasi pada setiap komposisinya nampak berbeda dan relatif kecil.

Sektor yang mendorong pertumbuhan PDRB tahun 2004 berasal dari sektor ekonomi, listrik, gas dan air bersih mempunyai pertumbuhan paling tinggi sebesar 7,55%. Kemudian peringkat kedua sektor industri pengolahan sebesar 6,85%, selanjutnya pertumbuhan di sektor lainnya relatif tipis dan bergerak pada kisaran 2,33% sampai dengan 6,37%. Perkembangan PDRB atas dasar berlakunya dari tahun 1993-2004 mengalami kenaikan 3% pertahun. Nilai nominal untuk tahun 2003 mencapai sebesar 1.340,51 milyar rupiah, sedang berdasarkan harga konstan dari tahun 1993 sampai tahun 2004 mengalami kenaikan rata-rata 3,5% pertahun dengan nilai riil untuk tahun 2004 sebesar 586,3 milyar rupiah.

Berdasarkan data PDRB (harga konstan tahun 2004) laju pertumbuhan ini cukup berarti untuk menggerakkan roda perekonomian di Kabupaten Trenggalek. Dengan meningkatkan sektor pertanian yang menyumbangkan PDRB terbesar Trenggalek sebesar 38 %, serta peningkatan pada sektor perdagangan, hotel dan restoran.

4). Sektor Pendidikan

Sumber daya manusia memegang peranan penting terhadap perkembangan kehidupan bangsa. Sehingga pembangunan di bidang pendidikan merupakan bagian mutlak dari pembangunan. Bila dilihat dari perkembangannya, jumlah murid sekolah dasar cenderung mengalami penurunan. Murid sekolah dasar pada tahun 2004/2005 mengalami penurunan sebesar 2,4% jika dibandingkan dengan tahun ajaran 2003/2004. Jumlah guru yang mengajar SD mengalami kenaikan 1,8%, karena presentasi penurunan dan kenaikan seimbang, maka rasio antara murid dan guru relatif tetap, jika dibandingkan dengan tahun ajaran sebelumnya yaitu seorang guru menangani 22 orang murid.

Keadaan pengajar guru pada tingkat SMP tahun 2004/2005 mengalami penurunan sebesar 1,57% dibanding dengan tahun ajaran sebelumnya. Demikian juga untuk jumlah murid mengalami penurunan sebesar 1,13%. Keadaan ini mengakibatkan beban mengajar guru terhadap murid mengalami perubahan walaupun kecil. Pada tahun 2003/2004 beban mengajar sebesar 1,5% dan tahun 2004/2005 sebesar 0,19%.

Bila ditinjau keadaan pendidikan pada jenjang SMU jumlah guru mengalami kenaikan sebesar 1,14 % dibanding tahun ajaran sebelumnya. Jumlah murid mengalami kenaikan sebesar 1,0% dibandingkan dengan tahun ajaran sebelumnya, dan mengakibatkan rasio antara guru dan murid mengalami penurunan dari seorang guru untuk 9 murid pada tahun 2003/2004 menjadi satu guru untuk 8 murid pada

tahun 2004/2005. Pada jenjang perguruan tinggi, dari 5 perguruan tinggi di Kabupaten Trenggalek telah mewisuda 300 lebih mahasiswa pada tahun 2004/2005.

b. Gambaran Umum Badan Pengelola Keuangan dan Asset Daerah

Badan Pengelola Keuangan dan Asset Daerah Kabupaten Trenggalek di bentuk atas dasar Peraturan Pemerintah Nomor 6 Tahun 2003, dimana mempunyai kedudukan sebagai unsur pelaksanan tekhnis pemerintah Kabupaten Trenggalek bidang Pengelola Keuangan dan Asset Daerah. Sedangkan tugas dan fungsinya dituangkan dalam Keputusan Bupati Trengalek Nomor 811 Tahun 2003, tentang Penjabaran Tugas dan Fungsi Badan Pengelola Keuangan dan Asset Daerah Kabupaten Trenggalek.

1). Tugas Pokok dan Fungsi

Rencana Pembangunan Jangka Menengah Satuan Kerja Perangkat Daerah yang selanjutnya disebut SKPD adalah dokumen perencanaan satuan kerja perangkat daerah untuk periode 5 (lima) tahun mendatang, merupakan proses secara sistematis yang berkelanjutan dari pembuatan keputusan yang beresiko dengan memanfaatkan sebanyak-banyaknya pengetahuan antisipatif, mengorganisasikan secara sistematis usaha-usaha melaksanakan keputusan keputusan dan mengukur hasilnya melalui umpan balik yang teroganisir dan sistematis.

Sesuai dengan Peraturan Daerah Nomor 5 Tahun 2003 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Badan Pengelola Keuangan dan Asset Daerah Kabupaten Trenggalek mempunyai fungsi yang tidak dapat dilepaskan dari upaya peningkatan Pendapatan Asli Daerah, sebagai berikut :

1. Melakukan perumusan kebijaksanaan teknis pemberian bimbingan dan pembinaan koordinasi teknis dan tugas-tugas lain yang diserahkan oleh Kepala Daerah kepadanya sesuai dengan peraturan per undang-undangan yang berlaku.
2. Melakukan pendataan dan pendaftaran Wajib Pajak Daerah (WPD) dan Wajib Retribusi Daerah (WRD).
3. Membantu melakukan pekerjaan pendataan objek dan subjek PBB yang dilakukan oleh Direktorat Jendral Pajak atau Direktorat PBB dalam hal menyampaikan dan menerima kembali Surat Pemberitahuan Objek Pajak (SPOP).
4. Melakukan penetapan besarnya Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
5. Membantu menyampaikan Surat Pemberitahuan Pajak Terhutang (SPPT). Surat Ketetapan Pajak (SKP), surat tanda pembayaran dan sarana administrasi PBB lainnya yang diterbitkan oleh Dirjen Pajak kepada Wajib Pajak serta membantu melakukan penyampaian Daftar Himpunan Pokok Pajak (DHPP) PBB yang dibuat oleh Dirjen Pajak kepada Petugas Pemungut PBB yang dibawah pengawasannya.

6. Melakukan pembukuan dan pelaporan atas pemungutan dan penyetoran pajak daerah (Retribusi Daerah) serta pendapatan daerah lainnya.
7. Melakukan Koordinasi dan Pengawasan atas penagihan Pajak Daerah (Retribusi Daerah) dan Penerimaan Asli Daerah lainnya serta penagihan PBB yang dilimpahkan oleh Menteri Keuangan kepada daerah.
8. Melakukan tugas Perencanaan dan Pengendalian Operasional di bidang pendataan, penetapan, dan penagihan, Pajak Daerah, Retribusi Daerah, Penerimaan Asli Daerah dan PBB.
9. Melakukan penyuluhan mengenai Retribusi Daerah dan Pendapatan Daerah lainnya serta PBB.
10. Melakukan Urusan Tata Usaha.

2). Struktur Organisasi Badan Pengelola Keuangan dan Asset Daerah

Suatu organisasi baik pemerintah maupun swasta memerlukan struktur yang dapat menunjang kelancaran mekanisme kerja dan usaha pencapaian tujuan organisasi tersebut. Dengan struktur organisasi lebih memudahkan pembagian tugas dan fungsi sesuai dengan jabatan dan kemampuan pegawai yang bersangkutan.

Berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 5 Tahun 2003, disusun struktur organisasi Balai Pengelola Keuangan dan Asset Daerah sebagai berikut :

- a. Kepala Pengelola Keuangan dan Asset Daerah
- b. Bagian Tata Usaha terdiri dari :

- 1) Sub Bagian Umum dan Perencanaan
 - 2) Sub Bagian Keuangan
 - 3) Sub Bagian Kepegawaian
- c. Bidang Pendapatan terdiri dari :
- 1) Sub Bidang Pendataan dan Pendaftaran
 - 2) Sub Bidang Penetapan
 - 3) Sub Bidang Penagihan
 - 4) Bidang Asset terdiri dari :
 - 1) Sub Bidang Analisa Kebutuhan dan Pengadaan
 - 2) Sub Bidang Pemanfaatan dan Penggunausahaan
 - 3) Sub Bidang Inventarisasi dan Akuisisi
- e. Bidang Penyusunan Anggaran dan Belanja terdiri dari :
- 1) Sub Bidang Penyusunan Anggaran
 - 2) Sub Bidang Perbendaharaan Umum
 - 3) Sub Bidang Perbendaharaan Gaji
- f. Bidang Verifikasi dan Pembukuan terdiri dari :
- 1) Sub Bidang Verifikasi
 - 2) Sub Bidang Pembukuan dan Pelaporan Pendapatan
 - 3) Sub Bidang Pembukuan dan Pelaporan Belanja
- g. Kelompok Jabatan Fungsional
- h. Unit Pelaksana Teknis (UPT) Badan terdiri dari :

- 1) Unit Pelaksana Teknis Badan di Trenggalek
- 2) Unit Pelaksana Teknis Badan di Durenan
- 3) Unit Pelaksana Teknis Badan di Karangn
- 4) Unit Pelaksana Teknis Badan di Panggul
- 5) Unit Pelaksana Teknis Badan di Kampak

Badan Pengelola Keuangan dan Asset Daerah Kabupaten Trenggalek

didukung oleh pegawai sebanyak 208 orang yang terdiri dari :

a. Pegawai Negeri Sipil : 115 orang

b. Tenaga Kontrak/Honor : 93 orang

Ditinjau dari tingkat pendidikan terdiri :

a. Pasca Sarjana : 7 orang

b. Sarjana Strata I : 29 orang

c. Sarjana Muda : 3 orang

d. SLTA Sederajat : 58 orang

e. SLTP Sederajat : 4 orang

f. SD : 14 orang

Ditinjau dari tingkat jabatan, baik sebagai pejabat struktural maupun nonstruktural

adalah :

a. Pejabat Struktural Eselon II/B : 1 orang

b. Pejabat Struktural Eselon III/A : 5 orang

c. Pejabat Struktural Eselon IV/A : 20 orang

- d. Pejabat Non Struktural (Staf) : 89 orang
- e. Tenaga Kontrak : 93 orang

Dari hasil kajian organisasi diatas diperoleh pertimbangan bahwa beban kerja Badan Pengelola Keuangan dan Asset Daerah Kabupaten Trenggalek seimbang dan dapat memberikan pelayanan optimal dengan rasio jumlah penduduk, luas wilayah, jumlah Wajib Pajak Daerah dan Retibusi Daerah. Dikatakan seimbang, karena jika dilihat dari 679.248 jiwa jumlah penduduk Kabupaten Trenggalek berbanding 208 jumlah keseluruhan pegawai BPKAD masih seimbang, sebab tidak semua penduduk sebagai wajib pajak. Apalagi pada wajib pajak dari pajak reklame hanya kalangan tertentu dari kelompok-kelompok usaha yang manjadi wajib pajaknya, jadi rasio 1 : 3300 antara pegawai dan penduduk masih akan menurun mengingat beberapa hal diatas.

2. Data Fokus Penelitian

1. Strategi Yang Ditempuh BPKAD Dalam Meningkatkan Pendapatan Pajak Reklame

a. Strategi Yang Digunakan BPKAD Dalam Pengelolaan Pajak Reklame

1). Intensifikasi

Intensifikasi pajak berarti usaha yang dilakukan agar dapat meningkatkan pendapatan dengan cara yang sungguh-sungguh dan memfokuskan pada pajak reklame itu sendiri. Intensifikasi ditempuh dengan meningkatkan potensi yang sudah

ada dengan cara-cara lain. Intensifikasi dalam pajak reklame yang paling sederhana adalah dengan melakukan perubahan tarif dan juga pengelolaan yang lebih didasarkan perkembangan situasi ekonomi saat ini. Namun diperlukan usaha-usaha lain agar dapat lebih mengintensifkan pendapatan daerah dari sektor pajak reklame antara lain :

(a). Peningkatan Efektifitas Pemungutan Pajak Reklame

Pemungutan pajak reklame diserahkan kepada BPKAD, sesuai dengan Keputusan Bupati Trenggalek Nomor 811 Tahun 2003, disebutkan bahwa Badan Pengelola Keuangan dan Asset Daerah adalah instansi yang ditunjuk sebagai pemungut pajak reklame. Untuk memperlancar pemungutannya ditunjuklah Humas Sekretariat Pemkab sebagai instansi yang memproses dan menerbitkan ijin.

Operasi pemungutan pajak reklame berdasarkan Kepmendagri No. 43 Tahun 1999 dan Peraturan Bupati Trenggalek No.14 tahun 2005 dapat dilakukan dengan dua cara, pertama wajib pajak membayar langsung kepada kas daerah atau bank yang ditunjuk dengan cara membayar sejumlah uang, bersama surat keterangan Pajak Daerah dan Surat Setor Pajak Daerah (SSPD Reklame) ke kas daerah atau bank yang ditunjuk. Bank memberikan surat setor kepada Wajib Pajak (WP), berdasarkan bukti setor bank melaporkan bahwa WP telah membayar pajak reklame kepada bendaharawan khusus penerimaan dan diproses lebih lanjut.

Cara kedua pembayaran pajak reklame dilakukan melalui Bendaharawan Khusus dengan alur : WP menyerahkan Surat Ketetapan Pajak Daerah satu lembar, Surat Sektor Pajak Daerah (5 lembar) beserta uang pajak reklame kepada Bendaharawan Khusus Penerima (BKP) selanjutnya Surat Setor Pajak Daerah (SSPD Reklame) oleh BKP didistribusikan kepada Seksi Penerbitan, Subdin Penagihan, Subdin Pembukuan, Subdin Perencanaan, dan Pengendalian Operasional, satu lembar untuk arsip dan membuat buku penerimaan pajak sejenis sebanyak tiga lembar, setiap bulan dan di distribusikan kepada Subdin Penagihan dan Subdin Pembukuan, satu lembar untuk arsip

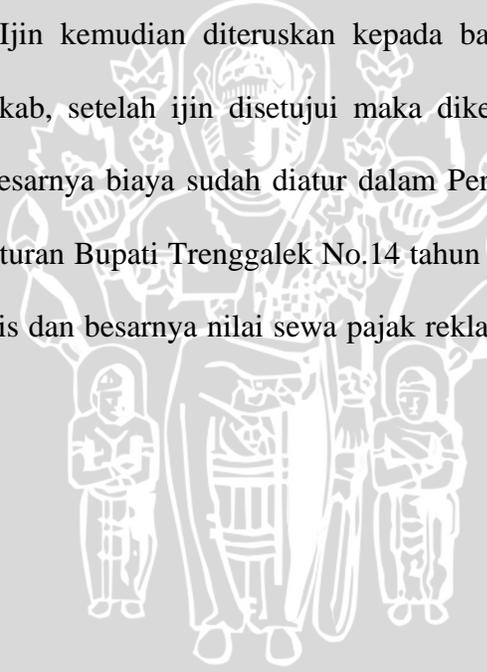
Berdasarkan SSPD Reklame Bendaharawan Khusus Pajak setiap hari membuat bukti stor bank sebanyak sembilan lembar dan beserta uang yang diterima perhari disetorkan ke bank atau kas daerah. Oleh bank atau kas daerah Bukti Setor Bank ditanda tangani dan difaliditasi sebanyak 6 lembar dikirimkan kembali ke BKP. Oleh BKP di distribusikan ke Kasi Penerbitan, Subdin Penagihan, Subdin Pembukuan, Subdin Perencanaan dan Pengendalian Operasional dan dua lembar sebagai arsip dan diproses lebih lanjut.

Pemrosesan ijin dan pendaftaran pemasangan reklame pada Sub Bidang Pendataan dan Pendaftaran BPKAD wajib pajak harus memenuhi persyaratan yang telah ditentukan. Syarat-syaratnya yaitu :

1. Pengisian formulir permohonan
2. Menyerahkan foto copy IMB reklame

3. Adanya gambar reklame sebanyak 2 x
4. Surat pernyataan tidak keberatan dari pemilik tempat, bermaterai Rp. 3000,00
5. Denah lokasi
6. Surat ijin tempat usaha/HO
7. FC NPWPD

Setelah semua persyaratan dipenuhi, maka akan diproses ijinnya oleh Seksi Pelayanan Penerimaan Ijin kemudian diteruskan kepada bagian Pemrosesan Ijin Humas Sekretariat Pemkab, setelah ijin disetujui maka dikeluarkan surat melalui Seksi Penerbitan Ijin. Besarnya biaya sudah diatur dalam Peraturan Daerah Nomor 15 Tahun 2003 dan Peraturan Bupati Trenggalek No.14 tahun 2005 untuk lebih jelas berikut tabel tentang jenis dan besarnya nilai sewa pajak reklame dan reklame tetap, antara lain :



Tabel 3
Nilai Sewa Reklame
Dasar Perhitungan Pajak Reklame
Reklame Permanen

No	Jenis Reklame	Masa Pajak	Nilai Strategis/M ²				Nilai Jual Objek Pajak (NJOP)M ²				Tarif per M ²	Keterangan
			Utama	A	B	C	Utama	A	B	C		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1	Papan Bersinar	1 Th	10.000	8000	7000	6000	160.000	150.000	145.000	140.000	25%	Papan Reklame memakai sinar lampu (setiap sisi)
2	Papan Nama/ Toko	1 Th	8000	7000	6000	5000	90.000	80.000	70.000	60.000	25%	Toko
3	Cat Dinding	1 Th	8000	7000	6000	5000	90.000	80.000	70.000	60.000	25%	Toko, Warung, dll
4	Papan Reklame Bertiang	1 Th	10.000	9000	8000	7000	100.000	90.000	80.000	70.000	25%	Setiap Sisi
5	Baliho	1 Th	10.000	9000	8000	7000	50.000	45.000	40.000	35.000	25%	Tidak termasuk sewa tanah
6	Neon Box	1 Th	10.000	8000	7000	6000	160.000	150.000	145.000	140.000	25%	Papan reklame berlampu

Sumber : Badan Pengelola Keuangan dan Asset Daerah Kabupaten Trenggalek

Tabel 4
Nilai Sewa Reklame
Dasar Perhitungan Pajak Reklame
Reklame Insidentil

No	Jenis Reklame	Masa Pajak	Nilai Strategis	Nilai Jual Objek Pajak	Tarif	Keterangan
			(Rp) / Satuan	(Rp) / Satuan	Per M ²	
1	Spanduk	1 Bulan	6000,-/ M ²	15.000,-/ M ²	25%	Tidak termasuk sewa atas tanah
2	Umbul-Umbul	1 Bulan	6000,-/ M ²	15.000,-/ M ²	25%	Tidak termasuk sewa atas tanah
3	Spanduk Layar Cover	1 Bulan	6000,-/ M ²	10.000,-/ M ²	25%	Reklame yang nempel di atas toko
4	Layar Tenda Toko	1 Bulan	5000,-/ M ²	10.000,-/ M ²	25%	Reklame yang dipasang dimuka toko tidak termasuk sewa atas tanah
5	Reklame Plastik Gantung	1 Bulan	300,-/ lbr	700,-/ lbr	25%	Per lembar
6	Poster Tempel/Stiker	1 Bulan	300,-/ lbr	700,-/ lbr	25%	Per lembar
7	Selebaran	1 Bulan	300,-/ lbr	700,- lbr	25%	Per lembar
8	Balon Udara	1 Minggu	75.000,-/ buah	1000.000,-/buah	25%	Per buah
9	Peragaan		-	30.000,-/ jam	-	Per jam
10	Timplate/Seng	1 Bulan	5000,-/ M ²	25.000,-/ M ²	25%	Per lembar (satu muka)

Sumber : Badan Pengelola Keuangan dan Asset Daerah Kabupaten Trenggalek

Dari tabel diatas sudah tercantum dengan jelas besarnya tarif perhitungan pajak reklame. Dasar perhitungan tarif pajak reklame tetap/permanen, ada dasar perhitungannya sendiri dan diatur dalam Perda No.15 tahun 2003.

Contoh :

Sebuah reklame berupa spanduk dengan masa pajak 1 bulan, spanduk itu dipasang di jalan Panglima Sudirman yang termasuk klasifikasi A. Badan Pengelola

Keuangan dan Asset Daerah Kabupaten Trenggalek akan menghitung berapa yang harus dibayar oleh Wajib Pajak Reklame yang bersangkutan akan disajikan sebagai berikut :

$$\begin{aligned}\text{Pajak} &= (\text{Nilai Strategis}/M^2 + \text{NJOP}/M^2) \times \text{Tarif} (\%) \\ &= (8000 + 150.000) \times 25\% \\ &= \text{Rp. } 3.950.000,-\end{aligned}$$

Intensitas pemungutan berhubungan dengan sistem dan prosedur pemungutan pajak reklame. Sistem dan prosedur yang berjalan sesuai dengan ketentuan, mencerminkan efektifitas pemungutan pajak reklame, dengan didukung faktor-faktor lain misalnya tersedianya sarana pendukung, sistem administrasi yang tertib dan sebagainya, tinggal bagaimana menentukan langkah untuk meningkatkan efektifitas pemungutan.

(b). Sosialisasi Peraturan Daerah Kepada Masyarakat

Sosialisasi perda kepada masyarakat dapat berarti mengenalkan dan memberitahu masyarakat khususnya wajib pajak bahwa ada peraturan yang mengatur masalah pajak reklame. Kondisi yang ada saat ini sebagian besar masyarakat belum mengetahui bahwa memasang reklame itu ada pajaknya dan bagaimana memproses ijin pemasangan reklame. Sosialisasi perda dapat pula dilakukan melalui kerja sama dengan pihak RT/RW setempat, dengan memberi keterangan kepada masyarakat tentang keberadaan suatu perda agar berjalan lancar, maka harus ditunjang dengan

pemberian sedikit biaya transportasi kepada Penyuluh Lapangan agar lebih giat bekerja. Seperti yang dikatakan Kepala Sub Bidang Penetapan Pajak Bapak Ratna,

“Sosialisasi Peraturan Daerah kepada masyarakat dilakukan dengan terjun langsung ke lapangan, dimana tiap toko/tempat usaha dimasuki untuk memberikan penyuluhan langsung, dan pemberian selebaran dan brosur kepada masyarakat dan untuk memantapkan program sosialisai Perda terlebih dahulu dibuat materi sosialisasi dan pembuatan spanduk yang dipasang di lapangan”. (Hasil wawancara 21 Desember 2005, di ruang kerjanya).

Dari wawancara diatas usaha lain yang ditempuh oleh BPKAD dalam menangani masalah ini antara lain, dengan mengadakan penyuluhan kepada masyarakat, pembuatan selebaran, brosur yang dibagikan kepada masyarakat dan pembuatan spanduk yang dipasang di beberapa ruas jalan. Dan, sosialisasi yang dilakukan dengan masuk ke toko-toko secara langsung.

Hasil wawancara diatas tersebut, juga dibenarkan pernyataan dari ketua RT 12 Kelurahan Ngantru Kabupaten Trenggalek Bapak M. Soepadi,

“Beberapa bulan yang lalu pihak pemkab Trenggalek melalui BPKAD pernah mengundang saya selaku ketua RT 12, untuk diikutkan dalam pertemuan sosialisasi perda pajak di kelurahan Ngantru dan dengan beberapa ketua RT lainnya, kami diikutkan memberikan pengertian dan menyebarkan brosur kepada wajib pajak, ke toko-toko atau ke tempat-tempat usaha masyarakat yang lain”. (Hasil wawancara 12 April 2006 di rumahnya).

Sosialisasi perda yang melibatkan ketua RT diatas ke toko-toko, juga dibenarkan pernyataan dari salah satu pemilik toko Basuki Elektro Edi Gunawan di Jl. Pang. Sudirman Trenggalek,

“Toko saya pernah mendapatkan penyuluhan dan pengertian dari pegawai BPKAD dibantu dengan ketua RT sini sekitar awal tahun 2006 ini, mengenai tata cara pembayaran pajak menurut perda yang berlaku, bagaimana cara pendaftaran dan pembayaran pajak yang benar dan saya juga diberi foto copy dari perda yang berlaku serta tata cara pendaftaran dan pembayaran pajak”. (Hasil wawancara pada 22 April 2006 di tokonya).

Dari hasil beberapa wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa sosialisasi Peraturan Daerah perlu dilakukan agar masyarakat mengetahui bahwa memasang pajak reklame itu memerlukan ijin dan ada pajaknya, walaupun reklame itu dipasang dalam ruangnya sendiri. Dengan sosialisasi perda, masyarakat akan tahu bagaimana sistem dan prosedur pemasangan reklame, berapa tarifnya dan instansi yang berhubungan dengan pajak reklame, yang akan menambah pengetahuan masyarakat dan kesadaran masyarakat untuk membayar pajak

(c). Intensifikasi Penagihan Pajak Reklame

Penagihan pajak reklame merupakan proses penting, penagihan dapat dilakukan langsung kepada pemasang liar yang belum melakukan ijin, juga pada reklame yang sudah mati untuk diperpanjang, serta reklame yang dipasang dalam ruangan. Tim Penagihan terdiri atas 3 instansi yaitu BPKAD, Humas Sekretariat Pemkab dan Satpol PP.

Tim penagihan yang terdiri dari wakil tiga instansi, menurunkan tim ke lapangan dan mendatangi wajib pajak yang sudah mati masa reklamennya dan pemasangan reklame liar. Dalam setiap proses ini, kerjasama tiga instansi yang

terbentuk akan semakin mengintensifkan kerja dan volume penagihan yang dilakukan, sehingga berdampak pada semakin meningkatnya pendapatan dari pajak reklame dan semakin menambah kesadaran masyarakat untuk membayar pajak.

Dengan dibentuknya tim penagihan yang terdiri atas tiga instansi, semakin menekan terjadinya kebocoran dana yang dilakukan oleh petugas penagihan ditempat. Peluang melakukan manipulasi data oleh petugas lapangan cukup besar.

Seperti yang dikatakan Kepala Sub Bidang Penetapan Pajak Bapak Ratna,

“Kemungkinan terjadinya kebocoran dana penagihan di tempat cukup besar. Namun setelah dibentuk tim penagihan yang terdiri atas tiga instansi yang berbeda yakni BPKAD, Humas Sekretariat Pemkab dan Satpol PP, peluang kebocoran dana itu dapat diminimalisirkan”. (Hasil wawancara 18 Januari 2006, di ruang kerjanya).

Selain dari pernyataan tersebut diatas, didukung dengan pernyataan dari Humas Sekretariat Pemkab Bapak Sumantri,

“Kerjasama yang kami lakukan dengan BPKAD dan Satpol PP dalam penagihan dan penertiban pajak, memang cukup besar risikonya terjadi kebocoran dana, tapi kami sebagai pihak intern dari Pemkab tidak akan membiarkan terjadinya kebocoran dana terus-menerus, karena hal tersebut akan mengurangi pendapatan daerah sebagai modal pembangunan Kabupaten Trenggalek”. (Hasil wawancara 22 Maret 2006, di ruang kerjanya).

Dari wawancara diatas, kebocoran dana dilapangan dapat berkurang dengan adanya pengawasan yang dilakukan oleh tiga instansi, dan penagihan di tempat dilakukan untuk menambah pendapatan dari pajak reklame terhadap wajib pajak yang lalai akan kewajibannya, yakni pemasangan reklame liar, reklame yang habis masa berlakunya. Disamping itu juga untuk menertibkan reklame liar dan yang sudah

mati, dan masih dipasang oleh wajib pajak. Reklame yang sudah mati dapat diturunkan atau diperpanjang kembali masa ijinnya dengan membayar kepada petugas penagihan ditempat atau di instansinya.

2). Ekstensifikasi Melalui Perluasan Objek Pajak Reklame

Ekstensifikasi adalah usaha-usaha meningkatkan pendapatan Asli Daerah dari sektor pajak reklame dengan menambah jenis pemungutan pajak baru yang dimiliki dan menambah pelayanan kepada masyarakat. Ekstensifikasi pajak reklame, berarti sebagai usaha-usaha menambah jenis objek pajak reklame lain yang berpotensi untuk dikembangkan.

Dengan dikeluarkannya Peraturan Bupati Trenggalek No.14 tahun 2005, Tentang Tata Cara Pelaksanaan Pemungutan Pajak Reklame di Kabupaten Trenggalek, telah memuat jenis pajak reklame baru. Yakni pajak reklame cat dinding pada toko atau warung, dll, dimana tarif pajak yang dikenakan disetarakan dengan klasifikasi B dan dikategorikan reklame permanen. Sebelumnya reklame cat dinding belum dikenai pajak, tetapi semakin banyaknya reklame cat dinding pada toko-toko dan warung, maka kemudian diproses menjadi objek pajak baru.

Reklame mempunyai potensi yang baik untuk dikembangkan, seiring dengan semakin meningkatnya perubahan perekonomian Indonesia. Ada banyak jenis reklame yang belum dikenai pajak dan ini masih dalam proses penyelidikan untuk penambahan jenis pungutan baru. Penambahan jenis pungutan baru lebih sulit jika

dibandingkan dengan usaha-usaha intensifikasi pajak reklame. Objek pajak baru yang berpotensi dapat disahkan menjadi jenis pungutan baru, dengan berbagai pertimbangan misalnya, melihat kondisi masyarakat agar tidak mengakibatkan dampak politik.

Hal senada tentang kemungkinan perluasan objek pajak reklame baru diungkapkan oleh Kepala Sub Bidang Penetapan Pajak Bapak Ratna,

“Jelas ada reklame yang belum dijamah pajak, misalnya Plat Nomer yang ditempel di tembok dan pohon-pohon, Pinban belakang mobil, stiker Liar, dan Poster-Poster Liar yang dipasang di tembok dan masih banyak lagi. Tapi, semua masih menunggu proses, agar setelah disahkan menjadi jenis pajak reklame baru tidak menimbulkan pro dan kontra di kalangan masyarakat”. (Hasil wawancara 18 Januari 2006, di ruang kerjanya).

Dari wawancara di atas dapat dilihat, masih banyak jenis reklame baru yang belum dikenai pajak. Penambahan jenis objek pajak reklame baru lebih memerlukan waktu dalam proses formulasi kebijakan sampai pada pengesahannya dengan melibatkan pemerintah pusat. Namun usaha-usaha untuk menggali objek pajak reklame baru perlu ditingkatkan agar dapat mendorong peningkatan Pendapatan Asli Daerah.

b). Strategi kerja sama dengan instansi pemerintah terkait dalam hal perijinan dan penagihan pajak reklame.

BPKAD sebagai instansi yang diberi kewenangan pengelolaan semua sumber Penerimaan Asli Daerah memerlukan strategi-strategi yang dapat mendukung keberhasilan program pemerintah dalam meningkatkan *income* daerah di masa otonomi daerah saat ini. Pajak Reklame sebagai salah satu sumber pendapatan daerah juga memerlukan penanganan yang lebih serius, sehingga kontribusinya kepada pendapatan daerah semakin meningkat.

Kondisi ekonomi Indonesia yang sudah menunjukkan kemajuan pasca krisis moneter, membawa pengaruh yang cukup signifikan kepada sektor-sektor pendukung yang lain. Geliat perekonomian yang semakin baik akan memerlukan sektor-sektor pendukung yang akan mengenalkan produknya kepada masyarakat. Pada situasi ini reklame menjadi salah satu media penting, yang memerlukan penanganan dan strategi yang baik.

Semenjak tahun 2002 dilakukan kerjasama dengan instansi terkait dalam masalah proses pengurusan pajak reklame, instansi tersebut adalah Humas Sekretariat Pemkab dan Satpol PP. Tujuan kerjasama dengan kedua instansi pemerintah tersebut, untuk ikut memantau kondisi di lapangan dan pembagian tugas yang jelas antar instansi pemerintah. Seperti yang dikatakan Kepala Sub Bidang Penetapan Pajak Bapak Ratna,

“Bentuk kerjasama yang dilakukan dengan instansi-instansi tersebut hanya pada masalah ijin dan stempel untuk pemasangan reklame saja, untuk manajemen pengelolaannya tetap pada BPKAD. Kami tetap sebagai tempat pendaftaran dan pembayaran pajak, kemudian bekerjasama membentuk tim kelapangan”. (Hasil wawancara 18 Januari 2006, di ruang kerjanya).

Dari hasil wawancara tersebut terlihat salah satu usaha Humas Sekretariat Pemkab dan Satpol PP, adalah dengan memberikan sarana pendukung misalnya peminjaman alat-alat pemasangan reklame dan penyediaan transportasi. Usaha lain adalah dengan ikut secara aktif kegiatan pengawasan di lapangan. Misalnya ketika ijin masa pemasangan reklame telah habis dan tidak diperpanjang, serta adanya reklame liar, maka satpol pp yang akan menurunkan reklame-reklame tersebut.

Hal tersebut diatas, dikuatkan pernyataan pegawai Humas Pemkab Trenggalek Bapak Sumantri,

“Setelah wajib pajak melakukan pendaftaran dan pembayaran tarif pajak di BPKAD, maka kami yang akan memberikan ijin pemasangan reklame tersebut, pembagian tugas antara kami, BPKAD dan Satpol PP, akan meningkatkan kinerja antar instansi dan mempermudah pengawasan baik kepada wajib pajak maupun petugas pajak sendiri”. (Hasil wawancara 19 Januari 2006, di ruang kerjanya).

Selain pernyataan dari pihak Pemkab, juga dikuatkan pernyataan dari pihak Satpol PP melalui Kepala Satpol PP Trenggalek Bapak Said Usman,

“Pihak kami hanya memberikan stempel sebagai pengesahan saja dari ijin yang telah diberikan Humas Pemkab, dan pihak kami juga dilibatkan dalam tim penagihan pajak dilapangan, serta akan menindak pelanggaran pemasangan reklame yang terjadi di lapangan, selain itu jika wajib pajak ingin meminta bantuan pemasangan reklame kami siap membantu tanpa biaya tambahan”. (Hasil wawancara 19 Januari 2006, di tempat kerjanya).

Strategi lain yang ditempuh BPKAD adalah dengan bersikap *Pro Aktif*, yang berarti melakukan pengawasan dan koordinasi dengan antar instansi, juga melakukan pengawasan lapangan dengan membentuk tim yang terdiri dari instansi-instansi terkait. Seperti yang dikatakan Kepala Sub Bidang Penetapan Pajak Bapak Ratna,

“Salah satu strategi untuk meningkatkan pendapatan dari pajak reklame, kami lebih bersikap Pro Aktif selain melakukan pengawasan di kantor juga terjun ke lapangan secara langsung. Dan membuat tim yang terdiri dari instansi-instansi terkait. Tim gabungan tersebut antara lain tim penagihan dan satpol pp. (Hasil wawancara 18 Januari 2006, di ruang kerjanya).

Dengan bersikap *pro aktif* berarti melaksanakan pengawasan langsung di lapangan kepada wajib pajak reklame. Dengan bergabungnya tiga instansi pemerintah daerah sebagai mitra kerja, semakin meningkatkan pengawasan kepada wajib pajak.

2. Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame

a. Sistem dan Prosedur Pendaftaran dan Pemungutan

Berdasarkan undang-undang nomor 34 tahun 2000 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, pemungutan adalah suatu rangkaian kegiatan mulai dari penghimpunan data Objek dan Subjek Pajak atau Retribusi, penentuan besarnya pajak atau retribusi yang terhutang sampai kegiatan penagihan pajak atau retribusi kepada wajib pajak atau wajib retribusi serta pengawasan penyetoran. Pada Peraturan Daerah No 15 tahun 2003, telah dicantumkan secara jelas proses pengajuan pemasangan ijin reklame yang dilakukan Seksi Pendaftaran dan Pendataan. Besarnya

tarif pajak reklame ditetapkan sebesar 25% dan tarif pajak terutang dihitung dengan cara : Pajak terutang Nilai Sewa x tarif Pajak Reklame. Sedangkan nilai sewa reklame terdiri atas : Nilai Strategis + Nilai Jual Objek Pajak Reklame x Tarif = Pajak/M²

Berdasarkan prosedur tetap seksi pendaftaran dan seksi pendataan, disebutkan bahwa tugas dari seksi pendaftaran adalah mendistribusikan dan menerima kembali formulir pendaftaran yang telah diisi oleh wajib pajak dan retribusi daerah, membuat laporan tentang formulir pendaftaran wajib pajak dan retribusi daerah yang belum diterima kembali, mencatat nama dan alamat calon wajib pajak dan retribusi daerah dalam formulir pendaftaran wajib pajak dan retribusi daerah, dan menetapkan Nomor Pokok Wajib Pajak Daerah (NPWD). Sedangkan, seksi pendataan bertugas menghimpun, mengelola, dan mencatat data objek dan subjek pajak dan retribusi daerah, melakukan pemeriksaan lapangan lokasi dan melaporkan hasil serta membuat daftar mengenai formulir Surat Pajak Terutang (SPT) yang belum diterima kembali.

Dengan sistem dan prosedur pendaftaran dan pemungutan yang efektif dan efisien, akan memudahkan Wajib Pajak untuk melakukan proses perijinan sehingga mendorong wajib pajak untuk melakukan ijin terlebih dahulu sebelum memasang reklame. Birokrasi yang sederhana dan pelayanan prima kepada masyarakat merupakan kunci dan intensifikasi sistem dan prosedur pendaftaran dan pemungutan pajak reklame.

b. Kemampuan Aparat Pelaksana

Sumber daya manusia merupakan faktor yang sangat penting bagi pelaku, pelaksana dalam setiap kegiatan atau rencana dalam usaha meningkatkan pendapatan asli daerah, yang mempunyai loyalitas tinggi kepada bidang yang didistribusikan kepadanya. Tanpa SDM yang baik maka suatu organisasi tidak akan berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

Aparat pelaksana atau pegawai yang menangani masalah pajak reklame merupakan pelaku yang ikut menentukan keberhasilan strategi yang telah ditetapkan oleh BPKAD. Dengan pegawai yang berkualitas akan menunjang jalannya strategi yang telah ditetapkan, pegawai yang berkualitas adalah pegawai yang memiliki kemampuan dan pengalaman dalam menangani masalah pajak daerah, khususnya pajak reklame. Pegawai yang tidak berkualitas tentu akan menghambat jalannya program pemerintah dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah.

Dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia dilingkungan Pemerintah Kabupaten Trenggalek, BPKAD melaksanakan dengan cara mengadakan Pendidikan dan Pelatihan (Diklat) bagi para pegawai yang menangani masalah pajak. Kegiatan ini dapat dilaksanakan dengan cara pemberian training bagi pegawai melalui kursus-kursus. Tapi, untuk pegawai pemungut pajak reklame belum ada pendidikan khusus. Seperti yang dikatakan Kepala Sub Bidang Penetapan Pajak Bapak Ratna,

“ Selama ini belum ada pendidikan dan pelatihan yang bersifat khusus untuk seluruh pegawai yang menangani pajak reklame atau sebagian pegawai saja yang mendapatkan pendidikan dan pelatihan. Kalaupun ada hanya pendidikan dan pelatihan yang bersifat umum yang menyangkut pajak secara keseluruhan. Langkah lainnya dengan mengikutkan pegawai pada kursus-kursus dan diklat tentang pajak”. (Hasil wawancara 21 Desember 2005, di ruang kerjanya).

Kebutuhan atas pegawai yang berkualitas, sudah menjadi tuntutan penting dalam menunjang pelaksanaan otonomi saat ini. Dengan pegawai yang berkuallitas semua program pemerintah dapat dilaksanakan secara optimal. Dan usaha meningkatkan pendapatan daerah dari sektor pajak reklame dapat tercapai sesuai dengan target yang ditentukan.

Hasil wawancara di atas juga didukung oleh data dari BPKAD, mengenai diklat atau kursus-kursus yang pernah diikuti pegawai BPKAD, baik yang diselenggarakan oleh Pemerintah Provinsi Tingkat I Jatim maupun dari Pemkab Trenggalek sbb :

1. Diklat Kepemimpinan Tingkat II dan Tingkat III pada tahun 2002.
2. Diklat Administrasi Perpajakan bagi seluruh pegawai BPKAD pada tahun 2003.
3. Diklat Penetapan Pajak bagi seluruh pegawai pada bidang penetapan pajak pada tahun 2003.
4. Pelatihan Penagihan Pajak bagi petugas bidang penagihan pajak BPKAD pada tahun 2004.

Tidak meratanya pendidikan dan pelatihan mengenai pajak bagi pegawai BPKAD, diungkapkan oleh Staf Bagian Kepegawaian Ibu Sri,

“Sejak saya masuk menjadi pegawai BPKAD sini selama 7 tahun lebih, saya hanya pernah diikuti dalam diklat kepegawaian dan administrasi pajak secara umum saja mas, belum pernah sekalipun diikuti diklat mengenai bidang perpajakan yang lebih khusus. Padahal, sebagai pegawai yang mengurus masalah perpajakan, seharusnya kami juga harus mengerti mengenai keseluruhan sistem dan prosedur mengenai pajak, bukan terbatas pemberian program diklat pada suatu bagian saja”. (Hasil wawancara 17 Mei 2006, di ruang kerjanya).

Pemberian program pendidikan dan pelatihan bagi pegawai BPKAD masih tergantung pada program dari kebijakan Pemerintah Provinsi Tingkat I Jatim. Salah satu bagian dari bidang saja yang berhak mendapat program Diklat dengan kualifikasi tertentu oleh peraturan, yang jumlah dan anggaran disesuaikan dengan kebijakan Provinsi yang berkenaan dengan jumlah anggaran yang diberikan ke Kabupaten Trenggalek. Jadi tidak semua atau sebagian pegawai saja yang mendapatkan pendidikan dan pelatihan.

c. Pengawasan Terhadap Petugas Pengelolaan Pajak Reklame

Pengawasan merupakan fungsi yang menjamin bahwa kegiatan akan memberikan hasil yang diinginkan. Intensitas pengawasan dilakukan pada pegawai pemungut pajak reklame. Prioritas utama pengawasan adalah terhadap petugas pemungut pajak reklame yang ditunjuk oleh BPKAD dan kepada petugas pemungut

yang berada dilapangan untuk melakukan penagihan di tempat. Seperti yang diungkapkan oleh Kepala Sub Bidang Penetapan Pajak Bapak Ratna,

“ Pengawasan dilakukan untuk meningkatkan kinerja pegawai, dan pengawasan secara umum dilakukan dengan penerapan disiplin tinggi kepada pegawai. Pengawasan dapat dilakukan secara langsung oleh atasan kepada bawahan dan pemeriksaan terhadap laporan yang yang dibuat pengawas”. (Hasil wawancara 21 Desember 2005, di ruang kerjanya).

Berdasarkan wawancara diatas, bahwa disiplin pegawai dapat diterapkan untuk meningkatkan kinerja dan mempermudah pengawasan kepada pegawai. Pengawasan dapat dilakukan oleh atasan langsung kepada bawahan, dengan pemberian sanksi langsung kepada pegawai agar tidak mengulangi perbuatannya lagi.

Adanya pengawasan yang dilakukan langsung oleh atasan ke bawahannya di masing-masing sub bidang, dibenarkan oleh Staf Bidang Penagihan Ibu Dewi,

"Setiap sebulan sekali atau sewaktu-waktu, atasan saya selalu melakukan pengecekan ke lapangan atau ke masing-masing sub kerja, pengawasan tersebut dilakukan oleh kepala bidang masing-masing unit kerja, baik pengawasan mengenai masalah disiplin pegawai maupun masalah kinerja kami“, kemudian hasil pengawasan akan dilaporkan pada kepala BPKAD. (Hasil wawancara 17 Mei 2006, di ruang kerjanya).

Pengawasan terhadap petugas pemungut dilapangan dilakukan secara periodik setelah terjun ke lapangan. Adalah dengan mencocokkan antara jumlah yang diterima dilapangan dengan jumlah yang disetorkan kepada Bendahara Khusus Penerima (BKP) yang ditunjuk. Dengan pengawasan intensif akan memperkecil

peluang terjadinya manipulasi data yang dilakukan oleh petugas lapangan. Sehingga kemungkinan terjadinya kebocoran dana dapat dihindari.

d. Sanksi Terhadap Wajib Pajak Maupun Petugas Pajak Jika Terjadi Pelanggaran

Dalam upaya menanggulangi kebocoran dana dan manipulasi data, serta menuntut wajib pajak agar patuh dalam membayar pajak. Maka, perlu adanya sanksi yang tegas terhadap dua elemen penting, yakni petugas pajak dan wajib pajak dalam masalah peningkatan pendapatan pajak daerah, terutama pajak reklame tersebut.

Sanksi dapat diberikan atasan kepada bawahan yang terlibat penyelewengan, serta dapat juga sanksi dari peraturan daerah, yaitu sanksi administrasi. Serta adanya sanksi pidana kepada petugas maupun wajib pajak, jika masalah sudah sampai pada tingkat pengadilan. Beberapa jenis sanksi tersebut adalah sebagai berikut :

Sanksi Administrasi

Sanksi Administrasi dikenakan pada :

1. Wajib Pajak yang tidak menyampaikan Surat Pemberitahuan objek Pajak (SPOP) walaupun telah ditegur secara tertulis, dikenakan sanksi administrasi berupa denda sebesar 25%, dihitung dari pokok pajak.
2. Wajib pajak yang berdasarkan hasil pemeriksaan atau keterangan lain ternyata jumlah pajak yang terutang lebih besar dari jumlah pajak yang dihitung berdasarkan SPOP, maka selisih pajak yang terutang tersebut

ditambah/dikenakan sanksi administrasi berupa denda sebesar 25% dari selisih pajak yang terutang.

3. Wajib pajak tidak membayar atau kurang membayar pajak yang terutang pada saat jatuh tempo pembayaran dikenakan sanksi administrasi berupa denda sebesar 2%, sebulan yang dihitung dari saat jatuh tempo sampai dengan hari pembayaran untuk jangka waktu paling lama 24 bulan.

Sanksi Pidana

Sanksi Pidana diatur sebagai berikut :

1. Barang siapa karena kealpaannya
 - a). Tidak mengembalikan/menyampaikan SPOP kepada Direktorat Jendral Pajak,
 - b). Menyampaikan SPOP, tetapi isinya tidak benar atau tidak lengkap dan atau melampirkan keterangan yang tudak benar,
Sehingga menimbulkan kerugian pada negara, dipidana dengan pidana kurungan selama-lamanya 6 bulan atau denda setinggi-tingginya sebesar 2 kali pajak yang terutang.
2. Barang siapa dengan sengaja
 - a). Tidak mengembalikan/menyampaikan SPOP kepada Direktorat Jendral Pajak,
 - b). Menyampaikan SPOP, tetapi isinya tidak benar atau tidak lengkap dan atau melampirkan keterangan yang tudak benar,

- c) Memperlihatkan surat palsu atau dipalsukan atau dokumen lain yang palsu, atau dipalsukan seolah-olah benar,
 - d) Tidak memperlihatkan atau meminjamkan surat atau dokumen lainnya,
 - e) Tidak menunjukkan data atau tidak menyampaikan keterangan yang diperlukan,
- sehingga menimbulkan kerugian pada negara, dipidana dengan pidana penjara selama-lamanya 2 tahun atau denda setinggi-tingginya sebesar 5 kali pajak yang terutang.

3 Terhadap bukan wajib pajak yang bersangkutan yang melakukan tindakan yang sebagaimana dimaksud pada angka 2 huruf “d” dan “e”, dipidana pidana kurungan selama-lamanya 1 tahun atau denda setinggi-tingginya Rp. 2000.000 (dua juta rupiah).

Pengertian bukan wajib pajak di atas adalah petugas dan pekerjaannya berkaitan langsung atau ada hubungannya dengan objek pajak atau pihak lainnya. Ancaman pidan pada angka 2 dilipatkan dua, apabila seseorang melakukan lagi tindak pidana di bidang perpajakan sebelum lewat 1 tahun, terhitung sejak selesainya menjalani sebagian atau seluruh pidana penjara yang dijatuhkan atau sejak dibayarnya denda.

Adanya sanksi terhadap petugas dan wajib pajak yang melakukan pelanggaran, juga diungkapkan oleh Kepala Sub Bidang Penetapan Pajak Bapak Ratna,

“Agar pelaksanaan proses pembayaran dan penerimaan pajak dapat berlangsung dengan lancar dan aman, maka ada sanksi yang jelas bagi petugas dan wajib pajak yang melanggar peraturan, berupa sanksi administrasi atau sanksi pidana. Petugas yang melanggar bisa mendapat sanksi langsung dari instansi berupa hukuman yang disesuaikan tingkat kesalahannya, begitu pula dengan wajib pajak”. (Hasil wawancara 21 Desember 2005, di ruang kerjanya).

Pernyataan dari Kasubid Penetapan Pajak diatas, didukung oleh pelanggaran yang pernah dilakukan oleh Staf Bidang Penagihan Ibu Dewi,

“Saya pernah melakukan pelanggaran mas, yaitu terlambat dalam menyelesaikan laporan, sehingga saya mendapatkan peringatan keras dari kepala bagian, dan jika melanggar lagi saya akan mendapatkan sanksi. Sebenarnya pengawasan dapat dilakukan secara langsung oleh kepala BPKAD dan bisa melalui kepala bagian di tiap-tiap sub unit kerja dengan kata lain dari atasan ke bawahannya langsung”. (Hasil wawancara 18 Januari 2006, di ruang kerjanya).

Dari hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa bukan hanya wajib pajak harus mempunyai kesadaran bahwa menaati peraturan dalam proses pembayaran pajak, tetapi kesadaran dari petugas untuk lebih disiplin dalam melakukan tugasnya, sehingga dapat menghindarkan mereka dari sanksi administrasi maupun sanksi pidana. Petugas yang tidak menjalankan tugasnya dengan baik, juga akan mendapatkan sanksi pidana atau sanksi dari instansi dia bekerja. Adanya sanksi

ini akan melancarkan hambatan-hambatan dalam proses peningkatan penerimaan pajak daerah, khususnya pajak reklame.

3. Tingkat Keberhasilan Strategi Yang Ditempuh BPKAD mulai tahun 2002-2004

Untuk mengukur tingkat keberhasilan strategi yang digunakan oleh BPKAD diperlukan indikasi atau tolak ukur yang menjadi acuan, apakah suatu strategi dapat berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan atau terjadi kegagalan dalam proses penerapannya, sehingga strategi yang diambil tidak memberikan kontribusi yang cukup berarti terhadap meningkatnya Pendapatan Asli Daerah. Kebijakan meningkatkan pendapatan dari sektor pajak reklame secara nyata dapat dilihat dari target dan realisasinya, yang ditetapkan dari tahun ke tahun. Seperti yang diungkapkan oleh Kepala Bidang Pendapatan Pajak, Bapak Yudi :

“Tingkat keberhasilan strategi dapat dilihat dari tercapainya target perolehan dari pajak reklame dan juga semakain meningkatnya kontribusi yang diberikan kepada Pendapatan Asli Daerah tiap tahunnya. Yang kemudian menjadi patokan penentu besarnya target yang diperoleh dari pendapatan tahun sebelumnya dan rencana APBD Kabupaten Trenggalek”. (Hasil wawancara tanggal 21 Desember 2005, di ruang kerjanya).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa keberhasilan suatu strategi dapat dilihat dari pencapaian target dan peningkatan kontribusi pajak reklame kepada PAD. Secara pokok sumber penerimaan dari pajak reklame terdiri atas reklame tetap dan reklame insidental. Penentuan target pemungutan masing-

masing komponen Pendapatan Asli Daerah, ditentukan oleh dinas atau unit pengelola berdasarkan potensi dan pengalaman perkiraan tahun sebelumnya. Melalui suatu pembahasan di tingkat Eksekutif dan Legislatif daerah kemudian diajukan kepada pemerintah pusat, untuk disahkan menjadi jenis pungutan baru.

Dalam menentukan target penerimaan yang disebutkan dalam Rencana Strategi BPKAD (Renstra BPKAD), digunakan metode ilmiah seperti *extrapolative forecasting*. Metode ini semacam peramalan dengan mengelola angka-angka yang dikumpulkan dari kurun waktu sebelumnya sebagai data historis yang bertujuan untuk mencari rata-rata perubahan sebagai dasar melakukan penentuan realisasi pendapatan pada kurun waktu mendatang.

Berikut tabel target dan realisasi Badan Pengelola Keuangan dan Asset Daerah tahun anggaran 2002-2004 :

Tabel 5
Target dan Realisasi
Tahun Anggaran 2002-2004

No	Tahun Anggaran	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	%
1	2002	25.000.000	28.688.360	114,35
2	2003	28.500.000	39.588.362	138,91
3	2004	36.500.000	56.975.519	156,10
	Jumlah	90.000.000	125.252.241	139,16

Sumber : Badan Pengelola Keuangan dan Asset Daerah Kabupaten Trenggalek

Dari tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa pendapatan yang diperoleh tiap tahunnya selalu melebihi target yang telah ditentukan. Hal ini menunjukkan bahwa strategi yang dijalankan BPKAD sudah cukup berhasil, pernyataan tersebut juga dibenarkan oleh Kepala Bidang Pendapatan Pajak, Bapak Yudi :

“Dari tahun ke tahun pendapatan yang kami terima selalu melebihi target yang telah ditentukan, berarti strategi intensifikasi, ekstensifikasi dan sosialisasi yang kami lakukan selama ini sudah cukup berhasil, kemudian ditambah investor yang masuk ke Trenggalek. Wajib pajak semakin sadar akan kewajibannya membayar pajak. Dan kami akan meninjau kembali penggunaan metode *extrapolative forecasting* dalam penentuan target pendapatan setiap tahunnya, agar target yang dibuat tidak jauh dari realisasi yang kita terima”. (Hasil wawancara tanggal 21 Desember 2005, di ruang kerjanya).

Cara penetapan target dapat pula dilakukan dengan melihat Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), pertahunnya sebesar 40%-50% dari PDRB adalah untuk tingkat konsumsi, dengan kata lain jika investasi meningkat, maka akan meningkatkan aktifitas ekonomi. Sehingga lapangan kerja semakin meningkat yang berdampak pada meningkatnya penghasilan masyarakat.

Pendapatan Asli Daerah adalah tulang punggung untuk pembiayaan penyelenggaraan pemerintahan daerah dalam era otonomi daerah. Khususnya di Kabupaten Trenggalek, salah satu komponen pendapatan asli daerah adalah dari pajak reklame. Realisasi penerimaan dari pajak reklame tiap tahun anggaran, selalu menunjukkan peningkatan. Untuk mengetahui komposisi penerimaan keuangan

daerah dari sektor pajak reklame di Kabupaten Trenggalek selama tahun anggaran 2002-2004 adalah sebagai berikut :

Tabel 6
Komposisi Penerimaan Pajak Reklame Terhadap Pajak Daerah Dalam
Keuangan Daerah Kabupaten Trenggalek
Tahun Anggaran 2002-2004

No	Tahun Anggaran	Pajak Reklame	Pajak Daerah	%
1	2002	28.688.360	2.694.278.494	4,39
2	2003	39.588.362	3.554.178.627	6,08
3	2004	56.975.519	3.792.703.572	7,24
	Jumlah	125.252.241	10.041.160.693	6,10

Sumber : Badan Pengelola Keuangan dan Asset Daerah Kabupaten Trenggalek

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa komposisi penerimaan keuangan daerah, pajak reklame terhadap pajak daerah dari tahun ke tahun semakin mengalami kenaikan. Sebesar 6,10% pertahun. Kenaikan ini dapat digunakan sebagai salah satu dasar penetapan target dalam suatu tahun anggaran.

Untuk mengetahui besarnya kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 7
Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD)
Tahun Anggaran 2002-2004

No	Tahun Anggaran	Pajak Reklame	PAD	%
1	2002	28.688.360	6.502.092.149	2,65
2	2003	39.588.362	8.412.771.278	3,4
3	2004	56.975.519	10.024.351.494	2,75
	Jumlah	125.252.241	24.939.214.921	1,41

Sumber : Badan Pengelola Keuangan dan Asset Daerah Kabupaten Trenggalek

Secara keseluruhan kontribusi pajak reklame terhadap PAD naik rata-rata 1,41% dari tahun ke tahun. Pada tahun 2003 peningkatan pendapatan sudah mulai membaik, walaupun secara keseluruhan persentase kenaikan pajak reklame tidak cukup tinggi berkisar rata-rata 2,75% pada tahun anggaran 2004, peningkatan realisasi pajak reklame setidaknya telah memberi atau membantu penyelenggaraan kegiatan pemerintahan daerah baik kegiatan rutin maupun pembangunan.

B. PEMBAHASAN

1. Strategi Yang Ditempuh BPKAD Dalam Meningkatkan Pendapatan Pajak Reklame

a. Strategi yang digunakan BPKAD dalam pengelolaan pajak reklame

1). Intensifikasi Pajak Reklame

Intensifikasi merupakan usaha-usaha untuk meningkatkan pendapatan dari sektor pajak reklame dengan mengeksploitasi pajak reklame itu sendiri. Intensifikasi lebih mudah di formulasikan dari pada ekstensifikasi. Intensifikasi yang paling sederhana adalah dengan penyesuaian tarif dan perbaikan manajemen, serta peningkatan kualitas sumber daya manusia aparatur pemerintah.

Penyesuaian tarif, dengan cara menyesuaikan nilai sewa dengan masa pajak dan tempat pemasangan apakah termasuk tempat strategis utama atau tidak, serta disesuaikan dengan kemampuan dari wajib pajak. Perbaikan manajemen sendiri berarti, perbaikan kinerja dan pelayanan dari BPKAD. Jika, pelayanan terhadap wajib pajak masih ada kekurangan, mungkin terlalu lama dalam proses pelayanannya atau yang lainnya, maka kekurangan tersebut harus segera di tingkatkan kembali kualitasnya. Peningkatkan kualitas SDM aparatur, bisa dengan cara pemberian kursus-kursus atau diklat, yang bisa diikuti semua pegawai tanpa kecuali, walaupun hal itu dilakukan secara bertahap. Hal tersebut, akan dengan sendirinya meningkatkan SDM aparat, yang pengaruhnya akan meningkatkan kinerja mereka.

(a). Peningkatan Efektifitas Pemungutan Pajak Reklame

Pemungutan pajak reklame menurut Keputusan Bupati No 811 tahun 2003, diserahkan kewenangannya kepada Badan Pengelola Keuangan dan Asset Daerah Kabupaten Trenggalek. Kewenangan yang diterima oleh BPKAD merupakan jenis pemungutan pajak yang dilakukan di dalam instansi.

Pemungutan pajak reklame berhubungan dengan sistem dan prosedur pemungutan pajak reklame. Agar pemungutan dapat berjalan secara efektif, perlu didukung sistem dan prosedur yang berjalan dengan baik dan tertib. Sistem dan prosedur pemungutan yang tertib dengan alur yang sistematis, mencegah terjadinya kebocoran dana yang mungkin dilakukan oleh pegawai pemungut pajak reklame. Birokrasi yang sederhana dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat akan meningkatkan efektifitas pemungutan pajak reklame.

Sistem dan prosedur pemungutan pajak reklame juga harus ditunjang dengan sistem administrasi yang baik, administrasi yang baik mencerminkan sehatnya kinerja karena semua kegiatan, berhubungan dengan pajak reklame. Semua pemasukan dan pengeluaran dicatat secara sistematis dan transparan, sehingga kemanapun uang itu bergerak selalu dalam pengawasan. Efektifitas pemungutan dapat tercapai, jika didukung dengan pegawai yang berkualitas, yang memiliki dedikasi dan ketrampilan dan pengetahuan dalam mengelola pajak reklame. Sumber daya aparatur yang berkualitas dapat ditingkatkan melalui diklat, kursus, dan seminar tentang pengelolaan pajak reklame untuk semua golongan pegawai.

Semua unsur di atas dapat bekerja secara maksimal, jika ditunjang dengan tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung. Misalnya, komputer, alat transportasi, mesin ketik dll. Pemungutan pajak reklame yang efektif, akan mencegah terjadinya kebocoran dana dan manipulasi data oleh petugas pemungut pajak dilapangan. Semakin efektif dan sederhana sistem pemungutan, akan memberikan kemudahan kepada wajib pajak untuk membayar retribusinya. Sehingga, akan mempengaruhi jumlah pendapatan yang diperoleh dari pejak reklame.

(b). Sosialisasi Peraturan Daerah Kepada Masyarakat

Sosialisasi Perda kepada masyarakat merupakan usaha-usaha untuk lebih memasyarakatkan Peraturan Daerah. Tujuan sosialisasi Perda adalah untuk lebih mengenalkan peraturan yang telah dibuat oleh Pemerintah Daerah sebagai salah satu kebijakan yang harus diketahui dan ditaati oleh masyarakat. Dengan lebih mengenalkan Keputusan Bupati Trenggalek No.14 tahun 2005 kepada masyarakat, diharapkan akan lebih meningkatkan pengetahuan masyarakat, bahwa memasang reklame walaupun itu berupa gambar produk pada cat dinding, wajib ijin terlebih dahulu dan ada pajak yang harus dibayar. Semakin meningkatnya kesadaran masyarakat untuk membayar pajak berdampak kepada semakin meningkatnya pendapatan yang akan diperoleh dari pajak reklame.

Sosialisasi Perda kepada masyarakat dapat dilakukan dengan membuat selebaran, brosur yang berisi petunjuk praktis tentang pajak reklame, yang diberikan

kepada masyarakat secara langsung. Sosialisasi dapat pula dilakukan dengan bekerja sama dengan beberapa instansi terkait yang juga memerlukan pengenalan perda kepada masyarakat, misalnya bagian Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), yang sosialisasinya bekerja sama dengan pihak RT/RW setempat.

Jika semua masyarakat mengetahui semua Perda yang berlaku dan yang ditetapkan oleh Pemkab, maka pemasangan reklame liar akan semakin berkurang. Dan dampak positifnya, adalah pemasukan pendapatan daerah dari sektor pajak reklame akan semakin bertambah seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan suatu undang-undang.

Peraturan Daerah harus bersifat fleksibel, artinya dapat disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat dan jaman yang terus berkembang. Peraturan Daerah yang terus mengikuti perkembangan dan disesuaikan dengan kondisi masyarakat, memerlukan sosialisai yang bersifat “*continue*”. Sosialisasi Perda sudah harus menjadi agenda tetap yang memerlukan penanganan serius misalnya, dengan membuat program sosialisasi perda yang melibatkan semua instansi terkait. Dampak umumnya masyarakat akan mengetahui peraturan daerahnya, sehingga akan menciptakan suatu pemerintahan yang transparan. Dampak khususnya akan meningkatkan kesadaran masyarakat membayar pajak reklame yang berimbas pada meningkatnya pendapatan daerah dari sektor pajak reklame.

(c). Intensifikasi Penagihan Pajak Reklame

Penagihan merupakan usaha meminta hak Pemerintah Daerah kepada masyarakat atau wajib pajak yang melanggar ketentuan peraturan daerah. Tim penagihan yang diturunkan ke lapangan terdiri dari instansi BPKAD, Humas Sekretariat Pemkab dan Satpol PP. Dalam setiap proses ini, kerjasama tiga instansi yang terbentuk akan semakin mengintensifkan kerja dan volume penagihan yang dilakukan, sehingga berdampak pada semakin meningkatnya pendapatan dari pajak reklame dan semakin menambah kesadaran masyarakat untuk membayar pajak.

Penagihan di tempat akan makin meningkatkan kesadaran masyarakat akan pajak reklame, bahwa pajak reklame tidak hanya dipasang tapi juga perlu ijin pemasangan walaupun itu dipasang dalam ruangan sendiri. Kesempatan ini pula dapat digunakan untuk lebih mensosialisasikan Perda kepada masyarakat dengan cara pemberian penyuluhan dan pembagian selebaran-selebaran yang memuat sistem dan prosedur pemasangan pajak reklame serta selebaran-selebaran lain, yang bersifat memberi informasi kepada masyarakat tentang keberadaan Perda yang mengatur masalah ini.

Badan Pengelola Keuangan dan Asset Daerah merupakan "*Lahan Basah*", peluang terjadinya kebocoran dana terhadap hasil penagihan ditempat cukup besar. Namun dengan tim penagihan yang terdiri dari tim penagihan dari tiga instansi, terkait peluang terjadinya kebocoran dana dapat diminimalisasikan. Apalagi ada pengawasan internal oleh Sekretariat Pemkab yang ikut secara langsung dan

berperan aktif dalam setiap kegiatan. Apabila terjadi kebocoran dana, maka pihak yang paling dirugikan adalah BPKAD sendiri. Karena pendapatan yang diperoleh menjadi berkurang, jika terjadi masalah kebocoran dana tidak segera di tangani maka pemerintah daerah akan mengalami kerugian dalam pemasukan pendapatan asli daerah.

Penagihan ditempat ketika terjun di lapangan, sebaiknya mengemban fungsi ganda. Selain menagih kepada wajib pajak yang melanggar, tetapi juga mensosialisasikan Perda kepada masyarakat. Dengan fungsi seperti ini, dua tugas yang seharusnya dilakukan sendiri-sendiri dapat dilakukan dengan waktu yang bersamaan, jadi lebih ekonomis. Maka diperlukan kordinasi antar tin terkait, ketika akan menerjunkan tim ke lapangan. Tim penagihan yang diterjunkan ke lapangan, harus dibekali ketrampilan dan pengetahuan yang cukup tentang masalah Peraturan Daerah. Agar dapat memberikan keterangan dan penyuluhan kepada masyarakat dengan baik. Tim penagihan harus dapat mencerminkan kinerja organisasi, sehingga masyarakat akan memberikan respon yang baik terhadap Peraturan Daerah.

2). Ekstensifikasi Melalui Perluasan Objek Pajak

Ekstensifikasi adalah usaha-usaha meningkatkan Pendapatan Asli Daerah dari sektor pajak reklame dengan menambah jenis pemungutan pajak baru yang dimiliki dan menambah pelayanan kepada masyarakat. Peraturan Bupati Trenggalek No.14 tahun 2005, telah memuat jenis pajak reklame baru. Yakni pajak reklame cat dinding

pada toko atau warung. Reklame mempunyai potensi yang baik untuk dikembangkan, seiring dengan semakin meningkatnya perubahan perekonomian Indonesia.

Pemungutan pajak reklame harus berdasarkan pada syarat pemungutan pajak. Yakni harus adil, tidak bertentangan dengan undang-undang, tidak mengganggu kondisi perekonomian jika sudah diterapkan. Pemungutan pajak juga harus efisien dengan sistem pemungutan yang sederhana.

Ekstensifikasi memerlukan penanganan yang lebih serius dalam proses formulasi kebijakannya. Selain harus mempertimbangkan kondisi masyarakat, juga memerlukan waktu dan penyelidikan sebelum disahkan menjadi jenis pajak baru. Proses pengesahan suatu objek pajak baru, juga melibatkan pemerintah pusat. Jika sudah disetujui dan disahkan oleh pemerintah pusat, baru dapat dimasukkan menjadi salah satu jenis pungutan baru. Mengingat proses formulasi kebijakan untuk mencari jenis pungutan baru memerlukan waktu dan penanganan yang tepat, diperlukan keseriusan dan kreatifitas dari Pemerintah Daerah. Ekstensifikasi menjadi program pokok dalam menggali potensi yang dimiliki oleh daerah, guna mencari jenis pungutan baru dalam meningkatkan pendapatan asli daerah.

Usaha penggalian jenis pajak baru, dapat dilakukan dengan melakukan studi banding ke daerah lain. Jika ada jenis pajak baru yang belum ditetapkan dan digali di Kabupaten Trenggalek, dan mempunyai potensi besar untuk dikembangkan, maka perlu adanya usaha-usaha penyelidikan bagaimana jenis pajak tersebut dimasukkan

menjadi pajak daerah. Ekstensifikasi harus menjadi program tetap, yang menjadi pekerjaan rumah (PR) pemerintah daerah sepanjang masa.

b. Strategi kerjasama dengan instansi terkait dalam hal perijinan dan pemasangan reklame.

Semakin membaiknya kondisi perekonomian Indonesia saat ini, membawa dampak langsung terhadap sektor-sektor pendukung lainnya. Tidak terkecuali terhadap pajak reklame. BPKAD bersifat *Pro Aktif* dimana selain melakukan pengawasan dari kantor juga terjun ke lapangan langsung untuk lebih mensosialisasikan Perda kepada masyarakat dengan menurunkan tim-tim ke lapangan.

Konsep pembuatan strategi ini didasarkan pada rencana anggaran untuk meningkatkan pendapatan, agar perolehan pendapatan dapat semakin meningkat dan juga adanya transparansi antara pemerintah dan masyarakat.

Salah satu usaha yang dilakukan adalah dengan menggandeng instansi lain, yakni Humas Sekretariat Pemkab Dan Satpol PP untuk menjadi salah satu mitra kerja BPKAD. Instansi terkait disini adalah sebagai tim dan mitra kerja BPKAD, dalam proses pengurusan pajak reklame. Disini instansi-instansi tersebut berbagi tugas, Humas Sekretariat Pemkab merupakan tempat pemrosesan ijin pemasangan reklame setelah wajib pajak melakukan pendaftaran dan pembayaran pemasangan reklame di BPKAD, dan Satpol PP memberi stempel surat ijin reklame, serta melakukan

sweeping reklame liar, sedangkan manajemen pengembangan dan pengelolaan pemasangan reklame tetap menjadi kewenangan BPKAD. Keputusan untuk bekerja sama dengan instansi lain, merupakan salah satu usaha lain untuk meningkatkan pendapatan dari sektor pajak reklame.

Dengan melibatkan instansi pemerintah yang lain dalam masalah pajak reklame, akan semakin meningkatkan intensitas pengawasan dan pelayanan terhadap wajib pajak reklame. Instansi-instansi tersebut juga dilibatkan dalam tim penagihan dan tim perbaikan data pajak. Dalam tim penagihan terdiri atas BPKAD, Humas Sekretariat Pemkab dan Satpol PP, menangani wajib pajak yang melakukan pelanggaran, misalnya pemasangan reklame tanpa ijin atau reklame yang sudah habis masa pemasangannya tetapi tidak diturunkan oleh wajib pajak. Kemudian terhadap wajib pajak yang melanggar akan dikenai sanksi yang sudah ditetapkan dalam Perda dan bagi pemasang liar akan diminta untuk membayar ditempat.

Satpol PP yang bekerja sama dengan BPKAD, secara otomatis juga akan melakukan usaha-usaha yang mendukung untuk meningkatkan kesadaran wajib pajak dalam membayar pajak reklame. Misalnya, dengan menyediakan fasilitas pendukung antara lain pemasangan tiang-tiang untuk untuk memasang reklame insedentil yang berbentuk spanduk di beberapa ruas jalan. Dengan penyediaan fasilitas yang mendukung diharapkan akan terjadi hubungan timbal balik antara kepuasan pelayanan dan semakin meningkatnya kesadaran masyarakat untuk membayar pajak.

2. Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame

a. Sistem dan Prosedur Pemungutan Pajak Reklame

Sistem dan prosedur yang melibatkan instansi terkait memberikan kesan bahwa sistem dan prosedur begitu kompleks. Pemungutan dilakukan pada bendaharawan khusus yang ditunjuk, kemudian proses ijin pada Humas Sekretariat Pemkab, pemasangan dan penurunan reklame juga melibatkan Satpol PP, serta Dinas Tata Kota untuk reklame tetap. Sistem dan prosedur yang baik, harus dapat dilakukan secara tertib untuk mencegah terjadinya kebocoran dana dan manipulasi data. Sistem dan prosedur yang sederhana dapat memberikan pelayanan prima kepada masyarakat dengan segala kemudahan yang diberikan kepada wajib pajak.

Untuk menciptakan sistem dan prosedur yang berkualitas, perlu didukung pegawai yang mempunyai kemampuan, ketrampilan, dan menguasai masalah pajak reklame. Dan dengan ditunjang sistem administrasi yang baik, akan tercipta transparansi mengenai pendapatan daerah yang diterima dari pajak reklame. Sehingga, sistem dan prosedur yang berkualitas akan mencegah terjadinya kebocoran dana yang dilakukan oleh pegawai pemungutan. Dan praktek korupsi di BPKAD dapat dikurangi, mengingat BPKAD sebagai lahan paling basah untuk melakukan praktek KORUPSI yang merugikan pemerintah daerah. Anggapan masyarakat mengenai BPKAD sebagai dinas dengan praktek korupsi paling tinggi dapat dihilangkan, seiring dengan membaiknya sistem dan prosedur yang diterapkan BPKAD.

b. Kemampuan Aparat Pelaksana

Sumber daya aparatur yang berkualitas sangat berpengaruh terhadap kinerja organisasi. Tanpa SDM yang baik maka suatu organisasi tidak akan berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Pada kenyataannya, pegawai yang menangani masalah pajak reklame ada yang tidak memiliki dasar pendidikan perpajakan. Bagaimana bisa mendapatkan hasil yang baik, jika pelaksana kebijakan tidak menguasai masalah pajak.

Usaha nyata untuk meningkatkan kualitas pegawai, yakni dengan mengikutsertakan pegawai pada program kursus, seminar, serta diklat. Semua pegawai mempunyai hak dan kewajiban yang sama untuk ikut dalam setiap kegiatan tersebut, tidak hanya untuk pegawai yang memiliki golongan tertinggi saja. Pegawai yang berkualitas, akan mendorong terciptanya kinerja organisasi yang sehat dan berkualitas. Pegawai pemungut pajak yang berkualitas akan mendorong kelancaran penerapan strategi untuk meningkatkan pendapatan dari sektor pajak reklame.

Untuk pegawai pemungut dilapangan harus disertai kemampuan dan ketrampilan khusus, agar setelah terjun ke lapangan dapat bersosialisasi dengan baik sehingga mampu menyampaikan pesan kepada masyarakat tentang kebijakan pemerintah. Serta dapat mencerminkan kinerja Pemerintah Kabupaten Trenggalek

c. Pengawasan Terhadap Petugas Pengelolaan Pajak Reklame

Pengawasan terhadap petugas pengelola pajak reklame bertujuan untuk meningkatkan kinerja organisasi dalam mencapai tujuan yang ditetapkan. Pengawasan dilakukan untuk mencegah terjadinya kebocoran dana dan manipulasi yang dilakukan oleh petugas pemungut pajak reklame. Pengawasan dapat dilakukan secara langsung, yakni oleh atasan kepada bawahan secara keseluruhan. Agar pegawai tidak lalai dan melanggar peraturan yang ada, selama jam kerja kantor. Pemberian sanksi kepada pegawai yang melanggar peraturan, akan lebih memudahkan pengawasan kepada pegawai. Karena akan pegawai berhati-hati dan berpikir kembali untuk melanggar peraturan.

Penerapan disiplin tinggi harus diterapkan untuk meningkatkan kinerja pegawai dan mempermudah pengawasan. Pengawasan periodik terus diintensifkan dengan melihat laporan yang dibuat pegawai setelah terjun kelapangan, dan mencocokkan hasil di lapangan dengan laporan terperinci yang dibuat untuk mencegah kebocoran dana. Pengawasan juga dapat dilakukan secara mendadak (sidak), dengan terjun langsung kelapangan dan melihat situasi lapangan dan kinerja pegawai dalam melaksanakan tugasnya.

Dengan pengawasan dan pemberian sanksi kepada pegawai yang melanggar peraturan, semakin meningkatkan kinerja pegawai dan kualitas pelayanan kepada masyarakat. Dan praktek korupsi melalui manipulasi data dapat dicegah karena merugikan pemerintah.

d. Sanksi Terhadap Wajib Pajak Maupun Petugas Pajak Jika Terjadi Pelanggaran

Dalam upaya menanggulangi kebocoran dana dan manipulasi data, serta menuntut wajib pajak agar patuh dalam membayar pajak. Maka, perlu adanya sanksi yang tegas terhadap dua elemen penting, yakni petugas pajak dan wajib pajak dalam masalah peningkatan pendapatan pajak daerah, terutama pajak reklame tersebut.

Jika ada suatu pelanggaran oleh wajib pajak dalam pemasangan reklame, maka BPKAD berhak memberikan sanksi administrasi kepada wajib pajak. Seperti misal, dalam pemasangan reklame wajib pajak melakukan pemasangan reklame melebihi ukuran reklame yang telah didaftarkan sebelumnya, atau pemasangan reklame yang telah habis masa berlakunya, serta pemasangan reklame liar yang dilakukan secara berulang-ulang. Mungkin yang pertama wajib pajak akan mendapat teguran, dan kemudian diikuti dengan sanksi jika wajib pajak tetap mengabaikan teguran dari instansi.

Begitu pula yang akan terjadi kepada petugas pemungut pajak, jika terjadi pelanggaran. Mereka yang melanggar akan dapat sanksi administrasi dari instansi, hukuman berat atau ringan disesuaikan dengan kesalahan yang telah diperbuat. Wajib pajak dapat melaporkan petugas pajak yang melakukan pemungutan melebihi dari apa yang telah ditetapkan peraturan daerah. Kemudian laporan tersebut akan diproses lebih lanjut. Jika pelanggaran yang dilakukan petugas atau wajib pajak

sudah tergolong berat, maka ada sanksi pidana kepada petugas maupun wajib pajak, jika masalah tersebut sudah sampai pada tingkat pengadilan.

3. Tingkat Keberhasilan Strategi yang Ditempuh BPKAD

Untuk mengetahui keberhasilan suatu strategi, tidak ada standar yang bersifat paten yang ditetapkan Badan Pengelola Keuangan dan Asset Daerah. Keberhasilan suatu strategi dapat dilihat dari pencapaian target yang telah ditetapkan oleh BPKAD, dan peningkatan kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah. Penentuan target yang diambil oleh pemerintah menjadi sangat penting, mengingat salah satu strategi BPKAD adalah bekerja sama dengan instansi pemerintah yang terkait. Antisipasi terhadap praktek suap yang mungkin terjadi dalam menentukan besarnya target pendapatan dari sektor pajak reklame harus dilakukan. Pemilihan mitra kerja juga harus berdasarkan pertimbangan kemampuan teknis instansi yang akan dituju, apakah mampu menjadi mitra BPKAD.

Setiap tahunnya pendapatan yang diperoleh dari pajak reklame mulai dari tahun 2002-2004, selalu meningkat dan melebihi target yang telah ditentukan. Walaupun besarnya kontribusi pajak reklame terhadap PAD relatif kecil, namun pajak reklame merupakan alat penting penunjang pendapatan daerah, maka, diperlukan strategi yang dibuat berdasarkan pada pelaksanaan strategi sebelumnya sebagai bahan acuan.

Ekstensifikasi dan intensifikasi sebagai salah satu strategi yang digunakan untuk meningkatkan pendapatan dari pajak reklame perlu terus menerus digunakan dan disempurnakan dengan program-program untuk periode waktu tertentu.

Melihat uraian diatas, maka disimpulkan bahwa strategi yang diambil BPKAD sudah cukup berhasil. Walaupun masih banyak muncul kendala, tapi itu dapat dipergunakan untuk menyempurnakan strategi untuk tahun mendatang, untuk menentukan kebijakan strategi berikutnya yang akan dijalankan oleh BPKAD.



BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

1. Strategi BPKAD ditempuh melalui intensifikasi dan ekstensifikasi pajak reklame. Intensifikasi pajak reklame melalui efektifitas pemungutan pajak, dengan penyesuaian tarif, perubahan perda sesuai dengan perkembangan masyarakat. Sedangkan upaya ekstensifikasi melalui perluasan objek pajak, memerlukan waktu dan kajian yang lebih dalam agar tidak menimbulkan dampak politik setelah diterapkan dalam masyarakat. Upaya ekstensifikasi sudah dilakukan oleh BPKAD, dengan dikenakannya pungutan pajak cat dinding yang terdapat pada petunjuk pelaksana Perda No.14 tahun 2005.
2. Strategi lain yang ditempuh oleh BPKAD dalam mengelola pajak reklame adalah dengan menggandeng instansi terkait sebagai mitra kerja dan lebih bersikap *Pro Aktif*. Manajemen pengelolaan pajak reklame masih menjadi wewenang BPKAD, sedangkan, pihak Humas Sekretariat sebagai pemberi ijin pemasangan dan Satpol PP sebagai mitra kerja yang ditunjuk menyediakan sarana-sarana pendukung seperti penyediaan alat-alat pemasangan reklame dan transportasi.

3. Sosialisasi Perda kepada masyarakat, dilakukan untuk lebih mengenalkan masyarakat pada peraturan daerah. Sosialisasi Perda bertujuan untuk semakin meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar pajak, yang akan berdampak pada semakin meningkatnya pendapatan dari sektor pajak reklame. Sosialisasi dapat dilakukan dengan memberikan penyuluhan, bekerja sama dengan RT/RW setempat kepada masyarakat secara langsung, misalnya masuk ke toko-toko dan pemberian selebaran atau brosur pada masyarakat.
4. Peningkatan pengawasan dilakukan untuk mengontrol pegawai agar tidak melakukan penyelewengan data, dan melanggar peraturan. Pengawasan dilakukan oleh atasan kepada bawahan secara langsung, sedangkan untuk pegawai penagihan ditempat dilakukan secara periodik setelah pegawai turun ke lapangan. Tim penagihan yang terdiri atas 3 instansi terkait dapat ikut mencegah terjadinya kebocoran dana.
5. Tingkat keberhasilan strategi yang diambil dapat dilihat dari mekanisme pelaksanaan strategi dan tercapainya target dalam satu tahun anggaran yang ditetapkan. Munculnya masalah, kendala yang ditemui serta faktor-faktor yang mendukung dapat digunakan untuk menentukan strategi berikutnya pada tahun mendatang.

B. SARAN

1. Pajak Reklame merupakan salah satu sumber pemasukan bagi keuangan daerah yang sangat potensial untuk digali, baik dengan cara intensifikasi maupun ekstensifikasi. Pemungutan pajak reklame ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang besar dalam pembangunan daerah. Oleh karena itu, diperlukan peran aktif dari aparat dan kemampuan organisasi, serta perbaikan peningkatan kualitas sumber daya manusia dari aparaturnya dalam menguasai masalah perpajakan.
2. Strategi peningkatan pendapatan daerah melalui pajak reklame yang dilakukan BPKAD, mungkin dapat melakukan pertimbangan dengan bekerja sama dengan pihak swasta, yang selama ini belum dilakukan BPKAD. Apakah swasta sebagai pihak yang membuat atau mencetak reklame, atau bisa juga kerja sama dalam hal lain. Bukannya tidak mungkin kerja sama dengan swasta akan semakin mengurangi tingkat kebocoran dana, karena swasta ikut serta dalam pengawasan, yang pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan daerah. Tentunya pemilihan kerja sama dengan swasta harus mempertimbangkan eksistensi dan kemampuan mereka, sebelum menjadi mitra BPKAD.

3. Dalam proses pendaftaran hingga pemasangan reklame, seharusnya dapat diproses melalui satu pintu saja. Proses pendaftaran hingga pemasangan yang melibatkan tiga instansi, dirasa terlalu berbelit-belit. Oleh karena itu, pelayanan yang lebih cepat dan mudah, mungkin cukup melalui BPKAD saja, akan lebih efektif dan efisien dari sistem yang masih dipakai sekarang.
4. Pengawasan terhadap pegawai pemungut pajak reklame terus diintensifkan, agar kebocoran dana dan manipulasi data dapat ditekan seminimal mungkin. Pengawasan dapat dilakukan secara langsung oleh atasan kepada bawahan. Pengawasan serta sanksi yang tegas dan harus benar-benar dijalankan dan dijatuhkan kepada petugas pajak dan wajib pajak yang melanggar atau bersalah, tanpa kecuali. Agar, penyelewengan dana serta pemasangan reklame liar semakin sedikit jumlahnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsini. 1998. *Managemen Penelitian*. Jakarta : Renika Cipta.
- Brotodiharjo, Santoso. SH. 1993. *Pengantar Ilmu Hukum Pajak*. Bandung : PT Eresco.
- Handayaniingrat, S. 1984. *Pengantar Ilmu Administrasi dan Management*. Jakarta : Gunung Agung.
- Ichsan, M. dan Ratih Nur Pratiwi. 1986. *Pokok-Pokok Administrasi Keuangan Daerah*. Malang : FIA UB.
- Kaho, Josef Riwu. 1997. *Prospek Otonomi Daerah di Negara Republik Indonesia*. Jakarta : Rajawali Press.s
- Mardiasmo. Dr. MBA. Ak. 2002. *Perpajakan (Edisi Revisi tahun 2002)*. Jogjakarta : Andi
- Miles, Methew dan Huberman, A. M. 1992. *Analisis Data Kualitatif : Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru (Penerjemah : T. Rohidi)*. Jakarta : UI-Press.
- Moleong, Lexy, 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Roodsakarya.
- Nasir, Moh. 1998. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Poerwadarminta. W.J.S. 1997. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Pandiangan, Liberty. SE. Msi. 2002. *Undang-Undang Perpajakan Indonesia*. Jakarta : Erlangga.

- Soemitro, Rohmat. 1995. *Dasar-Dasar Hukum Pajak*. Bandung : PT Eesco.
- Siagian, H. 1989. *Strategi Pembangunan di Indonesia*. Jakarta : CV Intan.
- Siagian, SP. 1995. *Managemen Stratejik*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Salusu, J. 1989. *Pengambilan Keputusan Stratejik Untuk Organisasi Publik dan Non Publik*. Jakarta : Grafindo.
- Tjahjono, A dan M. Fachri Husain. 1999. *Perpajakan*. Jogjakarta : Bumi Aksara.
- Trago, B. Benjamin dan Jonh W. Zimmerman. 1986. *Strategi Management*. Jakarta : Erlangga.
- Waluyo. Drs. Msc. MM. Akt. 2002. *Perpajakan Indonesia*. Jakarta : Salemba Empat
- Zain, Moh. DR. Drs. Ak. 2003. *Manajemen Perpajakan*. Jakarta : Salemba Empat.

Kumpulan Undang-Undang :

- Undang-Undang Nomer 34. Tahun 2000 tentang *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*.
- Undang-Undang Nomer 32. Tahun 2004 tentang *Pemerintahan Daerah*
- Undang-Undang Nomer 33. Tahun 2004 tentang *Perimbangan Keuangan Pusat dan Daerah*.
- Peraturan Daerah Kabupaten Trenggalek No.15 Tahun 2003 *Tentang Pajak Reklame*.
- Peraturan Bupati Trenggalek No.14 Tahun 2005 *Tentang Tata Cara Pelaksanaan Pemungutan Pajak Reklame Di Kabupaten Trenggalek*.