KAJIAN PENINGKATAN PENDAPATAN ASLI DAERAH PADA DINAS PENDAPATAN DAERAH KABUPATEN MALANG

(STUDI DALAM OPTIMALISASI PENERIMAAN PAJAK REKLAME DI KABUPATEN MALANG)

SKRIPSI

Diajukan untuk menempuh ujian sarjana
Pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

AHMAD NURCHOLISH LATIF
NIM. 0410312001

UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI PUBLIK
KONSENTRASI ADMINISTRASI PEMERINTAHAN DAERAH
2006

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Kajian Peningkatan PAD Pada Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Malang (Studi dalam Optimalisasi Penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Malang)**

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Publik Pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Dr. Mardiyono, MPA selaku Ketua Komisi Pembimbing dan Endah Setyowati, S.Sos, M.Si, selaku Anggota Komisi Pembimbing skripsi, yang telah meluangkan waktu serta banyak memberikan masukan dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
2. Dr.Suhadak, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
3. Drs. Irwan Noor, MA selaku ketua jurusan Administrasi Publik
4. Drs. Sukanto, M.S selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Publik
5. Kedua orang tua atas dorongan dan doanya
6. Bu Wahju M atas kesediaan waktunya untuk mencarikan data-data yang penulis butuhkan dan semua pegawai Dipenda Kabupaten Malang khususnya bagian P2O dan bagian Tata Usaha yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.
7. Semua Pihak yang telah membantu kelancaran dalam penulisan skripsi ini

8. Teman-teman di FIA : henny, erry, ari dan semuanya deh..yang tidak bisa disebutkan per kepala, he.he...
9. Teman- teman asrama beta 'motornya', sang musisi opan ' lagunya', yoyon ' buku panduannya', dan kepada bidadari-bidadari yang berlalu lalang di depanku yang menambah indahnya dunia
10. Guru-guruku terima kasih atas ilmunya yang telah menanamkan jiwa kstaria pada diriku dan juga kepada teman-teman, ikhwan-ikhwan mujahid muda satu visi, satu misi.
11. Buku- buku komputer di lemariku dan juga kepada programers di dunia maya yang mengisi waktu luangku.
12. Tidak lupa kepada komputer dan printerku serta buku-buku yang membanjiri kamarku atas sikap koperatifnya.

Akhir kata dengan menyadari akan kekurangan-kekurangan dalam skripsi ini baik yang menyangkut materi maupun cara penulis menyajikannya, tidak lain karena keterbatasan kemampuan penulis sendiri, sehingga demi penyempurnaannya penulis mohon adannya saran dan kritik yang membangun dari semua pihak .

Semoga penulisan skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi kita semua.

Malang, 29 September 2006

Penulis

repository.ub.ac.id

RINGKASAN

Ahmad Nurcholish, 2006, Optimalisasi Penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Malang (Kajian Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Pada Dinas Pendapatan Daerah di Kabupaten Malang) Komisi Pembimbing, Ketua Drs. Mardiyono, M.P.A dan Anggota Endah Setyowati, S.Sos, M.Si.

Dalam rangka otonomi daerah, Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan tolok ukur tingkat kemampuan keuangan daerah dan salah satu sumber PAD adalah pajak daerah. Rendahnya kemampuan keuangan daerah yang mengakibatkan tingginya ketergantungan daerah terhadap dana dari Pemerintah Pusat, mendorong Pemerintah Daerah/Kota melakukan upaya untuk meningkatkan PAD-nya salah satunya dengan cara melakukan optimalisasi pajak daerahnya untuk meningkatkan keuangan daerah dalam menunjang pembangunan daerah. Pajak reklame yang merupakan bagian dari pajak daerah memiliki potensi yang terus dapat ditingkatkan sebagai sumber andalan bagi pajak daerah, hal ini didukung dengan semakin berkembangnya pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Malang, selama ini jenis pajak daerah yang memiliki kontribusi yang besar terhadap PAD adalah pajak penerangan jalan dan pajak hiburan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan, menganalisis dan menginterpretasikan upaya-upaya yang dilakukan oleh Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Malang untuk mengoptimalkan penerimaan dari pajak reklame. Penelitian yang mengambil lokasi di Kabupaten Malang ini merupakan penelitian kualitatif dengan cara deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil yang diperoleh menunjukkan optimalisasi penerimaan pajak reklame di Kabupaten Malang di lakukan melalui intensifikasi dan ekstensifikasi. Intensifikasi yang dilakukan Dipenda Kabupaten Malang yaitu, (a) memperkuat proses pemungutan seperti publikasi dan sosialisasi tentang pajak reklame, peningkatan kualitas pegawai, peningkatan sarana dan prasarana pendukung, penyesuaian tarif dan penagihan serta penerapan sanksi; (b) meningkatkan efisiensi dengan cara restrukturisasi organisasi dan penyempurnaan sistem dan prosedur; dan (c) melakukan pengawasan. Adapun upaya yang dilakukan dengan cara ekstensifikasi yaitu dengan menambah jenis pajak baru seperti tinplate. Flakcine, reklame dalam ruangan/gedung, reklame yang dicat pada rumah/toko.

Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Malang selaku organisasi pelaksana dalam pemungutan pajak daerah dapat dikatakan berhasil, hal ini terlihat dari keberhasilan penerimaan pajak reklame dalam tujuh tahun terakhir mulai tahun 1999 s/d 2005 yang terus meningkat dan melebihi target yang telah ditetapkan. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame seperti kesadaran masyarakat yang masih rendah, sistem pengawasan yang belum efektif, prosedur perijinan yang terpisah, banyaknya wajib pajak yang berdomisili di luar daerah dan juga kendala dana.

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL
KATA PENGANTAR i
DAFTAR ISI iii
DAFTAR TABEL vi
DAFTAR GAMBAR/BAGAN vii
DAFTAR LAMPIRAN viii
BAB I PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Perumusan Masalah 9
1.3 Tujuan Penelitian 9
1.4 Kontribusi Penelitian 9
1.5 Sistematika Pembahasan 10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA
2.1. Otonomi Daerah
2.1.1 Pengertian Otonomi Daerah 11
2.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Pelaksanaan Otonomi daerah 12
2.2 Desentralisasi 13
2.3 Keuangan Daerah 16
2.4 Hubungan Keuangan Pemerintah Pusat dan Daerah
2.4.1 Desentralisasi Fiskal 17
2.4.1.1 Pendapatan Asli Daerah 18
2.4.1.2 *RevenueSharing* 19
2.4.1.3 Dana Alokasi Umum 19
2.4.1.4 Dana Alokasi Khusus 20
2.4.2 Dekonsentrasi dan Tugas Pembantuan 20
2.4.2.1 Dekonsentrasi 21
2.4.2.2 Tugas Pembantuan 21
2.6. Perpajakan
2.6.1 Pengertian Pajak 24
2.6.2 Fungsi Pajak 26
2.6.3 Pengelompokan Pajak 26
2.6.4 Syarat Pemungutan Pajak 27
2.6.5 Asas Pemungutan Pajak 27
2.6.6 Sistem Pemungutan Pajak 28
2.6.7 Subjek dan Objek Pajak 28
2.7 Pajak Daerah
2.7.1 Pengertian Pajak Daerah 29
2.7.2 Pengelompokan Pajak Daerah 32
2.7.3 Prosedur Pendaftaran Wajib Pajak/Retribusi Daerah 32
2.7.4 Kinerja Pajak Daerah 33
2.8 Pajak Reklame
2.8.1 Pengertian Pajak Reklame 34
2.9 Optimalisasi
2.9.1 Pengertian Optimalisasi 35

2.9.2 Optimalisasi Peningkatan Pendapatan Daerah.....35
2.9.2.1 Intensifikasi Pajak Daerah.....36
2.9.2.2 Ekstensifikasi Pajak Daerah.....37
BAB III METODE PENELITIAN
3.1 Jenis Penelitian.....39
3.2 Fokus Penelitian.....40
3.3 Sumber Data.....41
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....41
3.5 Instrumen Penelitian.....42
3.6 Lokasi dan Situs Penelitian.....42
3.7 Metode Analisis.....43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1Penyajian Data
4.1.1 Gambaran Umum Kabupaten Malang.....45
4.1.1.1 Sejarah Singkat Kabupaten Malang.....46
4.1.1.2 Kondisi Geografis.....47
4.1.1.3 Kondisi Wilayah dan Jumlah Penduduk.....48
4.1.1.4 Potensi Ekonomi.....48
4.1.15 Transportasi.....49
4.1.2 Gambaran Umum Dinas Pendapatan Daerah (Dipenda) Kabupaten Malang.....50
4.1.2.1 Sejarah Singkat Instansi.....50
4.1.2.2 Susunan Organisasi dan Tata Kerja Dipenda.....51
4.1.2.3 Tugas Pokok Dan Fungsi Dipenda.....56
4.1.3 Gambaran Umum Sistem Pemungutan Pajak Reklame Di Kabupaten Malang.....57
4.1.3.1 Dasar Hukum.....57
4.1.3.2 Subjek dan Objek Pajak Reklame.....57
4.1.3.3 Tidak Termasuk Objek Pajak Reklame.....59
4.1.3.4 Dasar Pengenaan dan Tarif Pajak Reklame.....59
4.1.3.5 Nilai Strategis Suatu Lokasi.....60
4.1.3.6 Persyaratan Pembayaran Pajak Reklame.....60
4.1.3.7 Prosedur Pelaksanaan Pemungutan Pajak Reklame.....60
4.1.3.8 Cara Pengenaan Pajak Reklame.....64
4.1.3.9 Masa Pajak Reklame.....66
4.1.3.10 Ketentuan Lokasi Pemasangan Reklame.....67
4.1.4 Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Malang.....67
4.1.4.1 Target dan Realisasi PAD.....67
4.1.4.2 Target dan Realisasi Pajak Daerah.....73
4.1.5 Potensi Pajak Reklame Kabupaten Malang.....76
4.1.6 Kondisi Penerimaan Pajak Reklame Kabupaten Malang
4.1.6.1 Target dan Realisasi Pajak Reklame.....80
4.1.6.2 Kontribusi Pajak Reklame.....84
4.1.7 Upaya Dipenda Mengoptimalkan Pajak Reklame.....86
4.1.7.1 Intensifikasi.....86
4.1.7.2 Ekstensifikasi.....96
4.1.8 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pajak Reklame.....97

4.2 Analisis dan Interpretasi Data
4.2.1 Kondisi Penerimaan Pajak Reklame Kabupaten Malang.....99
4.2.1.1 Penetapan Target dan Realisasi.....99
4.2.1.2 Kontribusi Pajak Reklame Terhadap PAD 100
4.2.2 Upaya Dipenda Mengoptimalkan Pajak Reklame 102
4.2.2.1 Intensifikasi.....102
4.2.2.2 Ekstensifikasi 106
4.2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pajak Reklame 106
4.2.3.1 Kesadaran Masyarakat yang Masih Rendah 106
4.2.3.2 Sistem Pengawasan yang Belum Efektif.....107
4.2.3.3 Peosedur Perijinan yang Terpisah.....107
4.2.3.4 Banyak Wajib Pajak Berdomisili di Luar Daerah.....107
4.2.3.5 Kendala Dana.....107
BAB V PENUTUP
5.1 Kesimpulan 109
5.2 Saran.....110

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era otonomi daerah sekarang ini, daerah diberikan kewenangan yang lebih besar untuk mengatur dan mengurus rumah tangganya sendiri. Tujuannya antara lain adalah untuk lebih mendekatkan pelayanan pemerintah kepada masyarakat, memudahkan masyarakat untuk memantau dan mengontrol penggunaan dana yang bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD), selain untuk menciptakan persaingan yang sehat antar daerah dan mendorong timbulnya inovasi (Sidik, 2001, h. 3). Sejalan dengan kewenangan tersebut, Pemerintah Daerah diharapkan lebih mampu menggali sumber-sumber keuangan khususnya untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan pemerintahan dan pembangunan di daerahnya melalui Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Tuntutan peningkatan PAD semakin besar seiring dengan semakin banyaknya kewenangan pemerintahan yang dilimpahkan kepada daerah disertai pengalihan personil, peralatan, pembiayaan dan dokumentasi (P3D) ke daerah dalam jumlah besar. Sementara, sejauh ini dana perimbangan yang merupakan transfer keuangan oleh pusat kepada daerah dalam rangka mendukung pelaksanaan otonomi daerah, meskipun jumlahnya relatif memadai yakni sekurang-kurangnya sebesar 26 persen (sumber: UU No.33 Tahun 2004, pasal 27) dari Pendapatan Dalam Negeri Neto dalam APBN, namun, daerah harus lebih kreatif dalam meningkatkan PAD-nya untuk meningkatkan akuntabilitas dan keleluasaan dalam pembelanjaan APBD-nya. Sumber-sumber penerimaan daerah yang potensial harus digali secara maksimal, namun tentu saja di dalam koridor peraturan perundang-undangan yang berlaku, termasuk diantaranya adalah pajak daerah dan retribusi daerah yang memang telah sejak lama menjadi unsur PAD yang utama.

Dengan diberlakukannya Undang-undang No.32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah dan Undang-undang No.33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat Dan Pemerintah Daerah telah

menyebabkan perubahan yang mendasar mengenai pengaturan hubungan Pusat dan Daerah, khususnya dalam bidang administrasi pemerintahan maupun dalam hubungan keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah, yang dikenal sebagai era otonomi daerah.

Meskipun UUD 45 yang menjadi acuan konstitusi telah menetapkan konsep dasar tentang kebijakan otonomi kepada daerah namun dalam perkembangan sejarahnya mengalami banyak perubahan kebijakan mengenai ide otonomi itu yang disebabkan oleh kuatnya tarik-menarik kalangan elit politik pada masanya. Hal itu terlihat jelas dalam undang-undang yang pernah berlaku di mulai dengan UU No.1 Tahun 1945, kebijakan otonomi pada masa ini lebih menitik beratkan pada dekonsentrasi, kepala daerah hanyalah kepanjangan tangan pemerintahan pusat. UU No.22 Tahun 1948, terjadi dualisme peran di kepala daerah, di satu sisi ia punya peran besar untuk daerah tetapi masih juga menjadi alat pemerintah pusat. UU No.1 Tahun 1957, masih terjadi dualisme dimana kepala daerah bertanggung jawab penuh pada DPRD tetapi juga masih alat pemerintah pusat. Penpres No.6 Tahun 1959, melalui penpres ini kepala daerah diangkat oleh pemerintah pusat terutama dari kalangan pamong praja. UU No.18 Tahun 1965, Pada masa ini kebijakan otonomi daerah menitikberatkan pada desentralisasi dengan memberikan otonomi yang seluas-luasnya bagi daerah, sedangkan dekonsentrasi diterapkan hanya sebagai pelengkap saja. UU No.5 Tahun 1974, pembangunan menjadi isu sentral dibanding dengan politik. Pada penerapannya, terasa seolah-olah telah terjadi proses depolitisasi peran pemerintah daerah dan menggantikannya dengan peran pembangunan yang menjadi isu nasional. UU No.22 Tahun 1999, pemerintah daerah menjadi titik sentral dalam penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan dengan mengedepankan otonomi luas, nyata dan bertanggung jawab yang disempurnakan dengan di keluarkannya UU. No 32 Tahun 2004.

Pembangunan yang sedang dilaksanakan oleh negara kita di seluruh tanah air memerlukan biaya yang cukup besar, sehingga dalam hal ini tidak dapat dibebankan kepada pemerintah pusat saja melainkan harus dipikul bersama-sama dengan pemerintah daerah setempat diseluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia. Untuk itu kepada pemerintah daerah diberikan suatu wewenang dalam

mengurus rumah tangganya sendiri (otonomi). Tujuan dalam penyelenggaraan otonomi daerah adalah peningkatan kesejahteraan rakyat, pemerataan dan keadilan, demokratisasi dan penghormatan terhadap budaya lokal dan memperhatikan potensi dan keanekaragaman daerah.

Atas dasar itu, Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah memberikan kewenangan yang luas, nyata dan bertanggung jawab kepada daerah sehingga memberi peluang kepada daerah agar leluasa mengatur dan melaksanakan kewenangannya atas prakarsa sendiri sesuai dengan kepentingan masyarakat setempat dan potensi setiap daerah.

Otonomi daerah merupakan hak, wewenang dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan peraturan perundang-undangan.Daerah otonom adalah kesatuan masyarakat hukum yang mempunyai batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat menurut aspirasi masyarakat dalam ikatan Negara kesatuan Republik Indonesia. Hal inilah yang harus diperhatikan oleh pemerintah daerah setempat, karena dengan adanya pemberlakuan kebijakan otonomi secara otomatis subsidi yang selama ini menjadi bagian dari anggaran pendapatan daerah akan berkurang sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Pelaksanaan desentralisasi dan otonomi daerah dapat dilihat dalam kerangka konstitusi NKRI. Dalam UUD 45 terdapat dua nilai dasar yang dikembangkan yakni nilai unitaris dan nilai desentralisasi teritorial (Suwandi, 2002, h. 5). Nilai dasar unitaris diwujudkan dalam pandangan bahwa Indonesia tidak akan mempunyai kesatuan pemerintah lain di dalamnya yang bersifat Negara artinya Indonesia adalah Negara kesatuan (*Eenheidstaat)*. Sementara nilai dasar desentralisasi teritorial diwujudkan dalam penyelenggaraan pemerintahan di daerah dalam bentuk otonomi daerah.

Dikaitkan dengan dua nilai dasar konstitusi tersebut penyelenggaraan desentralisasi di Indonesia terkait erat dengan pola pembagian kekuasaan antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah. Hal ini karena dalam penyelenggaraan desentralisasi terdapat dua elemen penting yakni pembentukan daerah otonom dan penyerahan kekuasaan secara hukum dari pemerintah pusat ke pemerintah daerah

untuk mengatur dan mengurus bagian-bagian tertentu urusan pemerintahan termasuk di dalam urusan keuangan daerah.

Kemampuan daerah dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat sangat bergantung pada kemampuan pendanaannya. Diberbagai daerah sumber keuangan daerah ini selalu menjadi polemik karena ada perbedaan distribusi sumber pendapatan antara pemerintah daerah dengan pusat. Daerah selalu merasa bahwa sumber dana yang dimilikinya kurang memadai dan pemerintah pusat dituduh enggan berbagi pendapatan dengan daerah. Untuk mengatasi kejadian tersebut pemerintah daerah diberi hak, wewenang dan kewajiban untuk mengatur dan mengurus rum ah tangga daerahnya sesuai dengan perundang-undangan termasuk di dalamnya keuangan daerah.

Humes IV (dalam Muluk, 2005, h. 80) mengungkapkan bahwa pada prinsipnya sumber keuangan daerah itu ada tiga, yakni : *Locally raised revenue* (pendapatan asli daerah), *transferred or assigned income* (dana transfer dari pemerintah atasan) dan *loans* (pinjaman). Sedangkan di dalam Undang-undang No. 33 Tahun 2004 sumber keuangan/ penerimaan daerah terdiri dari Pendapatan Asli Daerah, Dana Perimbangan dan Lain-lain Pendapatan. Pendapatan Asli Daerah merupakan pendapatan yang ditentukan dan dikumpulkan secara lokal. Jenis pendapatan ini seharusnya merupakan sumber penghasilan utama bagi daerah. Pendapatan Asli Daerah terdiri dari pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan dan lain-lain PAD yang sah. Daerah harus lebih kreatif menggali sumber-sumber pendapatan di daerahnya untuk meningkatkan akuntabilitas dan keleluasaan dalam pembelanjaan APBD-nya. Sumber-sumber pendapatan yang potensial digali secara maksimal dan tentu saja dalam koridor peraturan perundang-undangan yang berlaku termasuk diantaranya pajak daerah.

Kabupaten Malang adalah kabupaten terluas kedua di Jawa Timur setelah Kabupaten banyuwangi hal ini di dukung dengan luas wilayahnya 3.711,61 Km^2 atau sama dengan 334.800 ha dan jumlah penduduknya 2.346.710 jiwa terbesar kedua setelah Kota Surabaya (sumber : http://id.wikipedia.org). disamping itu Kabupaten Malang dikenal dengan berbagai macam objek wisata alamnya.

Letaknya yang berada di luar dua wilayah Pemerintah Kota yakni Kota Malang yang sangat besar akses penduduknya dengan Kota Surabaya sebagai pusat pertumbuhan di Jawa Timur dan Kota Batu dengan potensinya sebagai salah satu kota tujuan wisata, menjadikan daerah Kabupaten Malang, khususnya wilayah utara menjadi tempat perlintasan mobilitas penduduk yang sangat ramai.

Potensi-potensi yang didukung dengan semua komponen geografis kewilayahan dan kependudukannya serta pertumbuhan ekonomi yang terus membaik inilah yang mendorong menjamurnya pemasangan reklame di wilayah Kabupaten Malang. Oleh karena itu pula pajak reklame sebagai salah satu pajak daerah yang dikenakan pada setiap pemasangan reklame, memberikan pemasukan yang cukup besar terhadap pendapatan asli daerah.

Kerangka khusus kebijakan sudah dipersiapkan oleh Pemerintah Kabupaten Malang dalam upaya meningkatkan Pendapatan Asli Daerahnya. Dalam Program Pembangunan Daerah 2001-2005, Pemerintah Kabupaten Malang menetapkan beberapa arah kebijakan antara lain: mengoptimalkan penjaringan objek pajak dan retribusi daerah, peningkatan kesadaran subjek/wajib pajak. Sedangkan dalam penerapannya antara lain dilaksanakan melalui: program peningkatan dan perbaikan data administrasi objek pajak dan retribusi daerah, program peningkatan kesadaran wajib pajak daerah. Pelaksanaan program tersebut diharapkan mampu berdampak pada peningkatan Pendapatan Asli Daerah, Pengembangan Sumber Daya Manusia, Peningkatan kesejahteraan sosial, serta penataan lembaga-lembaga pemerintahan Kabupaten Malang. Upaya ini diperlukan sebagai bagian dari proses peningkatan kesejahteraan yang dapat dinikmati secara lebih merata dan berkeadilan oleh seluruh masyarakat Kabupaten Malang.

Untuk meningkatkan pelaksanaan pembangunan dan pemberian pelayanan kepada masyarakat serta peningkatan pertumbuhan perekonomian di daerah, diperlukan penyediaan sumber-sumber Pendapatan Asli Daerah yang hasilnya memadai. Upaya peningkatan penyediaan pembiayaan dari sumber tersebut antara lain, dilakukan dengan peningkatan kinerja pemungutan, penyempurnaan dan

penambahan jenis pajak, serta pemberian keleluasaan bagi daerah untuk menggali sumber-sumber penerimaan khususnya dari sektor Pajak Daerah.

Dalam Undang-undang No.34 Tahun 2000 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah disebutkan ada dua jenis pajak yaitu Pajak Propinsi dan Pajak Kabupaten/ Kota, dalam pasal 2 ayat 2 di dalam Undang-undang tersebut disebutkan jenis pajak Kabupaten / Kota terdiri dari pajak hotel, pajak restoran, pajak hiburan, pajak reklame, pajak penerangan jalan, pajak galian golongan c serta pajak parkir.

Kabupaten Malang mempunyai delapan jenis pajak daerah selain yang disebutkan diatas terdapat satu jenis pajak lagi yaitu pajak sarang burung wallet, kedelapan jenis pajak tersebut memberikan kontribusi yang besar terhadap pendapatan daerah. Pada tahun 2005 Pendapatan Daerah dari sektor pajak sebesar Rp. 24.265.589.901.00 (lihat tabel 1), ini menunjukkan bahwa pajak daerah merupakan sumber penerimaan pendapatan bagi daerah yang tidak kecil.

Tabel 1. Penerimaan Pendapatan Daerah dari Sektor Pajak Daerah

No.	**Jenis Pajak Daerah**	**Penerimaan (Rp)**
1.	Pajak Hotel	230, 202,716,00
2.	Pajak Restoran	397,265,475,00
3.	Pajak Hiburan	2,777,332,559,00
4.	Pajak Reklame	1,014,332,004,00
5.	Pajak Penerangan Jalan	19,443,924,602,00
6.	Pajak Bahan Galian Gol. C	334,025,245,00
7.	Pajak Parkir	51,117,300,00
8.	Pajak Sarang Burung	17,390,000,00
	Total	**24,265,589,901,00**

Sumber : Dokumen Laporan Penerimaan Pendapatan Kab. Malang, 2005

Walaupun pajak reklame tidak sebesar pajak penerangan jalan dan pajak hiburan namun pada umumnya pajak reklame mempunyai potensi yang cukup bagus untuk dijadikan andalan bagi Kabupaten Malang apabila di gali dan diolah secara maksimal. Mengoptimalkan penerimaan dari pajak reklame di maksudkan untuk meningkatkan pendapatan daerah untuk menggantikan lenyapnya sumber

PAD dari pajak hotel, restoran dan pariwisata sebesar Rp 2 milyar pertahun akibat pemisahan kecamatan Batu, Bumiaji dan Junrejo (sumber:http//www.kompas.com).

Kondisi riil sekarang ini Kabupaten Malang telah berkembang menjadi daerah perkotaan yang memiliki potensi menjanjikan seperti di bidang pariwisata, pertokoan, rumah makan, pendidikan dan tempat pembelanjaan besar / swalayan *(supermarket).* Berkembangnya berbagai macam usaha membutuhkan suatu media untuk memperkenalkan produk atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat umum (calon konsumen). Untuk memperkenalkan produk tersebut melalui berbagai macam media salah satu alternatifnya adalah melalui media reklame.

Penerimaan pajak reklame tentunya berkaitan erat dengan pertumbuhan atau perkembangan reklame yang ada di daerah tersebut. Sedangkan pertumbuhan dan perkembangan penggunaan media reklame itu sendiri juga banyak sekali faktor yang mempengaruhinya. Selain faktor padatnya penduduk yang menjadi sasaran penyampaian informasi reklame juga potensi konsumtif masyarakat atas sebuah produk di daerah tersebut sebagai sasaran reklame. Pertumbuhan yang pesat dalam penggunaan media reklame disudut-sudut persimpangan ataupun yang ada dijalan-jalan protokol yang ada diKabupaten Malang memerlukan tindak lanjut untuk dikelolah dan dikembangkan agar penerimaan dari sektor pajak reklame tersebut dapat ditingkatkan lagi.

Dalam upaya meningkatkan pendapatan daerah melalui pajak reklame, Pemerintah Kabupaten Malang harus memperhatikan dan mencari cara/usaha apa yang seharusnya di terapkan agar dari sektor ini bisa meningkat. Masalah mendasarnya adalah mengapa dari sektor pajak reklame masih relatif kecil di bandingkan pajak penerangan jalan dan pajak hiburan, apakah tidak bisa ditingkatkan lagi secara maksimal. Ini mungkin saja disebabkan oleh adanya masyarakat yang tidak mengetahui bahwa pemasangan reklame terkena pajak. Atau mungkin saja pihak petugas pelaksana penarik pajak tidak memperhatikan atau membiarkan bahwa pemasangan reklame dalam berbagai bentuk khususnya yang kecil seperti reklame melekat (stiker) atau reklame pada rombong juga di

kenakan pajak. Oleh karena itu diperlukan suatu upaya untuk mengoptimalkan penerimaan pajak reklame.

Upaya yang dapat dilakukan agar pajak reklame dapat di optimalkan sebagai sumber PAD misalkan dengan cara intensifikasi pajak reklame yang meliputi peningkatan profesionalisme SDM, penataan sistem pemungutan pajak reklame, penyediaan sarana dan prasarana, tindakan yang tegas bagi pelanggar pajak, tarif pajak yang disesuaikan serta pelayanan terhadap subjek/objek pajak. Selain itu ada juga cara lain yaitu ekstensifikasi misalkan mencari objek pajak baru yang sekiranya berpotensi untuk di kenakan pajak reklame seperti yang telah dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Malang dengan mengenakan pajak reklame dalam ruangan.

Dalam pelaksanaan pemungutan pajak mungkin ada beberapa kendala di lapangan seperti domisili wajib pajak yang berada di luar kota atau kondisi pegawai yang kurang baik secara kuantitas maupun kualitas, sarana dan prasarana yang belum memadai. Beberapa faktor tersebut merupakan masalah yang harus dikaji di mana letak kekurangan dan kelebihannya, bagian mana yang seharusnya menjadi prioritas utama untuk ditangani secara serius dan masih mungkin untuk ditingkatkan serta diusahakan adanya aparat pelaksana yang tangguh dan bersih, penerapan sistem pemungutan pajak yang baik, sederhana dan mudah dilaksanakan dan tentu saja memperhatikan efektif dan efisiensinya dalam proses pemungutan pajak sehingga pendapatan dari pajak reklame dapat memberikan sumbangan yang besar bagi Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Malang.

Pajak reklame sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah yang berasal dari sektor pajak daerah dalam pelaksanaan pemungutannya harus berdasarkan Undang-undang yang telah ditetapkan. Maka untuk meningkatkan upaya pengendalian, efektifitas dan kelancaran dalam pelaksanaannya Pemerintah Daerah perlu untuk menetapkan pungutan pajak reklame. Pajak reklame merupakan salah satu sumber keuangan daerah Kabupaten Malang yang mempunyai peranan penting dalam memberikan sumbangan bagi Pendapatan Asli Daerah. Oleh sebab itu segala potensi yang ada harus digali secara optimal terutama potensi yang berasal dari pajak reklame.

1.2 Perumusan Masalah

1. Bagaimana kondisi penerimaan pajak reklame di Kabupaten Malang ?
2. Bagaimana upaya yang dilakukan oleh Dinas Pendapatan Kabupaten Malang dalam mengoptimalkan pendapatan daerah dari sektor pajak reklame ?
3. Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi peningkatan pendapatan daerah dari sektor pajak reklame ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan diadakan penelitian ini adalah :

1. Untuk mendeskripsikan kondisi penerimaan pajak reklame di Kabupaten Malang.
2. Untuk mendeskripsikan upaya yang dilakukan oleh Dinas Pendapatan Kabupaten Malang dalam mengoptimalkan pendapatan daerah dari sektor pajak reklame.
3. Untuk mendeskripsikan faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan pendapatan daerah dari pajak reklame.

1.4 Kontribusi Penelitian

Beberapa manfaat dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

   Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat di pergunakan sebagai masukan atau sumber informasi bagi pihak-pihak lain yang akan melakukan penelitian lebih lanjut tentang perpajakan khususnya pajak reklame.

2. Manfaat Praktis

   Penelitian ini diharapkan memberikan masukan dan sebagai bahan pertimbangan bagi Dinas Pendapatan Kabupaten Malang dalam meningkatkan pendapatan daerah dari pajak reklame.

1.5 Sistematika Pembahasan

Agar lebih memudahkan dalam membaca alur penulisan penelitian ini maka di buat sistematika pembahasan yang terdiri dari beberapa bab sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini meliputi Latar belakang, Perumusan masalah, Tujuan penelitian dan Manfaat penelitian serta Sistematika pembahasan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini dijelaskan mengenai beberapa persepsi dasar tentang pengertian Otonomi Daerah, Perpajakan, Pajak Daerah dan Pajak Reklame.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini dibahas tentang metode penelitian yang di gunakan, fokus penelitian, pemilihan lokasi dan situs penelitian, sumber data, pengumpulan data, instrument penelitian dan analisa data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini meliputi penyajian data yang diperoleh di lapangan berdasarkan fokus penelitian yang selanjutnya akan dilakukan analisis data dan interpretasi data yang berkaitan dengan faktor – faktor yang mempengaruhi peningkatan pajak reklame dan upaya yang dilakukan agar penerimaan pajak reklame dapat di optimalkan sebagai sumber andalan pendapatan daerah dalam melaksanakan Otonomi Daerah.

BAB V : PENUTUP

Bab ini meliputi kesimpulan atas data yang telah di hasilkan dalam penelitian dan di kemukakan tentang saran-saran sebagai bahan masukan bagi pihak yang terkait.

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Otonomi Daerah

2.1.1 Pengertian Otonomi Daerah

Otonomi atau desentralisasi perlu dilakukan karena tidak ada suatu pemerintahan dari suatu negara yang luas mampu secara efektif membuat kebijakn publik di segala bidang ataupun mampu melaksanakan kebijakan tersebut secara efisien di seluruh wilayah tersebut. Dengan adanya desentralisasi diharapkan beban pemerintah pusat dapat berkurang. Desentralisasi juga diharapkan akan mempercepat pelayanan kepada masyarakat.

Dalam UUD 1945 Bab VI Tentang Pemerintahan Daerah pasal 18 ayat 2 di sebutkan bahwa Pemerintahan daerah propinsi, daerah kabupaten, dan kota mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan menurut asas otonomi dan tugas pembangunan.

Secara etimologis kata otonomi berasal dari bahasa latin, *autos* yang berarti sendiri dan *nomos* aturan. Amran Muslimin (dalam Dewi, 2002, h. 5) mengatakan otonomi itu termasuk salah satu sari azas-azas pemerintahan Negara, dimana pemerintah suatu negara dalam pelaksanaan kepentingan umum untuk mencapai tujuan. Disamping itu Ateng Syafruddin (dalam Dewi, 2002, h. 6) mengemukakan bahwa otonomi mempunyai makna kebebasan atas kemandirian tetapi bukan kemerdekaan. Kemerdekaan terbatas atau kemandirian itu adalah wujud pemberian kesempatan yang harus dipertanggung jawabkan.

Hoessein (dalam Muluk, 2005, h. 2) mengungkapkan bahwa dalam konsep otonomi terkandung kebebasan untuk berprakarsa untuk mengambil keputusan atas dasar aspirasi masyarakat yang memiliki status demikian tanpa kontrol langsung oleh Pemerintah Pusat.

Menurut Kaho (2002, h. 160) mengatakan bahwa pengertian Otonomi Daerah adalah Mula-mula Otonomi atau berotonomi berarti mempunyai “peraturan sendiri “ atau mempunyai hak / kekuasaan / pengaturan atau legislatif sendiri kemudian arti dari pada istilah otonomi berkembang menjadi pemerintahan sendiri .

Sedangkan menurut Undang-undang No. 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah disebutkan bahwa: Otonomi Daerah adalah hak, wewenang, dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Berdasarkan pengertian otonomi daerah diatas dapat disimpulkan bahwa daerah diberikan kewenangan dan keleluasaan untuk menentukan dan melaksanakan kebijakan atas prakarsa sendiri berdasarkan aspirasi masyarakat setempat.

2.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Pelaksanaan Otonomi Daerah

Menurut Kaho (2002, h. 59) ada empat faktor yang mempengaruhi otonomi daerah yaitu:

a. Manusia Pelaksananya harus baik
   Merupakan faktor yang esensial dalam penyelenggaraan pemerintahan daerah. Pentingnya faktor ini karena manusia merupakan subjek dalam segala aktivitas pemerintah. Manusialah yang merupakan pelaku dan penggerak proses mekanisme dalam sistem pemerintah oleh karena itu agar sistem pemerintah berjalan dengan sebaik-baiknya sesuai dengan tujuan yang diharapkan maka manusia sebagai subjek harus pula baik.
b. Keuangan harus cukup dan baik
   Keuangan disini berhubungan dengan sumber pendapatan jumlah uang yang cukup dan pengelolaan keuangan yang sesuai dengan tujuan dan peraturan yang berlaku. Faktor ini sangat penting karena hampir setiap kegiatan membutuhkan dana, maka makin besar dana yang tersedia makin banyak pula kemungkinan kegiatan atau pekerjaan yang dapat terlaksana.
c. Peralatan harus cukup baik
   Pengertian peralatan disini adalah setiap benda atau alat yang dapat digunakan untuk memperlancar kegiatan atau pekerjaan pemerintah daerah. Dengan tersedianya peralatan yang baik maka akan lebih (praktis, efisien dan efektif) jelas akan memperlancar roda pemerintahan.
d. Organisasi dan manajemen harus baik
   Organisasi dalam arti ini adalah susunan yang terdiri dari satuan-satuan organisasi beserta pejabat, kekuasan, tugasnya dan hubungannya satu sama lain dalam rangka mencapai tujuan. Sedangkan yang dimaksud dengan manajemen adalah proses manusia yang menggerakkan tindakan dalam usaha kerjasama sehingga tujuan yang telah ditentukan benar-benar tercapai.

Munir (2004, h. 95) mengatakan otonomi daerah bisa diwujudkan apabila di sertai dengan otonomi keuangan yang baik. Hal ini berarti secara finansial tidak tergantung pada pemerintah pusat. Lebih lanjut Sumodinigrat (dalam Munir,

2004, h. 95) berpendapat bahwa tantangan dan permasalahan yang muncul seiring dengan pemberian otonomi daerah adalah perimbangan antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah dalam menjalankan tugas pokok pemerintahan.

2.2 Desentralisasi

Pengertian Desentralisasi berdasarkan Undang-undang No.32 Tahun 2004 adalah penyerahan wewenang pemerintahan oleh pemerintah kepada daerah otonomi untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia. Desentralisasi adalah cara atau sistem untuk mewujudkan asas demokrasi, yang memberikan kesempatan kepada rakyat untuk ikut serta dalam pemerintahan negara. Desentralisasi adalah merupakan konsep dasar tentang Pemerintahan Daerah yang biasanya berkaitan dengan persoalan kekuasaan *(Power).* Desentralisasi memiliki beberapa tujuan seperti *liberty*, *equality* dan *welfare.*

Desentralisasi memiliki makna dalam arti luas maupun dalam arti sempit, dalam arti luas mencakup desentralisasi politik (*political decentralization)* atau juga dikenal dengan devolusi (*devolution),* desentralisasi administrasi (*Administrative decentralitation)* yang biasanya disebut juga sebagai dekonsentrasi (*deconcentration),* delegasi *(delegation),* privatisasi (*Privatitation)* dan deregulasi (*deregulation).* Sedangkan desentralisasi dalam pengertian sempit hanya mencakup pada desentralisasi politik. Hal yang senada diungkapkan oleh Rondinelli (dalam Mushoffa, 2006, h.13) yang membagi desentralisasi menjadi empat bentuk yaitu desentralisasi politik (*political decentralization),* desentralisasi administratif (*Administrative decentralitation),* desentralisasi fiskal (*fiscal decentralization)* dan desentralisasi ekonomi (*economic or market decentralization).*

Desentralisasi politik merupakan pemberian hak kepada warga negara melalui perwakilan yang dipilih suatu kekuasaan untuk mengambil keputusan publik. Dengan kata lain desentralisasi politik memberikan ruang kewenangan yang lebih luas kepada lembaga perwakilan rakyat untuk lebih berperan dalam menyusun dan melaksanakan kebijakan publik.

Desentralisasi administratif merupakan pelimpahan wewenang yang dimaksudkan untuk mendistribusikan kewenangan, tanggung jawab, dan sumber-sumber keuangan dalam upaya penyediaan pelayanan publik.

Desentralisasi fiskal merupakan pelimpahan wewenang kepada level pemerintah yang lebih rendah untuk melakukan *self financing* atau *cost recovery* dalam hal pelayanan publik terutama melalui pemungutan pajak dan retribusi daerah.

Desentralisasi ekonomi merupakan pelimpahan fungsi pelayanan kepada masyarakat dari pemerintah kepada sektor privat melalui liberalisasi, privatisasi dan regulasi dengan tujuan menciptakan efisiensi ekonomi dalam hal penyediaan barang publik.

Desentralisasi, menurut Sidik (2002, h.1) dapat menjadi alat untuk mencapai salah satu tujuan bernegara, yaitu memberikan pelayanan publik yang lebih baik dan menciptakan proses pengambilan keputusan publik yang lebih demokratis. Dengan desentralisasi akan diwujudkan dalam pelimpahan kewenangan kepada tingkat pemerintah untuk melakukan pembelanjaan, kewenangan untuk memungut pajak (*taxing power),* terbentuknya dewan yang dipilih oleh rakyat, Kepala Daerah yang dipilih oleh DPRD, dan adanya bantuan dalam bentuk transfer dari Pemerintah Pusat. Selanjutnya Sidik (2002, h.3) mengungkapkan diperlukan sedikitnya tujuh syarat untuk keberhasilan pelaksanaan desentralisasi yaitu (i) realistis; (ii) keselarasan kewenangan dan sumber daya; (iii) partisipasi publik; (iv) transparansi informasi;(v) mekanisme penyaluran aspirasi; (vi) sistem akuntabilitas publik; (vii) peraturan perundang-undangan yang mendukung kepentingan publik.

Desentralisasi harus realistis disesuaikan dengan pengembangan institusi , sistem dan prosedur dan mekanisme kordinasi dilingkup pemerintah, dan pengembangan kemampuan sumber daya manusia.

Keselarasan antara proses penyerahan kewenangan fungsi-fungsi pemerintah dari pemerintah pusat kepada pemerintah daerah dengan pengalihan pembiayaan, sarana dan prasarana, sumber daya manusia dan dokumen.

Desain dan kerangka kerja proses desentralisasi harus terkait dengan kemampuan keuangan dan kewenangan fiskal yang dimiliki oleh daerah untuk

memberikan pelayanan publik kepada masyarakatnya, sehingga keinginan rakyat yang di wakili oleh DPRD dalam penyediaan barang publik diharapkan mampu di dukung oleh partisipasi masyarakat dalam menanggung biaya atas penyediaan barang publik tersebut.

Masyarakat lokal harus diberi informasi yang transparan tentang beban yang mereka tanggung sebagai konsekuensi atas penyediaan barang publik tersebut terutama melalui sosialisasi, debat publik dan dialog lainnya yang bermanfaat bagi peningkatan kebutuhan barang publik sesuai dengan aspirasi masyarakat setempat.

Masyarakat harus diberikan kesempatan untuk menyampaikan preferensinya dalam penyediaan barang publik melalui suatu mekanisme yang mungkin kehendak masyarakat tersebut dapat ditampung dalam proses pengambilan keputusan pada tingkat pemerintah daerah dan DPRD yang menghasilkan suatu pemerintah daerah tentang penyediaan barang publik dan implikasi pembiayaannya.

Adanya jaminan sistem akuntabilitas publik, transparansi dan tersedianya informasi keuangan dan pembangunan daerah yang memadai, sehingga memungkinkan masyarakat untuk memantau kinerja aparat pemerintah daerah, dan memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk merespon secara proporsional terhadap kinerja Pemerintah Daerah yang tidak sesuai dengan aspirasi masyarakat. Lingkungan ini memungkinkan baik aparat Daerah maupun DPRD di tuntut untuk responsif terhadap aspirasi masyarakatnya.

Smith (dalam Munir, 2004, h. 91) menjelaskan bahwa desentralisasi dapat juga dimanfaatkan sebagai salah satu cara untuk memobilisasi dukungan terhadap pembangunan nasional dengan membuatnya lebih populer di tingkat daerah serta untuk memperoleh partisipasi yang lebih besar dari golongan-golongan masyarakat yang berbeda.

Otonomi atau desentralisasi perlu dilakukan karena tidak ada suatu pemerintahan dari suatu negara yang luas mampu secara efektif membuat kebijakan publik disegala bidang ataupun mampu melaksanakan kebijakan tersebut secara efisien di seluruh wilayah tersebut. Dengan adanya desentralisasi

di harapkan beban pemerintah pusat berkurang di samping itu juga diharapkan akan mempercepat pelayanan kepada masyarakat.

2.3 Keuangan Daerah

Menurut Munir (2004, h.96) keuangan daerah adalah keseluruhan tatanan, perangkat, kelembagaan, dan kebijakan penganggaran yang meliputi Pendapatan dan Belanja Daerah. Sedangkan Mushoffa (2006, h. 18) mendefinisikan keuangan daerah sama dengan keuangan negara dengan cara menganalogikan ”negara” dengan ”daerah” berdasarkan undang-undang Nomor 17 Tahun 2003 Tentang Keuangan Negara yang menyebutkan bahwa Keuangan Negara adalah semua hak dan kewajiban negara yang dapat dinilai dengan uang, serta segala sesuatu baik berupa uang maupun berupa barang yang dapat dijadikan milik negara berhubung dengan pelaksanaan hak dan kewajiban tersebut.

Menurut pasal 1 ayat 1 Peraturan Pemerintah Nomor 105 Tahun 2000 Tentang Pengelolaan dan Pertanggungjawaban Keuangan Daerah, Keuangan Daerah adalah semua hak dan kewajiban daerah dalam rangka penyelenggaraan pemerintahan daerah yang dapat dinilai dengan uang, termasuk di dalamnya segala bentuk kekayaan yang berhubungan dengan hak dan kewajiban daerah tersebut dalam kerangka Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah. Dalam pengertian ini keuangan, keuangan daerah mencakup di dalamnya perusahaan-perusahaan daerah, yayasan-yayasan daerah dan usaha-usaha lainnya milik pemerintah daerah serta usaha pihak lain yang berdasarkan perjanjian pemerintah daerah ikut serta dalam penyertaan modalnya.

Pemerintah di Daerah dapat terselenggara karena adanya dukungan berbagai faktor sumber daya yang mampu menggerakkan jalannya roda organisasi pemerintahan dalam rangka mencapai tujuan. Faktor keuangan merupakan faktor utama yang merupakan sumber daya finansial bagi pembiayaan penyelenggaraan roda pemerintahan daerah.

Kaho (dalam Munir, 2004, h. 92) menyatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi dalam pelaksanaan otonomi daerah adalah faktor keuangan yang baik. Hal senada diungkapkan oleh Syamsi (dalam Munir, 2004, h.92) yang menempatkan keuangan daerah sebagai salah satu indikator untuk mengetahui kemampuan daerah dalam mengatur dan mengurus rumah tangganya sendiri.

Selanjutnya mengenai pentingnya pengelolaan keuangan daerah, D'Audiffet (dalam Munir, 2004, h. 93) menyatakan bahwa pengendalian keuangan mempunyai pengaruh yang begitu besar pada hari kemudian bagi penduduk sedaerah, sehingga kebijaksanaan yang ditempuh dalam melakukan kegiatan itu dapat menyebabkan kemakmuran atau kelemahan, kejayaan atau kejatuhan penduduk daerah itu.

Berdasarkan uraian diatas maka untuk menciptakan suatu pemerintahan daerah yang baik dan yang dapat melaksanakan tugas otonominya dengan baik, maka faktor keuangan mutlak diperlukan. Keberhasilan penyelenggaraan otonomi daerah tidak dapat dilepaskan dari cukup tidaknya kemampuan daerah dalam bidang keuangan, karena kemampuan keuangan merupakan salah satu indikator penting guna mengukur tingkat otonomi suatu daerah.

2.4 Hubungan Keuangan Pemerintah Pusat dan Daerah

Sidik (2002, h. 3) mengungkapkan bentuk hubungan keuangan Pemerintah Pusat dan daerah terdiri dari:

2.4.1 Desentralisasi Fiskal

Implikasi langsung dari kewenangan / fungsi yang diserahkan kepada Daerah adalah kebutuhan dana yang cukup besar. Untuk itu, perlu diatur perimbangan keuangan (hubungan keuangan) antara Pusat dan Daerah yang dimaksudkan untuk membiayai tugas yang menjadi tanggungjawabnya.

Kebijaksanaan perimbangan keuangan antara Pusat dan Daerah dilakukan dengan mengikuti pembagian kewenangan atau *money follows function*. Hal ini berarti bahwa hubungan keuangan antara Pusat dan Daerah perlu diberikan pengaturan sedemikian rupa, sehingga kebutuhan pengeluaran yang akan menjadi tanggungjawab Daerah dapat dibiayai dari sumber-sumber penerimaan yang ada.

Sejalan dengan pembagian kewenangan yang disebutkan di atas maka pengaturan pembiayaan Daerah dilakukan berdasarkan azas desentralisasi, dekonsentrasi dan tugas pembantuan. Pembiayaan penyelenggaraan pemerintahan berdasarkan azas desentralisasi dilakukan atas beban APBD, pembiayaan penyelenggaraan pemerintahan dalam rangka pelaksanaan azas dekonsentrasi dilakukan atas beban APBN dan pembiayaan penyelenggaraan pemerintahan

dalam rangka tugas pembantuan dibiayai atas beban anggaran tingkat pemerintahan yang menugaskan.

Selanjutnya dalam rangka penyelenggaraan pemerintahan dan pelayanan kepada masyarakat berdasarkan azas desentralisasi, kepada Daerah diberikan kewenangan untuk memungut pajak/retribusi (*tax assignment*) dan pemberian bagi hasil penerimaan (*revenue sharing*) serta bantuan keuangan (*grant*) atau dikenal sebagai dana perimbangan sebagai sumber dana bagi APBD. Secara umum, sumber dana bagi daerah terdiri dari pendapatan asli daerah, dana perimbangan (dana bagi hasil, dana alokasi umum, dan dana alokasi khusus) dan pinjaman daerah, dekonsentrasi dan tugas pembantuan. Tiga sumber pertama langsung dikelola oleh Pemerintah Daerah melalui APBD, sedangkan yang lainnya dikelola oleh Pemerintah Pusat melalui kerjasama dengan Pemerintah Daerah.

2.4.1.1 Pendapatan Asli Daerah

Salah satu wujud dari desentralisasi fiskal adalah pemberian sumber-sumber penerimaan bagi daerah yang dapat digali dan digunakan sendiri sesuai dengan potensinya masing-masing. Kewenangan Daerah untuk memungut pajak dan retribusi diatur dengan UU 34 Tahun 2000 yang merupakan penyempurnaan dari UU Nomor 18 Tahun 1997 dan ditindaklanjuti peraturan pelaksanaan-nya dengan PP Nomor 65 Tahun 2001 tentang Pajak Daerah dan PP Nomor 66 Tahun 2001 tentang Retribusi Daerah.

Berdasarkan UU dan PP tersebut, Daerah diberikan kewenangan untuk memungut 11 jenis pajak dan 28 jenis retribusi. Penetapan jenis pajak dan retribusi didasarkan pertimbangan bahwa jenis pajak dan retribusi tersebut secara umum dipungut oleh hampir semua Daerah dan merupakan jenis pungutan yang secara teoritis dan praktis merupakan pungutan yang baik. Selain jenis pajak dan retribusi tersebut, Daerah juga diberikan kewenangan untuk memungut jenis pajak (kecuali propinsi) dan retribusi lainnya sesuai kriteria-kriteria tertentu yang ditetapkan dalam undang-undang.

Ditinjau dari kontribusi pajak Daerah dan retribusi Daerah, sampai saat ini distribusi kewenangan perpajakan antara Daerah dengan Pusat terjadi ketimpangan yang relatif besar. Hal ini tercermin dalam jumlah penerimaan pajak

yang dipungut Daerah hanya sekitar 3,45% dari total penerimaan pajak (pajak Pusat dan Daerah). Demikian juga distribusi pajak antar Daerah juga sangat timpang sekali dan bervariasi (ratio PAD tertinggi dengan terendah mencapai 600 kali). Peranan pajak dalam pembiayaan Daerah yang sangat rendah dan sangat bervariasi juga terjadi karena adanya perbedaan yang cukup besar dalam jumlah penduduk, keadaan geografis (berdampak pada biaya yang relatif mahal), dan kemampuan masyarakat.

2.4.1.2 Bagian Daerah dalam bentuk bagi hasil penerimaan (*Revenue Sharing*)

Untuk mengurangi ketimpangan vertikal (*vertical imbalance*) antara Pusat dan Daerah dilakukan sistem bagi hasil penerimaan pajak dan bukan pajak antara pusat dan daerah. Pola bagi hasil penerimaan ini dilakukan dengan persentase tertentu yang didasarkan atas daerah penghasil *(by origin)*.

Bagi hasil penerimaan negara tersebut meliputi bagi hasil Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), Bea Perolahan Hak atas Tanah dan Bangunan (BPHTB), dan bagi hasil sumber daya alam (SDA) yang terdiri dari sektor kehutanan, pertambangan umum, minyak bumi dan gas alam, dan perikanan. Bagi hasil penerimaan tersebut kepada Daerah dengan prosentase tertentu yang diatur dalam UU Nomor 33 Tahun 2004 dan PP Nomor 104 Tahun 2000 tentang Dana Perimbangan sebagaimana telah diubah dengan PP 84 Tahun 2001.

2.4.1.3 Dana Alokasi Umum

Untuk mengurangi ketimpangan dalam kebutuhan pembiayaan dan penguasaan pajak antara Pusat dan Daerah telah diatasi dengan adanya perimbangan keuangan antara Pusat dan Daerah (dengan kebijakan bagi hasil dan DAU minimal sebesar 26% dari Penerimaan Dalam Negeri). Dengan perimbangan tersebut, khususnya dari DAU akan memberikan kepastian bagi Daerah dalam memperoleh sumber-sumber pembiayaan untuk membiayai kebutuhan pengeluaran yang menjadi tanggungjawabnya.

Sesuai dengan UU Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Daerah bahwa kebutuhan DAU oleh suatu Daerah (Propinsi, Kabupaten, dan Kota) ditentukan dengan menggunakan pendekatan konsep *Fiscal Gap*, dimana kebutuhan DAU suatu Daerah ditentukan oleh

kebutuhan Daerah (*fiscal needs*) dan potensi Daerah (*fiscal capacity*). Dengan pengertian lain, DAU digunakan untuk menutup celah/gap yang terjadi karena kebutuhan Daerah melebihi dari potensi penerimaan Daerah yang ada. Berdasarkan konsep *fiscal gap* tersebut, distribusi DAU kepada daerah-daerah yang memiliki kemampuan relatif besar akan lebih kecil dan sebaliknya daerah-daerah yang mempunyai kemampuan keuangan relatif kecil akan memperoleh DAU yang relatif besar. Dengan konsep ini beberapa daerah, khususnya daerah yang kaya sumber daya alam dapat memperoleh DAU yang negatif.

Variabel-variabel kebutuhan Daerah dan potensi ekonomi Daerah. Kebutuhan Daerah paling sedikit dicerminkan dari variabel jumlah penduduk, luas wilayah, keadaan geografi, dan tingkat pendapatan masyarakat dengan memperhatikan kelompok masyarakat miskin. Sementara potensi ekonomi Daerah dicerminkan dengan potensi penerimaan Daerah seperti potensi industri, potensi SDA, potensi SDM.

2.4.1.4. Dana Alokasi Khusus

Pada hakikatnya pengertian Dana Alokasi Khusus (DAK) adalah dana yang bersumber dari pendapatan APBN, dan dialokasikan kepada Daerah tertentu untuk dengan tujuan untuk membantu mendanai kegiatan khusus yang merupakan urusan daerah dan sesuai dengan prioritas nasional. Alokasi DAK ditentukan dengan memperhatikan tersedianya dana dalam APBN. Sesuai dengan UU No. 33 Tahun 2004, yang dimaksud dengan kebutuhan khusus adalah

a. Kebutuhan yang tidak dapat diperkirakan dengan menggunakan rumus alokasi umum, dalam pengertian kebutuhan yang tidak sama dengan kebutuhan Daerah lain, misalnya: kebutuhan di kawasan transmigrasi, kebutuhan beberapa jenis investasi/prasarana baru, pembangunan jalan di kawasan terpencil, saluran irigasi primer, dan saluran drainase primer; dan
b. Kebutuhan yang merupakan komitmen/prioritas nasional.

2.4.2. Dekonsentrasi dan Tugas Pembantuan

Selain dana perimbangan sebagai konsekuensi langsung dari kebijakan desentralisasi, bentuk lain hubungan keuangan Pemerintah Pusat dan daerah adalah dekonsentrasi dan tugas pembantuan. Jika dana perimbangan bisa diartikan sebagai "*block grant*" atau transfer dari Pemerintah Pusat ke Pemerintah Daerah

dimana penggunaannya sepenuhnya diserahkan ke Pemerintah Daerah, bentuk hubungan yang terakhir ini masih didominasi oleh Pemerintah Pusat.

Dalam hubungan dekonsentrasi dan tugas pembantuan, Pemerintah Pusat ikut campur tangan langsung atas penggunaannya. Hubungan ini bisa dikatakan semacam *"joint venture"* antara Pemerintah Pusat dengan Pemerintah Daerah. Bentuk "joint venture" itu secara umum sama antara dekonsentrasi dan tugas pembantuan, perbedaannya adalah pada rekan kerja Pemerintah Pusat.

2.4.2.1 Dekonsentrasi

Dekonsentrasi merupakan pelimpahan wewenang Pemerintahan oleh pemerintah kepada Gubernur sebagai wakil Pemerintah dan/atau kepada instansi vertikal diwilayah tertentu. Otonomi daerah "mengharuskan" Pemerintah Pusat menyerahkan tugas-tugas kecuali kewenangan dalam bidang politik luar negeri, pertahanan, keamanan, yustisi, moneter dan fiskal nasional, agama.

Sesuai dengan pengertiannya, karena wewenang tersebut sebenarnya merupakan wewenang Pemerintah Pusat, maka pendanaan atas pelaksanaan wewenang tersebut merupakan tanggungjawab Pemerintah Pusat dan dengan sendirinya bersumber dari APBN. Sebagai konsekuensinya, jika dikemudian hari kegiatan menghasilkan pendapatan maka pendapatan itu menjadi hak Pemerintah Pusat dan dipertanggungjawabkan melalui APBN.

Penugasan Pemerintah Pusat yang dilimpahkan melalui dekonsentrasi antara lain fasilitasi kerja sama dan penyelesaian perselisihan antar Daerah dalam wilayah kerjanya, penciptaan dan pemeliharaan ketentraman dan ketertiban umum, pembinaan penyelenggaraan tugas-tugas umum Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota, dan sebagainya.

2.4.2.2 Tugas Pembantuan

Walaupun terpisah, bisa dikatakan bahwa bentuk hubungan tugas pembantuan mirip dengan dekonsentrasi, hanya yang menjadi sasaran Pemerintah Pusat ini adalah Pemerintah Daerah dan Desa serta sifatnya bukan pelimpahan kewenangan tapi penugasan. Disamping itu, pihak yang memberikan tugas pembantuan tidak terbatas dari Pemerintah Pusat tapi bisa berasal dari tingkatan pemerintah di atasnya seperti dari Pemerintah Propinsi ke Kabupaten atau Kabupaten ke Desa. Dalam hal kewenangan yang dilaksanakan oleh Pemda/Desa

berasal dari Pemerintah Pusat, maka dana yang digunakan untuk membiayai kegiatan dimaksud berasal dari APBN. Sebagai akibatnya, bilamana ada pendapatan yang berasal dari kegiatan tersebut, maka pendapatan itu juga harus mengalir ke Pemerintah Pusat.

2.5 Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Bedasarkan UU No. 33 Tahun 2004 Tentang Perimbangan Keuangan Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah, Pendapatan daerah adalah hak pemerintah daerah yang di akui sebagai penambah nilai kekayaan bersih. Pendapatan Daerah bersumber dari:

a. Pendapatan Asli Daerah yang selanjutnya disebut PAD, yaitu:
   1. a. Pajak daerah;
   2. b. Retribusi daerah;
   3. c. Hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan; dan
   4. d. lain-lain PAD yang sah;

b. Dana Perimbangan

Dana perimbangan terdiri dari:

1. Dana Bagi Hasil yang bersumber dari penerimaan PBB, BPHTB, PPh maupun yang bersumber dari Sumber Daya Alam misalnya dari kehutanan, dari pertambangan, perikanan, pertambangan minyak, pertambangan gas alam ;
2. Dana Alokasi Umum ;
3. Dana Alokasi Khusus.

c. Lain-lain pendapatan

Seluruh pendapatan daerah selain PAD dan dana perimbangan, yang meliputi hibah, dana darurat, dan lain-lain pendapatan yang ditetapkan Pemerintah.

Menurut Mahi (dalam Munir, 2004, h.139) PAD belum bisa diandalkan sebagai sumber pembiayaan utama otonomi daerah kabupaten/kota disebabkan oleh beberapa hal berikut:

a. Relatif rendahnya basis pajak /retribusi daerah.

   Pajak/retribusi yang ditetapkan untuk daerah kabupaten/kota memiliki basis pungutan yang relatif kecil dan sifatnya bervariasi antar daerah.

Daerah pariwisata dan daerah yang memiliki aktivitas yang luas akan menikmati penerimaan PAD yang besar. Sementara daerah terpencil dan daerah pertanian akan menikmati penerimaan PAD yang relatif kecil.

b. Perannya yang tergolong kecil dalam total penerimaan daerah.
   Sebagian besar penerimaan daerah masih berasal dari bantuan pusat dalam bentuk bantuan dan subsidi.

c. Kemampuan administrasi pemungutan di daerah masih rendah
   Pemungutan di daerah cenderung dibebani dengan biaya pungut yang besar dan pengelolaan PAD ditetapkan berdasarkan target. Akibatnya beberapa daerah lebih condong memenuhi target walaupun dari segi pertumbuhan ekonomi sebenarnya pemasukan pajak dapat melampaui target yang telah ditetapkan.

d. Kemampuan perencanaan dan pengawasan keuangan yang lemah.
   Pemungutan pajak selalu mengalami kebocoran-kebocoran yang cukup besar sebagai dampak daripada lemahnya kemampuan aparat perencana dan pengawas keuangan.

Menurut Mardiasmo (dalam Mushoffa, 2006, h.29) upaya peningkatan kapasitas fiskal daerah (*fiscal capacty)* sebenarnya tidak hanya menyangkut peningkatan PAD. Peningkatan kapasitas fiskal pada dasarnya adalah optimalisasi sumber-sumber penerimaan daerah. Pemerintah Daerah seringkali dihadapkan dengan tingginya kebutuhan fiskal daerah (*fiscal need)* sementara kapasitas fiskal daerah tidak mencukupi, hal tersebut menyebabkan terjadinya kesenjangan fiskal (*fiscal gap).* Manajemen PAD terkait dengan upaya peningkatan kapasitas fiskal daerah, sedangkan terhadap kebutuhan fiskal daerah perlu dilakukan manajemen pengeluaran daerah secara komprehensif. Beberapa strategi yang dapat dilakukan Pemerintah Daerah untuk menutupi kesenjangan fiskal antara lain : (1) harus disadari bahwa tidak semua pengeluaran yang direncanakan penting dilakukan. Pemerintah Daerah seharusnya menguji belanja dan biaya-biaya yang terjadi. Barangkali terdapat pengeluaran yang perlu dikurangi atau tidak usah dilakukan, (2), mempelajari kemungkinan meningkatkan pendapatan melalui *charging for service* (penjualan jasa publik), (3) perlu dilakukan perbaikan administrasi penerimaan pendapatan daerah (*revenue*

administration) untuk menjamin agar semua pendapatan dapat terkumpul dengan baik, (4), kemungkinan menaikkan pajak melalui peningkatan tarif dan perluasan subjek dan objek pajak, (5), mengoptimalkan penerimaan pajak pusat yang dapat di *sharing* dengan daerah (PPh Perseorangan, BPHTB, PBB). Jika potensinya cukup besar, maka Pemerintah Daerah dapat membantu memobilisasi penerimaan pajak pusat, sehingga bagian bagi hasil pajak untuk daerah tersebut tinggi.

Pendapatan Asli Daerah (PAD) sebagai bagian dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD), menurut *Building Institution for Good Governance /* BIGG (dalam Mushoffa, h. 30) tentunya diperlukan adanya perencanaan atau perkiraan untuk setiap tahunnya yang dilakukan sebelum penetapan ” Plafon Anggaran ” bagi masing-masing dinas yang kemudian nantinya akan dituangkan dalam APBD tersebut. Adapun menurut BIGG beberapa langkah yang diperlukan dalam memperkirakan atau merencanakan PAD antara lain : (1) identifikasi semua sumber pajak, retribusi dan PAD lainnya, (2) mengumpulkan data mengenai realisasi pendapatan paling sedikit 5 (lima) tahun terakhir, (3) menghitung pertumbuhan dari sumber-sumber pendapatan tersebut setelah menghilangkan perbedaan atau perubahan yang disebabkan oleh kebijakan, (4) analisa data dan diklasifikasikan menurut karakteristik dari sumber-sumber pendapatan tersebut.

2.6 Perpajakan

2.6.1 Pengertian Pajak

Ada banyak definisi pajak yang dikemukakan oleh para ahli, Rochmat Soemitro (dalam Fakhri&Tjahjono, 2000, h. 3) mengemukakan bahwa Pajak adalah iuran rakyat kepada kas Negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum. Kemudian definisi tersebut di sempurnakan oleh beliau bahwa pajak adalah Peralihan kekayaan dari pihak rakyat kepada kas Negara untuk membiayai pengeluaran rutin dan “surplusnya” digunakan untuk *public saving* yang merupakan sumber utama untuk membiayai *public investment* ”. Definisi lain yang dikemukakan oleh S.I. Djajadiningrat (dalam Fakhri&Tjahjono, 2000, h. 3) adalah sebagai berikut:

> Pajak sebagai suatu kewajiban menyerahkan sebagian daripada kekayaan ke kas Negara disebabkan suatu keadaan, kejadian dan perbuatan yang memberikan kedudukan tertentu, tetapi bukan sebagai hukuman, menurut peraturan yang ditetapkan pemerintah serta dapat dipaksakan, tetapi tidak ada jasa timbal balik dari Negara secara langsung, untuk memelihara kesejahteraan umum.

Sedangkan menurut P.J.A Adriani (dalam Waluyo&Ilyas, 2002, h. 4) mendefinisikan:

> Pajak merupakan iuran kepada negara (yang dapat di paksakan) yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan, dengan tidak mendapat prestasi-kembali, yang langsung dapat ditunjuk, dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum berhubungan dengan tugas negara yang menyelenggarakan pemerintah.

M.J.H. Smeets (dalam Bohari,1985, h. 32) memberikan definisi pajak sebagai prestasi kepada pemerintah yang terhutang melalui norma-norma umum, dan yang dapat dipaksakan tanpa adanya kontraprestasi yang dapat ditunjukkan dalam hal-hal yang individual, maksudnya adalah membiayai pengeluaran pemerintah .

Sriyana (dalam Munir,2004, h.141) menyebutkan bahwa pajak merupakan salah satu sumber pembiayaan pembangunan di semua Negara. Oleh karena itu perlu adanyapengaturan tentang perpajakan yang mampu menjamin adanya efisiensu dan efektivitas pengelolaan pajak.

Davey (dalam Munir, 2004,h.142) mengartikan pajak sebagai berikut:

a. Pajak yang dipungut oleh Pemerintah Daerah dengan peraturan dari daerah itu sendiri;
b. Pajak yang dipungut berdasarkan peraturan nasional tetapi penetapan tarifnya dilakukan oleh Pemerintah Pusat;
c. Pajak yang ditetapkan dan atau yang dipungut oleh Pemerintah Daerah;
d. Pajak yang dipungut dan diadministrasikan oleh Pemerintah Pusat tetapi hasil pungutannya diberikan kepada, dibagihasilkan dengan, atau dibebani pungutan tambahan oleh Pemerintah Daerah.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pajak memiliki unsur-unsur:

a. Iuran dari rakyat kepada negara, bahwa yang berhak memungut pajak hanyalah negara dan iuran tersebut berupa uang (bukan barang);

b. Berdasarkan undang-undang, pajak dipungut berdasarkan atau dengan kekuatan undang-undang serta aturan pelaksanaanya;
c. Tanpa jasa timbal balik atau kontraprestasi dari negara secara langsung dapat ditunjuk. Dalam pembayaran pajak tidak dapat ditunjukkan adanya kontraprestasi individual oleh pemerintah;
d. Digunakan untuk pembiayaan rumah tangga negara, lalu pengeluaran yang bermamfaat bagi masyarakat luas.

2.6.2 Fungsi Pajak

Pada dasarnya pajak berfungsi sebagai sumber keuangan Negara (*budgetair)* dan berfungsi mengatur (*regulerend*). Fungsi *budgetair* dimana pajak sebagai sumber dana bagi pemerintah untuk membiayai pengeluaran-pengeluarannya baik pengeluaran rutin maupun pengeluaran pembangunan. Sedangkan fungsi *regulerend* adalah sebagai alat mengukur atau melaksanakan kebijaksanaan pemerintah dalam bidang ekonomi dan sosial. (Mardiasmo,2003, h. 1; Fakhri&Tjahjono,2000, h. 4-7).

2.6.3 Pengelompokan Pajak

Mardiasmo (2003, h. 5) mengungkapkan pajak dikelompokkan menjadi:

a. Menurut golongannya:
   1). Pajak langsung:
   Pajak yang harus dipikul sendiri oleh wajib pajak dan tidak dapat dibebankan atau dilimpahkan kepada orang lain. Contoh: pajak penghasilan
   2). Pajak tidak langsung:
   Pajak yang akhirnya dapat dibebankan atau dilimpahkan kepada orang lain. Contoh : Pajak Pertambahan Nilai
b. Menurut sifatnya:
   1). Pajak subjektif
   pajak yang berpangkal atau berdasar pada subyeknya, dalam arti memperhatikan keadaan diri wajib pajak.
   2). Pajak Objektif
   Pajak yang berpangkal pada obyeknya, tanpa memperhatikan diri wajib pajak.
c. Menurut lembaga pemungutannya:
   1). Pajak Pusat
   Pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat dan digunakan untuk membiayai rumah tangga pusat.
   2). Pajak Daerah
   Pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah dan digunakan untuk membiayai rumah tangga daerah**.**

2.6.4 Syarat Pemungutan Pajak

Mardiasmo (2003, h. 2) mengungkapkan bahwa dalam pemungutan pajak agar tidak menimbulkan hambatan atau perlawanan, maka pemungutan pajak harus memenuhi syarat sebagai berikut :

a. Pemungutan pajak harus adil (Syarat Keadilan).
   Sesuai dengan tujuan hukum, yakni mencapai keadilan, undang-undang dan pelaksanaan pemungutan harus adil. Adil dalam perundang-undangan diantaranya mengenakan pajak secara umum dan merata, serta disesuaikan dengan kemapuan masing-masing. Sedang adil dalam pelaksanaanya yakni dengan memberikan hak bagi Wajib Pajak untuk mengajukan keberatan, penundaan dalam pembayaran dan mengajukan banding kepada Majelis Pertimbangan Pajak.
b. Pemungutan pajak harus berdasarkan undang-undang (Syarat Yuridis).
   Pajak diatur dalam UUD 1945 pasal 23A. hal ini memberikan jaminan hukum untuk menyatakan keadilan, baik bagi Negara maupun warganya.
c. Tidak mengganggu perekonomian (Syarat Ekonomis).
   Pemungutan tidak boleh menggangu kelancaran kegiatan produksi maupun perdagangan, sehingga tidak menimbulkan kelesuan perekonomian masyarakat.
d. Pemungutan pajak harus efisien (Syarat Finansiil)
   Sesuai fungsi *budgeter* (sumber keuangan Negara), biaya pemungutan pajak harus dapat ditekan sehingga lebih rendah dari hasil pemungutannya.
e. Sistem pemungutan pajak harus sederhana
   Sistem pemungutan yang sederhana akan memudahkan dan mendorong masyarakat dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

2.6.5 Asas Pemungutan Pajak

Fakhri &Tjahjono (2000, h. 26) menyebutkan ada beberapa asas dalam pemungutan pajak yaitu:

1. Asas Domisili (tempat tinggal).
   Negara dimana wajib pajak tinggal berhak mengenakan pajak terhadap semua penghasilan Wajib Pajak.
2. Asas Sumber
   Pengenaan pajak tergantung adanya sumber di suatu negara.
3. Asas kebangsaan (*nasionalitet)*
   Asas ini menghubungkan pengenaan pajak dengan kebangsaan negara, dimana setiap orang asing yang bertempat tingga di Indonesia diperlakukan untuk membayar pajak.

2.6.6 Sistem Pemungutan Pajak

Menurut Mardiasmo (2003, h. 7) ada tiga sistem pemungutan pajak yaitu:

a. *Official Asseesment System*:
Adalah suatu sistem pemungutan yang memberi wewenang kepada pemerintah (fiskus) untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh wajib pajak.
Ciri-cirinya:
1). Wewenang untuk menentukan besarnya pajak yang terutang ada pada fiskus.
2). Wajib pajak bersifat pasif
3). Utang pajak timbul setelah dikeluarkan surat ketetapan pajak oleh fiskus.

b. *Self Asseesment System:*
Adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada wajib pajak untuk menentukan sendiri besarnya pajak yang terutang.
Ciri-cirinya:
1). Wewenang untuk menentukan besarnya pajak yang terutang ada pada wajib pajak sendiri.
2). Wajib pajak aktif mulai menghitung, menyetor dan melapor sendiri pajak yang terutang.
3). Fiskus tidak ikut campur dan hanya mengawasi

c . *With Holding System*:
Adalah suatu pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pihak ketiga (bukan fiskus dan bukan wajib pajak yang bersangkutan) untuk menentukan besarnya pajak yang terutang.
Ciri-cirinya: Wewenang menentukan besarnya pajak yang terutang ada pada pihak ketiga, pihak selain fiskus dan Wajib Pajak.

2.6.7 Subyek dan Obyek Pajak

Subjek pajak menurut Undang-undang No.34 Tahun 2000 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (Pasal 1 ayat 8) adalah orang pribadi atau badan yang dapat dikenakan pajak Daerah. Mardiasmo (2003, h.105) menjelaskan yang menjadi subjek pajak adalah :

a. Orang pribadi dan warisan yang belum terbagi
b. Badan yaitu: PT, CV, BUMN, Persekutuan, Perseroan atau Perkumpulan, Firma, Kongsi, Koperasi, Yayasan, Lembaga dan bentuk badan lainnya.
c. Bentuk Usaha Tetap (BUT).

Objek Pajak Adalah penghasilan, yaitu setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima selama satu tahun pajak yang dapat dipakai untuk konsumsi dan untuk menambah kekayaan.

2.7 Pajak Daerah

2.7.1 Pengertian Pajak Daerah

Pada hakikatnya tidak terdapat perbedaan yang azasi antara Pajak Negara dan Pajak Daerah mengenai prinsip-prinsip umum hukumnya. Misalnya mengenai pengertian subjek pajak, objek pajak dan sebagainya. Perbedaan yang ada hanyalah mengenai aparat pemungut dan pengguna pajak (Usman & Subroto,1980, h. 153).

Definisi atau pengertian pajak daerah menurut Mardiasmo (2003, h. 98) adalah Pajak daerah, yang selanjutnya disebut pajak, adalah iuran wajib yang dilakukan oleh pribadi atau badan kepada Daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintahan Daerah dan pembangunan Daerah.

Fakhri & Tjahjono (2000, h. 10) mendefinisikan pajak daerah adalah pajak-pajak yang dipungut oleh daerah seperti propinsi, kabupaten, maupun kota berdasarkan peraturan daerah masing-masing dan hasilnya digunakan untuk pembiayaan Rumah Tangga Daerah masing-masing.

Pajak Daerah menurut Peraturan Daerah (Perda) Kabupaten Malang No.11 Tahun 2002 tentang Pajak Reklame adalah iuran rakyat kepada kas daerah berdasarkan Undang-undang No.34 Tahun 2000 tentang Perubahan atas Undang-undang No. 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, serta dengan Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 tentang Pajak Daerah menetapkan bahwa Pajak Reklame merupakan Objek Pajak Daerah yang dapat dipungut oleh Pemerintah Kabupaten Malang dengan tiada mendapat jasa timbal balik (kontraprestasi) yang langsung dapat ditujukan dan digunakan untuk membayar pengeluaran umum bagi penyelenggaraan Pemerintah Kabupaten Malang.

Sedangkan Pajak Daerah menurut Undang-undang No.34 Tahun 2000 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (Pasal 1 Ayat 6) 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.

Walaupun pada pengertiannya sama antara pajak daerah dan pajak negara tetapi aparat penyelenggaraanya, lapangan pajak dan pengenaanya dari masing-masing pajak sangat berbeda, maksudnya adalah pajak yang diselenggarakan oleh pemerintah pusat dan pemerintah daerah sesuai dengan hak otonomi yang diberikan oleh pemerintah daerah.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pajak daerah ialah pajak yang dipungut dan diselenggarakan oleh pemerintah daerah yang memegang otonomi daerah atau wilayah, dan hasil pungutan itu sepenuhnya menjadi hak pemerintah daerah yang bersangkutan baik Propinsi maupun kabupaten atau kota. Adapun tujuan diselenggarakan pajak daerah adalah untuk memperkuat tingkat otonomi suatu daerah dimana hal ini ditegaskan dalam undang-undang nomor 5 tahun 1974 yang berisikan tentang pokok pemerintah daerah yang berbunyi: "Dengan undang-undang suatu pajak negara dapat diserahkan kepada daerah".

Jadi pajak daerah memiliki unsur-unsur sebagai berikut:

a. Pajak daerah berasal dari pajak negara yang diserahkan kepada daerah sebagai pajak daerah.
b. Penyerahan pengelolaan pajak tersebut berdasarkan undang-undang dan peraturan daerah.
c. Pajak daerah yang dipungut berdasarkan kekuatan undang-undang dan peraturan hukum lainnya.
d. Hasil pemungutan pajak daerah dipergunakan untuk membiayai pengeluaran kegiatan rumah tangga daerah.

Menurut Devas (dalam Munir, 2004, h.140), kabupaten dan kota memiliki berbagai jenis pajak daerah. Jumlah seluruhnya lebih dari 50 jenis, tetapi sebagian besar Pemerintah Daerah hanya memungut 8 sampai 12 jenis saja. Selanjutnya Devas (dalam Mushoffa, 2006, h.32) memperkenalkan lima alat tolak ukur dalam penilaian kelayakan pajak daerah, yaitu terdiri dari *yield, equity, economic efeciency, ability to implement* dan *suitability to local revenue source.* Hasil (*equity)* terkait dengan memadai atau tidaknya suatu pajak dihubungkan dengan pelayanan publik yang dibiayainya, stabilitas dan mudah tidaknya memperkirakan besar hasil tersebut, elastisitas hasil pajak antara lain terhadap inflasi dan pertumbuhan penduduk, serta perbandingan hasil pajak dengan biaya

pemungutannya. Keadilan *(equity)* merujuk kepada dasar pajak dan kewajiban membayar yang harus berorintasi pada asas keadlilan dan ketidak sewenang-wenangan. Pajak yang bersangkutan harus adil secara horizontal yaitu, beban pajak yang sama terhadap kelompok masyarakat yang memiliki kedudukan ekonomi yang sama dan adil secara vertikal, dimana beban yang lebih besar dikenakan kepada kelompok yang memiliki sumber daya ekonomi yang lebih besar. Pajak juga tidak boleh dibedakan berdasarkan tempat/ daerah, kecuali terdapat perbedaan cara pemberian layanan publik antar daerah tersebut. Daya guna ekonomi (*economic efficiency)* merujuk pada konsep pajak yang mendorong atau tidak menghambat penggunaan sumber daya dalam kehidupan ekonomi, mencegah produsen dan konsumen salah arah misalnya segan bekerja atau menabung, dan senantiasa memperkecil beban lebih. Kemampuan melaksanakan (*ability to implement)* terkait dengan kemauan politis dan administratif untuk melaksanakan kebijakan perpajakan. Kecocokan sebagai sumber penerimaan daerah (*suitability to local revenue source*) berarti adanya kejelasan mengenai daerah tujuan pembayaran pajak dimana tempat pemungutan pajak sedapat mungkin sama dengan tempat akhir beban pajak. Pajak daerah hendaknya tidak mempertajam perbedaan antar daerah atau menimbulkan beban yang lebih besar dari kemampuan tata usaha pajak daerah. Menurut Davey (dalam Mushoffa, 2006, h. 33) ada empat kriteria penilaian kelayakan pajak yaitu kecukupan dan elastisitas, pemerataan, kemampuan administratif dan penerimaan politis.

Pajak Negara maupun Pajak Daerah agar dalam pelaksanaannya dapat berjalan secara efektif dan efisien, diperlukan asas-asas perpajakan secara baik dan benar. Menurut Adam Smith sebagaimana dikutip oleh Brotodihardjo (dalam Mushoffa, 2006, h.33) mengemukakan beberapa asas antara lain : (1) pembagian tekanan pajak diantara masing-masing hendaknya dilakukan seimbang dengan penghasilan yang dinikmatinya masing-masing dibawah perlindungan pemerintah, (2) pajak yang harus dibayar terang dan tidak mengenal kompromi. Kepastian hukum yang dipentingkan adalah mengenal subjek, objek besarnya pajak dan juga ketentuan mengenai waktu pembayaran, (3) pajak hendaknya di pungut pada saat yang paling baik bagi para wajib pajak yaitu saat sedekat-dekatnya dengan detik diterimanya penghasilan yang bersangkutan, (4) asas efisiensi menetapkan bahwa

pemungutan pajak hendaknya dilakukan sehemat-hematnya, jangan sekali-kali biaya pemungutan melebihi pemasukan pajak.

2.7.2 Pengelompokan Pajak Daerah

Berdasarkan UU No.34 Tahun 2000 tentang perubahan atas UU No.18 Tahun 1997 tentang pajak Daerah dan Retribusi Daerah (pasal 2), maka jenis pajak daerah dapat dikelompokkan menjadi dua:

a. Jenis Pajak Propinsi, terdiri dari :
   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 bawah tanah dan air permukaan;
b. Jenis pajak Kabupaten/ kota, terdiri dari:
   1). Pajak hotel
   2). Pajak restoran
   3). Pajak Reklame
   4). Pajak Hiburan
   5). Pajak Penerangan jalan
   6). Pajak pengambilan bahan galian golongan C
   7). Pajak parkir.

2.7.3 Prosedur Pendaftaran Wajib Pajak/Retribusi Daerah

Ada dua prosedur pendaftaran wajib pajak di Dinas Pendapatan Kabupaten Malang (sumber: www. Dipendamalang.go.id) yaitu:

1. *Self Assesment System*
   a. Wajib Pajak/Wajib Retribusi mengisi Formulir Pendaftaran di Sub Dinas Pendataan dan melengkapi persyaratan-persyaratan yang telah ditentukan.
   b. Menyerahkan Formulir Pendaftaran yang telah diisi dengan benar dan telah dilengkapi persyaratan-persyaratannya.
   c. Wajib Pajak/Wajib Retribusi menerima Surat Pengukuhan dan Nomor Pokok Wajib Pajak Daerah/Nomor Pokok Wajib Retribusi Daerah (NPWPD/NPWRD).

2. *Official Assesment System*
   a. Wajib Pajak/Wajib Retribusi menerima Formulir Pendaftaran dari petugas Dinas Pendapatan.

b. Wajib Pajak/Wajib Retribusi mengisi Formulir Pendaftaran dan melengkapi persyaratan- persyaratan yang telah ditentukan.
c. Wajib Pajak/Wajib Retribusi mengembalikan Formulir Pendaftaran yang telah diisi ke Dinas Pendapatan dalam waktu yang telah ditentukan.
d. Wajib Pajak/Wajib Retribusi menerima Tanda Terima .
e. Wajib Pajak/Wajib Retribusi menerima Surat Pengukuhan dan Nomor Pokok Wajib Pajak Daerah/Nomor Pokok Wajib Retribusi Daerah (NPWPD/NPWRD).

2.7.4 Kinerja Pajak Daerah

Devas, dkk (dalam Munir, 2004, h.144) menyebutkan bahwa untuk menilai berbagai pajak daerah yang ada sekarang, digunakan serangkaian ukuran:

a. Hasil (*Yield*), memadai tidaknya suatu hasil pajak daerah dalam kaitan dengan berbagai layanan yang dibiayanya, stabilitas dan mudah tidaknya memperkirakan besar hasil itu dan elastisitas hasil pajak terhadap inflasi, pertumbuhan penduduk dan sebagainya, juga perbandingan hasil pajak dengan biaya pungut;
b. Keadilan (*equality)*, dasar pajak dan kewajiban membayar harus jelas dan tidak sewenang-wenang, pajak bersangkutan harus adil secara horizontal artinya beban pajak harus sama benar antara berbagai kelompok yang berbeda-beda tetapi dengan kedudukan ekonomi yang sama, dan juga harus adil secara vertikal artinya kelompok yang memiliki sumber daya ekonomi yang lebih besar memberikan sumbangan yang lebih besar daripada kelompok yang tidak banyak memiliki sumber daya ekonomi;
c. Daya guna ekonomi(*economic efficiency)* pajak hendaknya mendorong penggunaan sumber daya secara berdaya guna (efisien) dalam kehidupan ekonomi;
d. Kemampuan melaksanakan (*ability to implement)*, suatu pajak haruslah dapat dilaksanakan dari sudut keamanan politik dan kemauan tatausaha;
e. Kecocokan sebagai sumber penerimaan daerah (*suitability as a local revenue source),*ini berarti haruslah jelas kepada daerah mana suatu pajak harus di bayar dan tempat pemungut pajak sedapat mungkin sama dengan tempat akhir beban pajak, pajak tidak mungkin dihindari dengan cara memindahkan objek pajak dari suatu daerah ke daerah lain. Pajak daerah

hendaknya jangan mempertajam perbedaan-perbedaan antara daerah, dari segi potensi ekonomi masing-masing, dan pajak hendaknya tidak menimbulkan beban yang lebih besar dari kemampuan tata usaha pajak daerah.

2.8 Pajak Reklame

2.8.1 Pengertian Pajak Reklame

Menurut Usman&Subroto (1980, h.172) yang dimaksud dengan reklame adalah:

> " Benda, alat atau perbuatan yang menurut bentuk, susunan dan/atau corak ragamnya dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu benda atau seseorang, ataupun untuk menarik perhatian umum kepada sesuatu benda atau seseorang yang ditempatkan atau berlangsung pada sesuatu tempat yang terbuka untuk umum atau yang dapat dilihat dari sesuatu tempat umum."

Sesuai dengan Peraturan Daerah Kabupaten Malang No.11 Tahun 2002 Tentang Pajak Reklame (Pasal 1 ayat 5), bahwa reklame mempunyai arti:

> " *Reklame* adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk susunan dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau yang dapat dilihat, dibaca, dan atau didengar dari suatu tempat oleh umum, kecuali yang dilakukan oleh pemerintah".

Sedangkan definisi dari pajak reklame yang selanjutnya disebut pajak (Perda No.11 Tahun 2000 , Pasal 1 ayat 6) adalah pungutan daerah atas penyelenggaraan reklame.

Penyelenggara reklame (Perda No.11 Tahun 2000, pasal 1 ayat 8) adalah perorangan atau Badan Hukum yang menyelenggarakan reklame baik untuk dan atas nama dirinya sendiri atau untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya.

Dari penjelasan di atas definisi dari pajak reklame yaitu pajak yang dikenakan kepada seseorang atau badan hukum atas pemasangan reklame. Pemungutan pajak reklame juga berfungsi untuk ketertiban, keindahan dan kebersihan kota itu sendiri. Sedangkan bagi penyelenggara reklame bertujuan

untuk memperkenalkan hasil produksinya dan meningkatkan persaingan guna memperoleh keuntungan didalam melakukan usaha.

Dilihat dari masa pajaknya, reklame dibagi menjadi dua macam yaitu :

a. Reklame Permanen

   Reklame yang masa pajaknya berlaku tahunan dengan pembayaran satu tahun sekali untuk setiap periode pajaknya. Reklame permanen di tandai dengan pemasangan yang menggunakan bahan konstruksi yang tahan lama dan pemasangannya dalam jangka waktu yang lama atau dalam tahunan misalnya yang termasuk dalam kategori pajak reklame permanen yaitu reklame papan nama tiang , Tinplate, rombong.

b. Reklame Insedentil (Non Permanen)

   Reklame yang termasuk dalam kategori ini adalah reklame yang masa pajaknya berlaku harian, mingguan atau bulanan karena pemasangannya bersifat insidentil yang bersifat sementara dan bahan yang digunakan tidak bersifat tahan lama. Contoh pajak reklame insedentil seperti spanduk, baliho, selebaran.

2.9 Optimalisasi

2.9.1 Pengertian Optimalisasi

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kedua (1997, h. 705) Optimalisasi berasal dari kata dasar optimal yang mempunyai arti terbaik, tertinggi, paling menguntungkan. Sedangkan Optimalisasi berasal dari kata Pengoptimalan yang berarti: proses, cara, perbuatan mengoptimalkan. Sedangkan mengoptimalkan itu sendiri mempunyai arti : menjadikan paling baik, menjadikan paling tinggi.

2.9.2 Optimalisasi Peningkatan Pendapatan Daerah

Berkaitan untuk meningkatkan keuangan daerah untuk mendukung pembiayaan pembangunan daerah optimalisasi daerah haruslah direncanakan dengan cermat sehingga dapat tercapai sasaran yang dituju yaitu penerimaan pajak daerah secara optimal. Adapun dalam melakukan upaya peningkatan pajak daerah menurut Kamaluddin dan Lains (dalam Mushoffa, 2006, h. 43) dapat ditempuh dengan cara intensifikasi maupun ekstensifikasi pemungut yang mengarah pada

revitalisasi pajak daerah dalam menunjang PAD. Mendukung pendapat tersebut, Dedy (dalam Halim, 2002, h. 145) mengemukakan bahwa peningkatan kontribusi penerimaan pajak dapat dilakukan melalui intensifikasi dan ekstensifikasi.

Dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari sektor pajak dapat dilakukan melalui dua cara yaitu Intensifikasi dan Ekstensifikasi Pajak Daerah.

2.9.2.1 Intensifikasi Pajak Daerah

Intensifikasi berasal dari kata dasar Intensif, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Intensif berarti secara sungguh-sungguh (giat dan dalam) untuk memperoleh hasil yang diinginkan. Sedangkan Intensifikasi mempunyai arti perilaku peningkatan kegiatan yang lebih hebat.

Rachman Basri (dalam Halim, 2002, h. 335) mendefinisikan upaya Intensifikasi sebagai upaya yang berupa peningkatan penerimaan pajak daerah dari macam-macam pungutan pajak daerah yang telah ada. Termasuk di dalamnya perlengkapan pemungutan, perbaikan organisasi, penyempurnaan administrasi, penyesuaian tarif, kordinasi pemungutan dan pencegahan kebocoran.

Sedangkan Sidik (2002, h. 8) mengungkapkan Intensifikasi sebagai upaya melakukan efektifitas dan efisiensi sumber atau pendapatan daerah yang sudah ada. Lebih lanjut beliau mengungkapkan upaya yang perlu dilakukan oleh Pemerintah Daerah dalam rangka meningkatkan pendapatan daerah melalui optimalisasi Intensifikasi pemungutan pajak daerah dan retribusi daerah, antara lain dapat dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut :

1). Memperluas basis penerimaan
Tindakan yang dilakukan untuk memperluas basis penerimaan yang dapat dipungut oleh daerah, yang dalam perhitungan ekonomi dianggap potensial, antara lain yaitu mengidentifikasi pembayar pajak baru/potensial dan jumlah pembayar pajak, memperbaiki basis data objek, memperbaiki penilaian, menghitung kapasitas penerimaan dari setiap jenis pungutan.

2). Memperkuat proses pemungutan
Upaya yang dilakukan dalam memperkuat proses pemungutan, yaitu antara lain mempercepat penyusunan Perda, mengubah tarif, khususnya tariff retribusi dan peningkatan SDM.

3). Meningkatkan pengawasan
Hal ini dapat ditingkatkan yaitu antara lain dengan melakukan pemeriksaan secara dadakan dan berkala, memperbaiki proses pengawasan, menerapkan sanksi terhadap penunggak pajak dan sanksi terhadap pihak fiskus, serta meningkatkan pembayaran pajak dan pelayanan yang diberikan oleh daerah.

4). Meningkatkan efisiensi administrasi dan menekan biaya pemungutan

Tindakan yang dilakukan oleh daerah yaitu antara lain memperbaiki prosedur administrasi pajak melalui penyederhanaan admnistrasi pajak, meningkatkan efisiensi pemungutan dari setiap jenis pemungutan.

5). Meningkatkan kapasitas penerimaan melalui perencanaan yang lebih baik. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan koordinasi dengan instansi terkait di daerah.

Lains (dalam Mushoffa, 2006, h.47) mengemukakan bahwa Intensifikasi dapat dilakukan dengan meningkatkan efisiensi pemungutan dan efisiensi administrasi pajak daerah serta perbaikan kontrol terhadap petugas pemungutan dalam rangka mengurangi kebocoran. Hal senada dikemukakan Rejo (1995, h.25), bahwa upaya Intensifikasi dan Ekstensifikasi sumber-sumber pajak daerah akan sangat bergantung pada kreativitas aparatur Pemerintah Daerah untuk mampu mengkordinasikan lembaga-lembaga penghasil sumber PAD. Kreativitas aparatur sendiri sangat ditentukan oleh kualitas aparatur.

Jadi Intensifikasi Pajak Daerah merupakan kegiatan-kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan hasil pajak daerah sebagai salah satu sumber PAD yang dilakukan dengan sungguh-sungguh dan mendalam guna meningkatkan hasil pajak daerah.

2.9.2.2 Ekstensifikasi Pajak Daerah

Kata ekstensif berarti menjangkau secara luas dan ekstensifikasi adalah perluasan. Rachman Basri (dalam Halim, 2002, h. 336) mendefinisikan upaya ekstensifikasi sebagai langkah-langkah berupa perencanaan dan penggalian sumber-sumber pendapatan yang baru dalam batas ketentuan perundang-undangan yang mempunyai potensi untuk digali selain pajak daerah. Misalnya pajak jalan, pajak rumah penginapan/indekos, retribusi aliran listrik dan retribusi usaha industri kecil.

Menurut Sidik (2002, h. 8) ekstensifikasi adalah perluasan sumber objek atau pendapatan baru. Lebih lanjut diungkapkan Ekstensifikasi perpajakan dapat dilakukan yaitu melalui kebijaksanaan Pemerintah untuk memberikan kewenangan perpajakan yang lebih besar kepada daerah pada masa mendatang. Untuk itu, perlu adanya perubahan dalam sistem perpajakan Indonesia sendiri melalui sistem pembagian langsung atau beberapa basis pajak Pemerintah Pusat yang lebih tepat dipungut oleh daerah.

Jadi ekstensifikasi pajak daerah adalah usaha-usaha meningkatkan PAD dari sektor pajak dengan menambah jenis 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 di harapkan dapat menambah pendapatan daerah dan sekaligus menjadi sumber PAD. Dalam upaya ekstensifikasi pajak daerah harus memperhatikan beberapa kriteria seperti yang disebutkan dalam UU No. 34 Tahun 2000 Tentang Perubahan Atas Undang-undang No.18 Tahun 1997 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah Pasal 2 ayat 4. ada beberapa kriteria dalam perluasan pajak yaitu:

a. Bersifat pajak dan bukan retribusi
b. Objek pajak terletak atau terdapat di wilayah Daerah Kabupaten/Kota yang bersangkutan dan mempunyai mobilitas yang cukup rendah serta hanya melayani masyarakat di wilayah Daerah Kabupaten/Kota yang bersangkutan;
c. Objek dan dasar pengenaan pajak tidak bertentangan dengan kepentingan umum;
d. Objek pajak bukan merupakan objek pajak Propinsi dan/atau Objek pajak Pusat;
e. Potensinya memadai;
f. Tidak memberikan dampak ekonomi yang negatif;
g. Memperhatikan aspek keadilan dan kemampuan masyarakat; dan
h. Menjaga kelestarian lingkungan.

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Menurut Singarimbun (1982, h. 3) jenis penelitian pada umumnya dapat digolongkan kedalam tiga tipe yaitu: Penelitian penjajakan (eksploratif), penelitian penjelasan (*explanatory* atau *confirmatory research)* dan penelitian deskriptif. Penelitian penjajakan sering dilakukan sebagai langkah pertama untuk penelitian yang lebih mendalam, baik itu penelitian penjelasan maupun penelitian deskriptif.

Penelitian Penjelasan menyoroti hubungan antara variable-variabel penelitian dan menguji hipotesa yang telah dirumuskan sebelumnya. Penelitian ini disebut juga penelitian pengujian hipotesa atau *testing research.* Sedangkan penelitian deskriptif biasanya mempunyai dua tujuan. Yang pertama adalah untuk mengetahui perkembangan sarana fisik tertentu atau frekuensi terjadinya suatu aspek fenomena sosial tertentu, umpamanya jumlah radio, kendaraan roda dua, roda empat dan lain-lain yang hasilnya dicantumkan dalam tabel-tabel frekuensi. Yang kedua adalah untuk mendeskripsikan secara terperinci fenomena sosial tertentu, umpamanya interaksi sosial, sistem kekerabatan dan lain-lain. Penelitian ini biasanya dilakukan tanpa hipotesa yang telah dirumuskan secara ketat. Adakalanya menggunakan hipotesa tetapi bukan untuk diuji secara statistik.

Penelitian kualitatif biasanya suatu penelitian yang ingin mengungkapkan atau menjawab tentang pertanyaan bagaimana sifat suatu hal atau objek yang diamati. Penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang dilakukan untuk menghasilkan hipotesis dan analisisnya dilakukan secara deskriptif (Wisadirana, 2005, h. 11). Menurut Abercrombie,Hill,Turner (dalam Wisadirana, 2005, h. 11) penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang dicirikan oleh tujuan penelitian yang ingin memahami gejala-gejala yang tidak memerlukan kuantifikasi atau gejala-gejala yang tidak memungkinkan untuk diukur secara tepat atau kuantitatif.

Kemudian Bagdan & Taylor (dalam Moleong, 2002, h. 3) mendifinisikan Metode Kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif

berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Kemudian Nazir (1999, h. 63) mendefinisikan metode deskriptif sebagai berikut:

> " Suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskriptif, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki."

Dezin dan Lincoln (dalam Moleong, 2004, h. 5-6) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Lebih lanjut dijelaskan penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll. Secara holistik dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memamfaatkan berbagai metode alamiah.

Berdasarkan uraian tersebut maka jenis penelitian yang digunakan penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan cara deskriptif untuk lebih memudahkan peneliti dalam memahami permasalahan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

3.2 Fokus Penelitian

Yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah:

1. Kondisi penerimaan pajak reklame di Kabupaten Malang
   - 1.1 Penetapan target dan realisasi penerimaan pajak reklame selama tahun anggaran 1999 s/d 2006.
   - 1.2 Kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah.
2. Upaya yang dilakukan Dinas Pendapatan untuk mengoptimalkan Penerimaan Pajak Reklame
   - 2.1 Intensifikasi
     - 2.1.1 Memperkuat Proses Pemungutan
     - 2.1.2 Meningkatkan Efisiensi
     - 2.1.3 Melakukan Pengawasan

2.2 Ekstensifikasi

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi optimalisasi penerimaan pajak reklame
   3.1 Kesadaran masyarakat yang masih rendah
   3.2 Sistem pengawasan yang belum efektif
   3.3 Prosedur Perijinan yang terpisah
   3.4 Banyaknya Wajib Pajak yang berdomisili di luar daerah
   3.5 Kendala dana

3.3 Sumber Data

Arikunto (2002, h. 107) mendifinisikan sumber data sebagai subjek dari mana data diperoleh. Data-data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah:

a. Data Primer.

   Dalam penelitian ini data primer diperoleh dengan cara wawancara dengan Pegawai di Dinas Pendapatan yang berhubungan dengan pajak yang menjadi informan adalah bu Wahju M pegawai di bagian P2O (Program dan Pengendalian Operasional). Selain itu data primer juga diperoleh dengan observasi di lokasi penelitian.

b. Data Sekunder

   Dalam penelitian ini data sekunder berasal dari dokumen-dokumen tentang pajak di Dinas Pendapatan Daerah (Dipenda) Kabupaten Malang maupun dokumen lain yang berkaitan misalnya Keputusan Bupati Malang, artikel-artikel yang mempunyai relevansi dengan tema yang diteliti, Laporan Akuntabilitas Kinerja Dipenda maupun Peraturan Daerah Kabupaten Malang.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Meliputi:

a. Wawancara

   Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara langsung dengan pegawai Dipenda.

b. Observasi

   Dalam penelitian ini observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung di lokasi penelitian mengenai aktivitas maupun kondisi yang terjadi pada objek penelitian.

c. Dokumentasi

Melakukan penelusuran dan pengumpulan data yang berupa dokumen yang berkaitan dengan pajak khususnya pajak reklame termasuk perundang-undangan, Peraturan Daerah yang diperoleh dari Dinas Pendapatan Kabupaten Malang maupun penelusuran data dari berbagai sumber seperti internet maupun penelitian yang telah dilakukan pihak lain yang relevan dengan permasalahan yang diteliti.

3.5 Instrumen Penelitian

Instrumen Penelitian menurut Arikunto (2002, h. 136) adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data dan informasi agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti cermat, lengkap dan sistematis sehingga lebih mudah diolah.

Instrumen penelitian yang digunakan adalah:

a. Pedoman wawancara yaitu berupa daftar pertanyaan yang berkaitan dengan fokus penelitian atau masalah yang diteliti untuk membantu peneliti dalam memperoleh data yang dibutuhkan.
b. Buku catatan dan alat tulis yang digunakan untuk mencatat berbagai data yang diperoleh dilokasi penelitian baik dari hasil wawancara maupun pengamatan.
c. Dokumentasi. Arikunto (2002, h.149) menyebutkan bahwa instrument untuk metode dokumentasi adalah pedoman dokumentasi. Di dalam melaksanakan metode dokumentasi peneliti menyelidiki sumber tertulis seperti buku, dokumen maupun artikel serta keterangan yang dapat dipelajari dalam penelitian ini.

3.6 Lokasi dan Situs Penelitian

Lokasi dan situs yang menjadi tempat penelitian ini adalah Dinas Pendapatan Daerah (DIPENDA) Kabupaten Malang yang berlamatkan Jl. KH. Agus Salim No.7 Malang 65119. dengan alasan Dipenda adalah unsur pelaksana teknis Pemerintah Kabupaten Malang di bidang Pendapatan Daerah dan sesuai dengan visinya yaitu “ Terwujudnya pajak dan retribusi secara optimal sebagai penopang utama Pendapatan Asli Daerah yang dilaksanakan secara adil, pasti dan

layak disertai rasa kepatuhan, kesadaran, tanggung jawab serta kebanggaan bagi wajib pajak dan wajib retribusi dalam memenuhi kewajibannya".

3.7 Metode Analisis

Menurut Moleong (2002, h. 3) yang dimaksud dengan metode analisis data adalah suatu proses untuk mengatur urutan data, mengorganisasikannya kedalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan analisis deskriptif. Wisadirana (2005, h. 101) mengatakan bahwa metode kualitatif dengan analisis diskriptif tidak menggunakan perhitungan statistik (non uji statistik) dan terbatas hanya pada perhitungan persentase saja. Selanjutnya menggunakan pemikiran logis untuk menggambarkan, menjelaskan dan menguraikan secara mendalam dan sistematis tentang keadaan sebenarnya, kemudian ditarik suatu kesimpulan sehingga dapat diperoleh suatu penyelesaian masalah yang memuaskan.

Tahapan atau proses analisa data secara umum dikemukakan oleh Moleong (2002, h. 190) sebagai berikut:

> " Analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia diberbagai sumber yaitu dari hasil wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan laporan dan dari dokumentasi telah dibaca dan dipelajari dan ditelaah, langkah selanjutnya mengadakan reduksi data yang dilakukan dengan jalan membuat rangkuman inti kemudian menyusunnya kedalam satuan-satuan, satuan-satuan tersebut kemudian dikategorikan dengan membuat koding atau pengkodean, langkah berikutnya mengadakan penarikan keabsahan data. Setelah tahap tersebut selesai baru tahap penafsiran data atau interpretasi data. "

Berdasarkan pendapat tersebut maka tahapan atau langkah-langkah dalam menganalisa data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengedit data. Yaitu memeriksa data yang telah terkumpul kemudian dilakukan pengeditan agar mudah ditelaah sehingga siap untuk diproses lebih lanjut.
2. Mengklasifikasi data, yaitu data yang terkumpul diseleksi dan di kelompokkan sesuai dengan datanya masing-masing.
3. Pengolahan dan penyajian data, yaitu setelah data terkumpul selanjutnya diolah dengan cara tabulasi dalam bentuk tabel dan uraian.

4. Kemudian dilakukan analisis dan interpretasi data, serta berupaya memberikan jalan pemecahan dan berusaha untuk menarik suatu kesimpulan.

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Penyajian Data

4.1.1 Gambaran Umum Kabupaten Malang

Kabupaten Malang, adalah sebuah kabupaten di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Ibukotanya adalah Kepanjen. Kabupaten ini berbatasan dengan Kabupaten Jombang, Kabupaten Mojokerto, Kota Batu, dan Kabupaten Pasuruan di utara, Kabupaten Lumajang di timur, Samudra Hindia di selatan, serta Kabupaten Blitar dan Kabupaten Kediri di barat. Sebagian besar wilayahnya merupakan pegunungan yang berhawa sejuk, Malang dikenal sebagai salah satu daerah tujuan wisata utama di Jawa Timur. Kabupaten Malang terdiri atas 33 kecamatan, yang dibagi lagi atas sejumlah desa dan kelurahan (Lihat Tabel 2). Pusat pemerintahan di Kecamatan Kepanjen yang sebelumnya Pusat pemerintahannya berada di Kota Malang. Kota Batu dahulu bagian dari Kabupaten Malang, sejak tahun 2001 memisahkan diri setelah ditetapkan menjadi kota. Ibukota kecamatan yang cukup besar di Malang antara lain: Lawang, Singosari, Dampit, dan Kepanjen.

Tabel 2. Wilayah Administrasi Pemerintahan

1.	Pembantu Bupati	7
2.	Kota Administratif	1
3.	Kecamatan	35
4.	Perwakilan Kecamatan	2
5.	Kelurahan	16
6.	Desa	390
7.	Dusun	1.317
8.	Rukun Warga	3.055
9.	Rukun Tetangga	14.526

Sumber : http://www.eastjava.com/plan/ind/kab-malang.html,2006 (Data Diolah)

4.1.1.1. Sejarah Singkat Kabupaten Malang

Kabupaten Malang mempunyai sejarah yang unik dan menarik sebelum menjadi Kabupaten Malang seperti sekarang ini. Perkembangan pemerintah dan masyarakat wilayah ini terjadi sejalan dengan pasang surut, tumbuh kembang dan berakhirnya pusat - pusat pemerintahan di daerah ini dari abad ke abad. Kabupaten Malang pada suatu ketika pernah menjadi pusat kerajaan seperti pada jaman Kanjuruhan, Singhasari dan pada masa yang lain yang juga pernah menjadi Mandala (satuan wilayah) dan suatu pemerintahan kerajaan yang berpusat di luar kawasan Kabupaten Malang.

Adapun penemuan piagam (dari batu/lembaga) yang dikeluarkan oleh Raja, Wakil Raja, penguasa kerajaan atau keluarga Raja yang cukup banyak menyebutkan nama - nama desa dan satuan tempat tinggal yang sampai saat ini masih berada di kawasan Kabupaten Malang, merupakan suatu petunjuk kesinambungan sejarah Kabupaten dengan pusat pemerintahan di masa lalu.

Nama - nama tempat yang disebut dalam prasasti ini masih tertinggal sebagai nama - nama desa di Kabupaten Malang, walaupun sebutan nama - nama itu kini telah banyak berubah, namun masih dapat ditelusuri asal usulnya sebagai bukti sejarah dan adapun diantaranya adalah :

1. Kanjuruhan, tersebut dalam prassti tahun 760 M sekarang berubah menjadi Kajuron sebuah tempat dekat Dinoyo.
2. Balandit, tersebut dalam prasasti tahun 929 M sekarang menjadi Balandit sebuah tempat disebelah Singosari.
3. Turiyan tersebut dalam prasasti tahun 929 M sekarang berubah menjadi Turen sebuah tempat disebelah tenggara Malang
4. Panawijyan tersebut dalam prasasti tahun 943 M sekarang berubah menjadi Polowijen sebuah Kelurahan di Kodya Malang
5. Hantang, tersebut dalam prasasti tahun 1135 M sekarang berubah menjadi Ngantang yang berada di sebelah barat Malang
6. Katiden, tersebut dalam prasasti tahun 1935M sekarang berubah menjadi Ketindan sebuah tempat di Kecamatan Lawang sebelah utara Malang

7. Mandaragiri, terdapat dalam naskah Negarakertagama, adalah sebuah bukit yang kini dikenal dengan sebutan Mandaraka, yang ada di Kecamatan Singosasi, sebelah utara Kota Malang

Selain petunjuk berupa desa - desa, gunung, bukit dan sungai, masih banyak bukit lainnya berupa peninggalan kuno yang berbentuk candi, stupa, gapura dan benda purbakala lainnya yang terdapat dikawasan Kabupaten Malang sekarang.

4.1.1.2Kondisi Geografis

Kabupaten Malang terletak diantara 112 ^{0} 17’ 10.90 “ sampai dengan 122 ^{0} 57’ 00.00 “ Bujur Timur dan 7 ^{0} 44’ 55.11 “ sampai dengan 8 ^{0} 26’ 35.45 “ Lintang Selatan. Secara geografis Kabupaten Malang merupakan daerah dataran tinggi yang dikelilingi oleh Gunung Arjuno, Gunung Anjasmoro, Gunung Bromo, Gunung Semeru, Gunung Kawi, Gunung Kelud, Gunung Panderman, Gunung Welirang serta Pegunungan Kapur di Malang Selatan. Posisi Wilayah Kabupaten Malang terletak pada ketinggian 250-500 meter diatas permukaan laut dengan kondisi daerah perlembahan atau dataran rendah. Sedangkan daerah dataran tinggi pada ketinggian antara 500- 3600 meter diatas permukaan laut yang terdapat di daerah Malang Selatan, Lereng Tengger Semeru dan di sekitar lereng Gunung Kawi dan Gunung Arjuno. Struktur jenis tanah meliputi : *Latosol, Andosol, Regosol, Brown Forest, Aluvial, Mediteran* dan *Litosol.* Namun demikian daerah Kabupaten Malang dialiri beberapa sungai yang secara keseluruhan berpengaruh besar terhadap perekonomian yang bersifat agraris.

Tabel 3. Luas Daratan Kabupaten Malang

LUAS DARATAN		3.711,61 Km^2
Terdiri Dari :		
No	Bagian Daratan	Luas
(1)	(2)	(3)
1.	Pemukiman/ Kampung	362,66 km^2
2.	Persawahan	516,72 km^2
3.	Pertanian Tanah Kering	1.242,81 km^2
4.	Perkebunan	158,01 km^2
5.	Hutan	1.119,59 km^2

(1)	(2)	(3)
6.	Rawa / Danau / Waduk	10,36 km^2
7.	Kebun Campur	228,84 km^2
8.	Tanah Rusak / Tandus	22,47 km^2
9.	Padang Rumput / Alang-alang	26,36 km^2
10.	Lain-lain	23,79 km^2

Sumber : http://www.eastjava.com/plan/ind/kab-malang.html,2006 (Data Diolah)

4.1.1.3 Kondisi Wilayah dan Jumlah Penduduk

Kabupaten Malang setelah Batu menjadi kota yang berdiri sendiri memiliki luas wilayah 297. 705 hektar (2.977,05 Km^2). Daerah ini termasuk dalam koridor Utara-Selatan dari wilayah pertumbuhan Propinsi Jawa Timur yang dicirikan sebagai daerah maju (*congested*). Secara keseluruhan jumlah penduduk Kabupaten malang per 2001 berjumlah 2. 244.595 jiwa yang diantaranya merupakan penduduk miskin (20,19 %).

4.1.1.4 Potensi Ekonomi

Secara umum sektor pertanian masih merupakan sektor utama di dalam perekonomian masyarakat Kabupaten Malang. Secara detail potensi kegiatan ekonomi Malang bersumber pada bidang perkebunan, perikanan, peternakan, kehutanan, pertambangan/ bahan galian, industri, pariwisata, dan perhubungan. Hal demikian selaras dengan basis produksi yang dimiliki oleh daerah ini berdasarkan koridor pertumbuhannya yaitu meliputi produksi pada bidang tanaman pangan, perkebunan, perikanan kehutanan dan perdagangan. Sedangkan kontribusinya terhadap PDRB Kabupaten Malang berdasarkan harga konstan tahun 1993, beberapa sektor menunjukkan angka-angka sebagai berikut: Pertanian (31.18 %), Perdagangan, Hotel dan Restoran (22,57 %), Jasa-jasa (14, 67 %), Industri Pengolahan (13,87 %) Lain-lain (17,71%).

Malang dikenal sebagai daerah tujuan wisata utama Jawa Timur. Berikut adalah beberapa tempat wisata menarik di Kabupaten Malang:

1. Gunung Kawi, terletak di wilayah Kecamatan Ngajum. Terkenal sebagai tempat wisata spiritual.

2. Gunung Arjuno-Welirang, sering untuk pendakian dengan rute: Junggo, Cangar, Singosari, Lawang, Purwosari atau Pandaan.
3. Puncak Penanjakan Bromo lewat Nongkojajar.
4. Waduk Selorejo, terletak di Kecamatan Ngantang (di tepi jalan raya Malang-Jombang)
5. Waduk Karangkates (Bendungan Sutami), terletak di Kecamatan Sumberpucung.
6. Taman Ria Sengkaling, terletak di tepi jalan raya Malang-Batu, terdapat kolam renang dan taman bermain.
7. Air terjun Coban Rondo, terletak di Kecamatan Pujon.
8. Air terjun Coban Talun, Coban Rais.
9. Pemandian Dewi Sri, terletak di Kecamatan Pujon menyajikan wisata pemandian air panas pegunungan. Wisata ini berada di dekat pasar Pujon sebagai sentra pemasaran buah dan sayur mayur.
10. Candi Singosari, terletak di Kecamatan Singosari.
11. Pantai: Pantai Ngliyep, Pantai Bajulmati, Pantai Sendangbiru, Pantai Balekambang.

4.1.1.5 Transportasi

Bus, Transportasi angkutan antarkota dilayani dengan bus kota dan kereta api. Terminal antarkota di Kota Malang adalah Arjosari (jurusan Surabaya dan Probolinggo), Gadang (jurusan Dampit, Lumajang dan Blitar/Tulungagung), dan Landungsari (jurusan Jombang, Tuban, dan Kediri). Angkutan dalam kabupaten menggunakan bus mini dan angkutan perdesaan. Terminal di wilayah kabupaten Malang adalah: Kepanjen dan Tumpang. Selain Bus yang menjadi transportasi lain adalah Kereta Api, Malang terletak di jalur kereta api lintas Surabaya-Malang-Blitar-Kertosono-Surabaya. Terdapat 2 stasiun kereta api di Kota Malang (Malang Kotabaru dan Malang Kotalama), dan 7 stasiun di wilayah Kabupaten Malang (Lawang, Singosari, Blimbing, Pakisaji, Kepanjen, Ngebruk dan Sumberpucung). Lintasan kereta api ini termasuk unik (mungkin satu-satunya) di Indonesia karena melewati dua buah terowongan (tunnel) di daerah PLTA Karangkates.

4.1.2 Gambaran Umum Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Malang

4.1.2.1 Sejarah Singkat Instansi

Dalam perkembangannya, Dinas Pendapatan Daerah (Dipenda) Kabupaten Malang merupakan dinas yang berperan sebagai pembantu langsung dan bertanggung jawab kepada Bupati Kepala Daerah dalam melaksanakan tugasnya. Dipenda Kabupaten Malang melaksanakan segala urusan untuk menghimpun dan mengumpulkan seluruh pendapatan daerah untuk wilayah Kabupaten Malang yang berupa pajak, retribusi dan berbagai pungutan serta pengelolaan kekayaan daerah lainnya.

Dalam sejarah terbentuknya Dipenda Kabupaten Malang telah melalui dua periode yaitu sebelum tahun 1977 dan sesudah tahun 1977.

a). Sebelum tahun 1977

Pada masa ini belum dikeluarkan Undang-undang No.5 Tahun 1977, dimana Undang-undang ini menjelaskan bahwa sektor pendapatan daerah ditangani oleh sebagian dinas dan bagian umumnya langsung menyetor ke kas daerah. Dinas pendapatan daerah belum terbentuk, yang ada hanya beberapa sektor saja.

b). Sesudah tahun 1977

Pemerintah melalui Mendagri mengeluarkan Undang-undang No.5 Tahun 1979 Tentang Pokok-Pokok Pemerintahan Daerah yang menyatakan bahwa dalam penyelenggaraan daerah dibentuk sektor daerah dan dinas daerah.

Mengacu pada Undang-undang No.5 Tahun 1979, maka kebijakan pengelolaan daerah kembali dibenahi di dinas-dinas dan bagian pemerintah daerah Kabupaten Malang dengan dikeluarkannya Perda No.5 Tahun 1979 yang mengatur dasar hukum daerah dan struktural dinas pendapatan daerah.

4.1.2.2 Susunan Organisasi dan Tata Kerja Dinas Pendapatan

Susunan organsiasi Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Malang terdiri dari:

a. Kepala Dinas

Kepala Dinas memiliki tugas memimpin Dinas Pendapatan dalam perumusan perencanaan kebijakan, pelaksanaan pembangunan di bidang pendaptan, penyelenggaraan pembinaan, pengawasan, pengendalian teknis bidang

pendapatan serta pengelolaan dan pemeliharaan sarana dan prasarana bidang pendapatan. Selain itu Kepala Dinas juga melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Bupati sesuai dengan bidang tugasnya.

b. Bagian Tata Usaha

Bidang Tata Usaha mempunyai tugas melaksanakan koodinasi perencanaan, evaluasi dan pelaporan program Dinas Pendapatan, pengelolaan urusan kepegawaian, urusan umum yang meliputi kegiatan surat - menyurat, penggandaan, perlengkapan, rumah tangga, humas, urusan keunagan serta urusan evaluasi dan pelaporan. Selain itu Bagian Tata Usaha juga melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan bidang tugasnya.

Untuk melaksanakan tugas-tugasnya Bagian Tata Usaha mempunyai fungsi sebagai berikut:

1) Perencanaan kegiatan ketatausahaan
2) pengelolaan urusan keuangan, evaluasi dan pelaporan
3) pengelolaan urusan kepegawaian
4) pengelolaan perlengkapan, urusan rumah tanggadan keprotokolan
5) penyelenggaraan kegiatan surat-menyurat, pengetikan dan penggandaan, kearsipan, perlengkapan, rumah tangga dan kehumasan

Bagian Tata Usaha terdiri dari:

1) Sub Bagian Umum dan Kepegawaian
2) Sub Bagian Keunagan, Evaluasi dan Pelaporan

c. Bidang Program dan Pengendalian Operasional (P2O)

Bidang P2O mempunyai tugas melaksanakan sebagian urusan teknis Dinas Pendapatan dalam bidang program dan pengendalian operasional. Selain itu Bidang P2O juga melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan bidang tugasnya.

Untuk melaksanakan tugas-tugasnya Bidang Program dan Pengendalian Operasional mempunyai fungsi sebagai berikut:

1) Perencanaan pendapatan daerah.
2) Perencanaan rancangan peraturan daerah dan petunjuk pelaksanaan peraturan daerah tentang perpajakan atau retribusi daerah.

3) Pembinaan, pengawasan dan pengevaluasian pelaksanaan pemungutan dan administrasi pajak atau retribusi daerah kepada unit-unit kerja Dinas Pendapatan.
4) Pengevaluasian realisasi pemungutan dan pendapatan daerah lainnya kepada dinas-dinas penghasil.
5) Pelaksanaan kerja sama yang sinergis dengan instansi vertikal dan dinasi-dinas lainnya dalam rangka pengembangan pendapatan
6) Pemberian saran atau pertimbangan kepada Kepala Dinas yang ada hubungannya dengan tugas dan fungsi

Bagian Program dan Pengendalian Operasional terdiri dari :

1) Seksi Penggalian dan Pengembangan Pendapatan
2) Seksi Perencanaan dan Pembinaan Pendapatan

d. Bidang Pendataan dan Penetapan

Bidang Pendataan dan Penetapan mempunyai tugas melaksanakan sebagian teknis Dinas Pendapatan dalam bidang pendataan dan penetapan. Selain itu Bidang Pendataan dan Penetapan juga melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan bidang tugasnya.

Untuk melaksanakan tugas-tugasnya Bidang pendataan dan Penetapan mempunyai fungsi sebagai berikut:

1) Penyelenggaraan kegiatan dalam bidang tugasnya dan membantu serta bertanggung jawab kepada Kepala Dinas
2) Pelaksanaan pendataan terhadap wajib pajak atau retribuis daerah dan menetapkan besarnya pajak atau retribusi daerah
3) Penerimaan dan pendistribusian Surat Pemberitahuan Objek Pajak (SPOP),SPPT, PBB serta DHKP kepada wajib pajak.
4) Pemberian saran dan atau pertimbangan kepada Kepala Dinas terhadap pelaksanaan tugas

Bidang Pendataan dan Penetapan terdiri dari :

1) Seksi Pendaftaran dan Pendataan,
2) Seksi Perhitungan dan Penerbitan SKPD/ Surat Ketetapan Retribusi Daerah (SKRD)

e. Bidang Pembukuan

Bidang Pembukuan mempunyai tugas melaksanakan sebagian urusan teknis Dinas Pendapatan dalam bidang pembukuan. Selain itu Bidang Pembukuan juga melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan bidang tugasnya.

Untuk melaksanakan tugas-tugasnya, Bidang Pembukuan mempunyai fungsi sebagai berikut:

1) Pelaksanaan pembukuan dan pelaporan tentang realisasi penerimaan dan tunggakan pajak atau retribusi daerah dan PBB
2) Pelaksanaan pembukuan dan pelaporan tentang realisasi penerimaan lain-lain pendapatan yang sah
3) Pelaksanaan pembukuan dan pelaporan persediaan benda-benda berharga
4) Penyusunan data evaluasi realisasi penerimaan Pajak Daerah / retribusi daerah, PBB dan lain-lain pendapatan yang sah
5) Pemberian saran dan pertimbangan kepada Kepala Daerah mengenai hal-hal yang ada hubungannya dengan tugas.

Bidang Pembukuan terdiri atas:

1) Seksi Pembukuan Penerimaan
2) Seksi Pembukuan Persediaan

f. Bidang Penagihan

Bidang Penagihan mempunyai tugas melaksanakan sebagian urusan teknis Dinas Pendapatan dalam bidang penagihan dan melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan bidang tugasnya.

Untuk melaksanakan tugas-tugasnya, Bidang Penagihan mempunyai fungsi sebagai berikut:

1) Penyiapan Surat Penagihan, Keberatan dan Permohonan Banding dari wajib pajak atau retribusi,
2) Pelaksanaan kegiatan penagihan kepada wajib pajak/ retribusi yang telah menerima SKPD/SKRD, SKPD/SKRD tambahan, SKRD angsuran yang belum melunasi pembayaran/penyetorannya hingga batas waktu yang telah ditentukan.

3) Pemberian saran atau pertimbangan pada Kepala Dinas mengenai hal-hal yang ada hubungannya dengan masalah hukum yang timbul akibat pelaksanaan tugas Dinas Pendapatan.

Bidang Penagihan terdiri dari:

1) Seksi Pengolahan Data Tunggakan dan Penagihan
2) Seksi Keberatan dan Retribusi

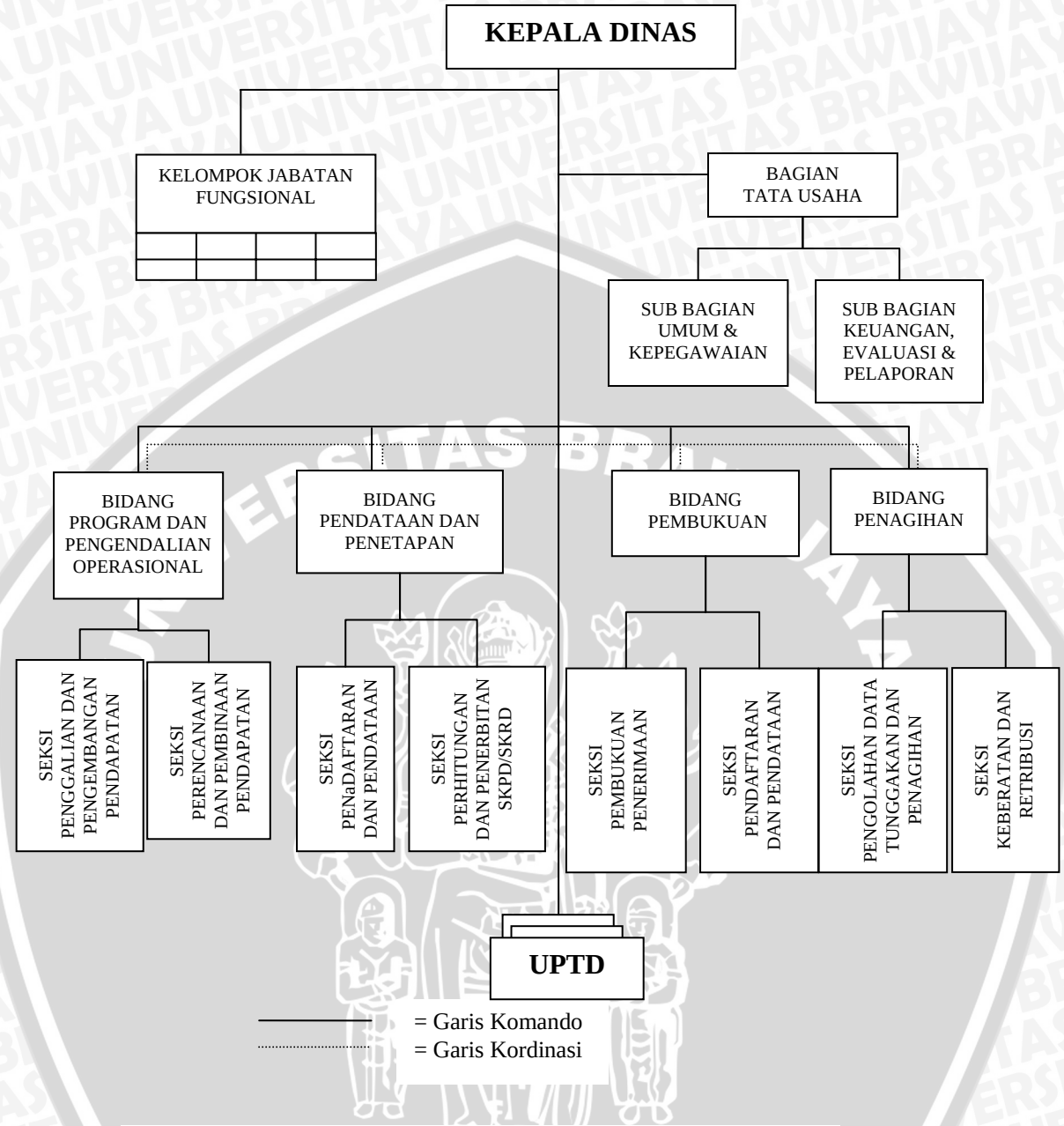
g. Kelompok Jabatan Fungsional

Mempunyai tugas melaksanakan sebagian tugas Pemerintah Daerah sesuai dengan keahlian dan kebutuhan. Kelompok jabatan fungsional terdiri dari sejumlah tenaga, dalam jenjang jabatan fungsional yang terbagi dalam berbagai kelompok sesuai dengan bidang keahliannya, ditentukan berdasarkan kebutuhan dan beban kerja. Dalam instansi Dinas Pendapatan Kabupaten Malang, kelompok Jabatan Fungsional terdiri dari :

1) Arsiparis Muda
2) Asisten Pustakawan Muda
3) Analis Kepegawaian Muda

h. Unit Pelayanan Teknis Dinas (UPTD)

UPTD merupakan unsur pelaksana di lapangan yang dilaksanakan di bagian tugas Dinas Pendapatan di wilayah tertentu. UPTD pendapatan di bentuk dengan Surat Keputusan Bupati berdasarkan kebutuhan daerah serta telah memenuhi kriteria dan ketentuan yang telah ditetapkan sesuai dengan peraturan yang berlaku.



Bagan1. Struktur Organisasi Dinas Pendapatan Kabupaten Malang

4.1.2.3 Kedudukan, Tugas Pokok dan Fungsi Dipenda Kabupaten Malang

a) Dinas Pendapatan Daerah adalah unsur pelaksana Pemerintah Daerah di bidang pendapatan.
b) Dinas ini dipimpin oleh Kepala Dinas yang berada dibawah dan bertanggung jawab pada Bupati, melalui Sekretaris Daerah.

Dinas Pendapatan mempunyai tugas :

a) Melaksanakan kewenangan desentralisasi di bidang pendapatan.
b) Dinas Pendapatan Daerah melaksanakan tugas-tugas lain yang di berikan oleh Bupati sesuai dengan bidang tugasnya. Dalam menyelenggarakan tugas-tugasnya.

Dinas Pendapatan mempunyai fungsi sebagai berikut:

1) Pelaksanaan pengelolaan dan pengumpulan data berbentuk database, serta analisis data untuk penyususunan program kegiatan
2) Perencanaan strategis pada Dinas Pendapatan
3) Pelaksanaan kebijakan daerah dan kebijakan teknis di bidang pendapatan daerah
4) Pelaksanaan, perencanaan ,pengawasan, pengendalian, pengevaluasian dan pelaporan di bidang pendapatan daerah
5) Pelaksanaan pendaftaran dan pendataan wajib pajak atau retribusi daerah
6) Penetapan besarnya pajak atau retribusi daerah
7) Penyelenggaraan pelatihan bidang pendapatan
8) Pelaksanan pelatihan bidang pendapatan
9) Pelaksanaan kegiatan PBB
10) Pembukuan dan pelaporan pemungutan dan penyertoran pajak ataru retribusi daerah serta pendapatan lainnya.
11) Pelaksanaan sosialisasi mengenai pajak atau retribusi daerah serta PBB
12) Penyelenggaraan tata ysaha Dinas Pendapatan
13) Pembinaan UPTD dalam lingkup tugasnya.
14) Pengkordinasian, integrasi dan sinkronisasi kegiatan di lingkungan Dinas Pendapatan
15) Pembinaan dan pelaksasanaan kerja sama dengan masyarakat, lembaga pemerintah dan lembaga-lembaga lainnya.

16).Penyelenggaraan dan pengawasan standar pelayanan minimal yang wajib dilaksanakan di bidang pendapatan.

4.1. 3 Gambaran Umum Sistem Pemungutan Pajak Reklame di Kabupaten Malang.

4.1.3.1 Dasar Hukum

a. UU No. 34 Tahun 2000 Tentang Perubahan atas UU No. 18 Tahun 1997 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
b. PP.No.65 Tahun 2001 Tentang Perubahan atas PP No.19 Tahun 1997 Tentang Pajak Daerah.
c. KMDN No. 170 Tahun 1997 Tentang Pedoman Tata Cara Pemungutan Pajak Daerah.
d. PERDA Kabupaten Malang No. 11 Tahun 2002 Tentang Pajak Reklame.
e. SK Bupati Malang No. 24 Tahun 2003 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Perda No.11 Tahun 2002 Tentang Pajak Reklame.

4.1.3.2 Subjek dan Objek Pajak Reklame

Subjek pajak reklame adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan atau melakukan pemasangan reklame (Perda No.11 Tahun 2002 pasal 4).

Objek pajak reklame menurut Peraturan Daerah No.11 Tahun 2002 pasal 3 adalah semua penyelenggara reklame. Penyelengara reklame adalah perorangan atau Badan Hukum yang menyelenggarakan reklame baik untuk dan atas nama dirinya sendiri atau untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya. Wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame. Penyelenggaraan Reklame sebagaimana dimaksud dalam Keputusan Bupati Malang Nomor 24 Tahun 2003 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Kabupaten Malang pasal 1 ayat 2 meliputi sebagai berikut:

a. Reklame Papan/Billboard/Megatron:

   Reklame yang terbuat dari kayu, seng atau bahan lain yang sejenis yang dipasang atau digantungkan atau dibuat pada bangunan, tembok, dinding, pagar, pohon, tiang, dan sebagainya. Meliputi papan nama tiang, papan nama toko, papan nama tiang/toko bersinar, neon box.

b. Reklame Kain:

   Reklame yang terbuat dari kain atau bahan yang sejenis. Meliputi spanduk, umbul-umbul, tenda toko, layar cover dan sejenisnya.

c. Reklame Melekat:

   Reklame yang ditempelkan di tembok dana atau kaca (poster).

d. Reklame Selebaran:

   Reklame yang disebarkan,diberikan atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempatkan,diletakkan pada benda lain.

e. Reklame berjalan termasuk pada kendaraan:

   Reklame yang diselenggarakan dengan cara membawa rekalme berkeliling oleh berjalan atau pada kendaraan.

f. Reklame Udara:

   Reklame ynag diselenggarakan di udara dengan gas, pesawat atau alat lain ruang sejenis. Meliputi, balon udara, selebaran yang disebar melalui pesawat dan sebagainya.

g. Reklame Suara:

   Reklame yang menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari/oleh perantara atau pesawat apapun.

h. Reklame Film/Slide:

   Reklame yang memuat tulisan dan atau gambar yang terdiri atau dibentuk dari lampu pijar atau alat penyinar lainnya yang memberikan sinar pada malam hari.

i. Reklame Peragaan:

   Reklame yang dilakukan dengan cara melakukan peragaan. Meliputi demo panci, kecantikan, dan sejenisnya.

j. Plackchain:

   Reklame yang bebentuk bendera berbahan plastik

k. Tinplate:

   Reklame yang digantung atau ditempel yang berbebagan seng

l. Rombong:

   Reklame yang menyatu dan atau dicat pada rombong termasuk pada rumah dan toko.

m. Stiker:

Reklame yang dapat ditempel dan berbahan plastik, kertas, dan sejenisnya**.**

4.1.3.3 Tidak Termasuk Objek Pajak Reklame

Dalam Peraturan Daerah Kabupaten Malang No.11 Tahun 2002 Pasal 3 ayat 3 yang tidak termasuk objek pajak reklame adalah:

a. Penyelenggaraan Reklame melalui internet, televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan dan sejenisnya.
b. Penyelenggaraan Reklame lainnya yang ditetapkan dengan Keputusan Bupati.

4.1.3.4 Dasar Pengenaan dan Tarif Pajak Reklame

Dasar Pengenaan Pajak Reklame adalah nilai sewa reklame yang dihitung berdasarkan kawasan. Zone penempatan, jenis, jangka waktu penyelenggaraan, dan ukuran media reklame. Apabila reklame diselenggarakan oleh orang pribadi dan Badan yang memanfaatkan Reklame untuk kepentingan sendiri, maka nilai sewa Reklame dihitung berdasarkan besarnya biaya pemasangan, pemeliharaan, lama pemasangan, nilai strategis lokasi reklame, jenis reklame, ketinggian pemasangan dan ukuran media.

Dalam hal reklame diselenggarakan oleh pihak ketiga maka nilai sewa reklame ditentukan bedasarkan jumlah pembayaran untuk suatu masa pajak/masa penyelenggaraan reklame dengan memperhatikan biaya pemasangan pemeliharaan, lama pemasangan, nilai strategis lokasi reklame, jenis reklame, ketinggian pemasangan dan ukuran media.

Nilai Jual Objek Pajak Reklame (NJOPR) adalah keseluruhan pembayaran/pengeluaran biaya yang dikeluarkan oleh pemilik dan atau penyelenggara reklame termasuk dalam hal ini adalah biaya/harga beli barang reklame, konstruksi, instalasi listrik, pembayaran/ongkos perakitan, pemancaran, peragaan, penayangan, pengecatan, pemasangan dan transportasi pengangkutan dan lain sebagainya sampai dengan bangunan reklame rampung, dipancarkan, diperagakan, ditayangkan dan atau terpasang ditempat yang telah diijinkan.

Nilai Strategis Lokasi Reklame adalah ukuran nilail yang ditetapkan pada titik lokasi pemasangan reklame tersebut berdasarkan kriteria kepadatan pemanfaatan tata ruang kota untuk berbagai aspek kegiatan di bidang usaha.

Kawasan/zone adalah batasan-batasan wilayah tertentu sesuai dengan pemanfaatan wilayah tersebut yang dapat di gunakan untuk pemasangan reklame.

4.1.3.5 Nilai Strategis Suatu Lokasi Reklame

Setiap lokasi pemasangan rekalme yang ada di daerah Kabupaten Malang mempunyai nilai strategis yang berbeda. Perbedaan nilai strategis suatu lokasi tersebut mengakibatkan perbedaan tarif untuk masing-masing lokasi.

Berdasarkan Keputusan Bupati Kabupaten Malang No.24 Tahun 2003 tentang petunjuk pelaksanaan peraturan daerah Kabupaten Malang No.11 Tahun 2003 tentang pajak Reklame, ada 5 (lima) klasifikasi Nilai Strategis yang ditetapkan di Kabupaten Malang.

4.1.3.6 Persyaratan Pembayaran Pajak Reklame

Berdasarkan brosur Informasi pembayaran pajak reklame, memiliki persyaratan sebagai berikut:

a. Menyerahkan rekomendasi / surat ijin pemasangan reklame dari Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kabupaten Malang.
b. Mengisi dan menyerahkan formulir pendaftaran dengan melampirkan fotocopy KTP.
c. Mengisi dan menandatangani SPTPD
d. Membayar Pajak Reklame di BKP Dinas Pendapatan Kabupaten Malang.

4.1.3.7 Prosedur Pelaksanaan Pemungutan Pajak Reklame

Prosedur adalah susunan tata kerja atau cara pelaksanaan atau suatu tugas, sehingga proses pelaksanaan tugas berjalan secara efektif dan efisien. Agar pelaksanaan pemungutan Pajak Reklame berjalan dengan efektif dan efisien maka harus dilaksanakan melalui tahapan sebagai berikut:

a. Prosedur Perijinan

Perijinan adalah suatu bentuk pelayanan mengenai perkenaan untuk dapat dilakukan atau tidak melakukan suatu kegiatan yang diatur oleh Ketentuan Peraturan yang berlaku. Agar proses perijinan pemasangan reklame tetap berjalan dengan lancar maka tahapan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1) Pengajuan permohonan beserta lampiran gambar reklame, bentuk, ukuran dan letak/lokasi pemasangan kepada Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kabupaten Malang.

2) Mengadakan peninjauan kelapangan/lokasi pemasangan bersama tim dari Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kabupaten Malang.
3) Pembuatan ijin pemasangan Reklame yang dikeluarkan oleh Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kabupaten Malang**.**

b. Prosedur Pendaftaran dan Pendataan

Prosedur pendaftaran dan pendataan adalah mencatat data wajib pajak yang akan dikukuhkan sebagai wajib pajak serta dari objek pajak sebagai dasar untuk menetapkan besarnya pajak yang terutang. Adapun langkah-langkah yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Prosedur Pendaftaran

   Dalam upaya meningkatkan kapasitas administrasi dan pendapatan daerah dari sektor pajak reklame sebagai langkah pertama yang perlu adalah membuat Nomor Pokok Wajib Pajak Daerah (NPWD). Adapun langkah-langkah untuk mendapatkan NPWD sebagai tanda telah dikeluarkan sebagai wajib pajak, maka tahapan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

   a) Wajib pajak mengisi blanko pendaftaran yang dilampirkan foto copy KTP.
   b) Membuat surat pengukuhan untuk memberikan kepastian wajib pajak yang telah memasukkan isi isian formulir pendaftaran secara lengkap dan benar.
   c) Pemberian Nomor Pokok Wajib Pajak Daerah (NPWPD) kepada setiap wajib pajak dan sebagai wajib penanggung jawab pajak daerah, secara permanen menjadi identitas wajib pajak.

2. Prosedur Pendataan

   Kegiatan pendataan dimaksud untuk memperoleh data perpajakan dari masing-masing wajib pajak. Data tersebut berguna untuk menetapkan jumlah pajak yang dikenakan kepada wajib pajak yang bersangkutan. Adapun tahap kegiatannya adalah sebagai berikut:

   a) Wajib pajak menyerahkan ijin yang dikeluarkan dari Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) di seksi Pendataan.
   b) Mengisi blanko SPTPD Pajak Reklame dengan jelas dan benar.

c) Selanjutnya dicatat kedalam kartu data dan buku Regester Pajak Reklame.

d) Kemudian kartu data tersebut diserahkan ke sub Dinas Penetapan untuk dihitung atau ditetapkan dan diterbitkan surat Ketetapan Pajak.

c. Prosedur Perhitungan dan Penerbitan

Sumber utama untuk menetapkan besarnya pajak yang akan dikenakan kepada wajib pajak adalah kartu data yang diterima dari sub Seksi Pendataan. Perhitungannya dilakukan oleh seksi penetapan yang mempunyai peranan penting dalam menentukan besarnya pajak yang terutang. Adapun tahapan kegiatan yang dilakukan oleh seksi penetapan adalah sebagai berikut:

1) Menghitung jumlah pajak sesuai dengan kartu data yang diterima dari sub Seksi Pendataan dengan memakai Nota Perhitungan Pajak Reklame.
2) Penerbitan Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD) pajak reklame yang ditanda tangani oleh Kepala Dinas yang disertai dengan Surat Setoran Pajak Daerah (SSPD).

d. Prosedur Penyetoran

Penyetoran pajak daerah dilakukan oleh Bendaharawan Khusus Penerima (BKP) Dipenda. Dalam Surat Setoran Pajak Daerah (SSPD) dicantumkan perhitungan besarnya pajak reklame yang harus dibayar oleh wajib pajak dan perhitungan tersebut berdasarkan pada kawasan/zone penempatan, jenis, jangka waktu penyelenggaraan dan ukuran media reklame.

e. Prosedur Pembukuan dan Pelaporan

Kegiatan pembukuan dilaksanakan sesudah kegiatan penyetoran oleh wajib pajak. Kegiatan pelaporan yang merupakan pekerjaan lanjutan setelah pembukuan dan dilaksanakan setiap akhir periode bulanan, triwulan, semester atau tahunan. Tujuan dari pembukuan dan pelaporan adalah untuk mengetahui dan melaporkan jumlah realisasi penerimaan masing-masing jenis pajak, disamping itu untuk mengetahui dan me;aporkan jumlah tunggakan pajak baik perjenis pajak maupun perjenis wajib pajak.

Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam proses pembukuan, meliputi:

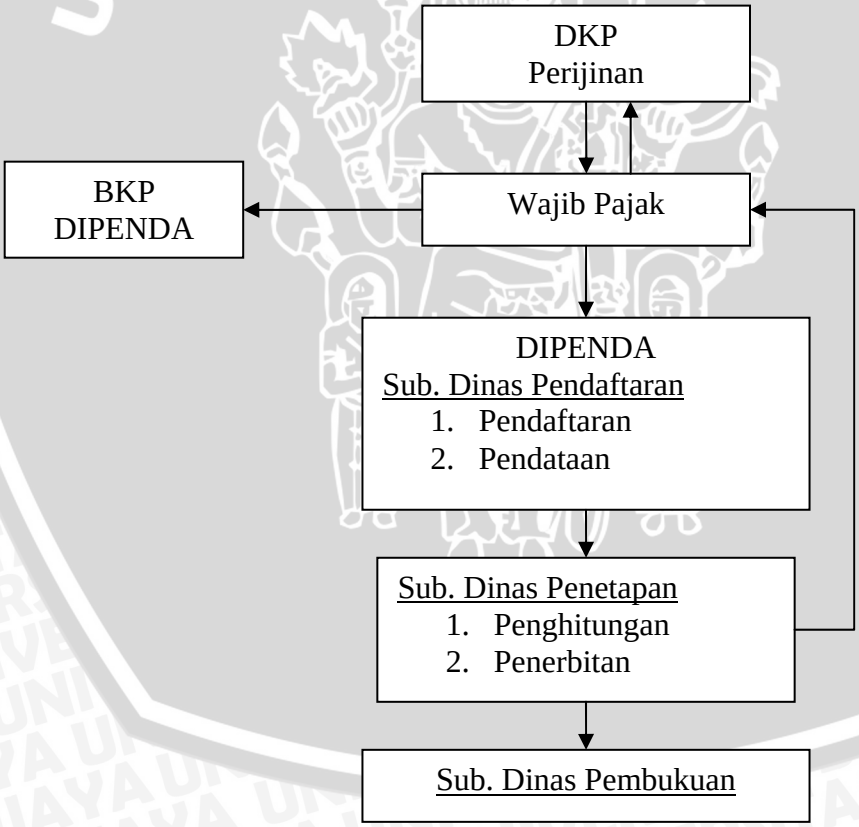
a. Pembukuan penerimaan dan penyetoran

1) Mencatat penerimaan daftar surat ijin yang diterbitkan dan surat pemberitahuan pembayaran masing-masing pada kartu jenis pajak dan kartu wajib pajak.
2) Menjumlahkan secara periodik kolom debet dan kolom kredit masing-masing kartu jenis pajak dan kartu wajib pajak.

b. Pembukuan daftar tunggakan pajak

1) Membuat daftar tunggakan perjenis pajak dan daftar tunggakan per wajib pajak.
2) Mendistribusikan daftar tunggakan pajak yang dibuat.
3) Pembuatan laporan realisasi penerimaan dan tunggakan
    1) Membuat laporan realisasi penerimaan dan tunggakan
    2) Mendistribusikan laporan realisasi penerimaan dan tunggakan.

Untuk lebih jelasnya lihat bagan 2 dibawah ini:



DKP : Dinas Kebersihan dan Pertamanan
BKP : Bendaharawan Khusus Penerima

Bagan 2. Prosedur Pelaksanaan Pemungutan Pajak Reklame

4.1.3.8 Cara Pengenaan Pajak Reklame

Besar tarip pajak ditetapkan sebesar 25 % (Dua Puluh lima persen) dari dasar pengenaan. Dasar pengenaan pajak reklame adalah nilai sewa reklame yang diperhitungkan dengan memperhatikan kawasan/zone penempatan, jenis, jangka waktu penyelenggaraan dan ukuran media reklame.

Dasar penghitungan pajak adalah :

PAJAK = NILAI SEWA X LUAS X SISI X MASA PAJAK X TARIP PAJAK

NILAI SEWA = NILAI STRATEGIS + NJOP

Keterangan :

1. Nilai Sewa = Nilai menyelenggarakan kegiatan reklame. (nilai strategis) di tambah Nilai Jual Tempat (NJOP) berdasarkan ukuran meter persegi yang ditetapkan oleh Kepala Daerah.
2. Nilai Strategis = ukuran nilai yang ditetapkan pada titik lokasi pemasangan reklame tersebut berdasarkan kriteria kepadatan pemamfaatan tata ruang kota untuk aspek kegiatan di bidang usaha.
3. Nilai Jual Objek Pajak (NJOP)= keseluruhan pembayaran / pengeluaran biaya yang dikeluarkan oleh pemilik dan atau penyelenggaraan reklame termasuk biaya/ harga beli bahan reklame, konstruksi, instalasi listrik, pembayaran ongkos rakitan, pemancaran ,peragaan, penayangan, pengecatan, pemasangan dan transportasi dan sebagainya sampai dengan bangunan reklame rampung, dipancarkan, diperagakan , ditayangkan dan terpasang di tempat yang diijinkan.

   Cara Perhitungan Pajak Reklame

   a) Pajak Reklame= Nilai Sewa x Tarip Pajak
   b) Nilai Sewa = Menjumlahkan nilai strategis dan Nilai Jual Objek Pajak (NJOP)
   c) Nilai Strategis adalah tempat yang sudah ditentukan nilai jualnya / meter persegi berdasarkan tabel yang ditetapkan oleh Kepala Daerah

Contoh :

A. PAPAN NAMA TIANG BERSINAR (REKLAME PERMANEN)
   - Tarip Pajak Reklame = 25 %
   - Nilai Strategis Utama (Rp. 125.000 / m^2/ Tahun)
   - NJOP Utama (Rp. 225.000/ m^2/ Tahun)
   - Luas Reklame = 24 m^2
   - Nilai Sewa = Nilai Strategis + NJOP
     = Rp. 125. 000 + Rp.225.000
     = Rp. 350.000
   - Nilai Reklame = Nilai Sewa x Tarip Pajak x Luas
     = Rp. 350.000 x 25 % x 24 m^2
     = Rp. 2.100.000 Pertahun

B. SPANDUK (REKLAME INSIDENTAL)
   - Tarip Pajak Reklame = 25 %
   - Nilai Strategis (Rp. 7500/ m^2/ bulan)
   - NJOP (Rp. 17. 500/ m^2/ bulan)
   - Luas Reklame = 7 m^2
   - Nilai Sewa = nilai strategis + NJOP
     = Rp. 7500 + Rp. 17.500
     = Rp. 25.000
   - Nilai Reklame = Nilai Sewa x Tarip Pajak x Luas
     = Rp. 25.000 x 25 % x 7 m^2
     = Rp. 43. 750 Per Bulan

(Sumber :Brosur Informasi Cara Pembayaran Pajak Reklame, Dinas Pendapatan Kabupaten Malang, 2006)

Nilai Strategis

a. Klasifikasi Utama

Dinilai berdasarkan sudut pandang yang luas dan titik strategis antara lain dilokasi :

- Di sekitar pertigaan karanglo (Radius 250 M)

- Diatas pembatas / pemisah jalan raya serta diatas gedung. Antara Malang- Karanglo- Singosari dan Lawang

b. Klasifikasi A

Dinilai berdasarkan nilai kepadatan pemamfaatan tata ruang antara lain berlokasi di persimpangan jalan / perempatan/ tikungan, jembatan penyeberangan dan yang melintang pada badan jalan (permanen) dan atau sepanjang jalan antara Malang- Singosari – Lawang.

c. Klasifikasi B

Dinilai berdasarkan aspek kegiatan di bidang usaha antara lain berlokasi di pasar kelas 1 yaitu : lawang, Singosari, Kepanjen, Dampit, Turen, Gondang legi dengan Radius 500 M, pertokoan, bandar udara, terminal bus / taxi, gelanggang olah raga, lokasi taman rekreasi dan sepanjang jalan antara Malang - Dau, Malang - Pakisaji - Kepanjen - Sumber Pucung, Malang - Pujon, Malang - Bululawang - Turen - Dampit

d. Klasifikasi C

Dinilai berdasarkan poros jalan kelas B antara lain : berlokasi di pasar kelas II yaitu : Pasar Tajinan, Sedayu donomulyo, Pakis, Tumpang, Karangploso, Bululawang Pakisaji, Sumber Pucung, dan antara Karanglo - Karang ploso - Pendem, Kepanjen - Gondanglegi - Turen, Malang - Tumpang - Dampit - Ampelgading.

e. Klasifikasi D

Dinilai berdasarkan selain point a sampai point d.

4.1.3.9 Masa Pajak Reklame

Menurut Keputusan Bupati Malang No. 24 Tahun 2004 pasal 4 Masa pajak adalah jangka yang lamanya sama dengan jangka waktu penyelenggaraan Reklame yang dibedakan sebagai berikut:

a. Untuk jenis reklame permanen masa pajak ditetapkan paling lama satu tahun dihitung sejak dikeluarkan ijin sampai dengan 12 (dua belas) bulan berikutnya.
b. Untuk jenis reklame insidentil masa pajak ditetapkan paling lama 1 (satu) bulan.

4.1.3.10 Ketentuan Lokasi Pemasangan Reklame di Wilayah Kabupaten Malang

Untuk lebih meningkatkan pelaksanaan tata tertib khususnya dalam pemasangan reklame di Kabupaten Malang maka berdasarkan ketentuan yang ada dalam pemasangan reklame tetap dilarang memasang reklame di lokasi-lokasi sebagai berikut:

a. Di jalan hijau dan pulau-pulau jalan
b. Di taman kota, taman lingkungan, hutan kota, taman monumen
c. Di trotoar jalan
d. Diatas saluran sungai lebih atau tanggul sungai
e. Lapangan olah raga terbuka
f. Di lokasi atau halaman dan gedung bangunan pemerintah
g. Di jembatan-jembatan
h. Di gedung atau diatas tanah atau jalan dengan ketinggian dari tanah atau jalan sampai dengan papan reklame yang tertinggi lebih dari 12 meter untuk reklame yang menggunakan konstruksi
i. Jenis tiang dan moncol yang sebagian atau seluruh papan reklamenya berada diatas daerah milik jalan.

4.1.4 Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Malang

4.1.4.1 Target dan Realisasi Pendapatan Asli Daerah

Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan dasar Pemerintah Daerah dalam mendapatkan dana pembangunan dan memenuhi belanja daerah (Wijaya,1998). Definisi lain seperti dalam Undang-Undang No.33 Tahun 2004 (pasal 1 ayat 17) tentang Pendapatan Asli Daerah, Pendapatan Asli Daerah merupakan pendapatan yang diperoleh Daerah yang dipungut berdasarkan Peraturan Daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Malang bersumber dari pendapatan-pendapatan daerah yaitu berupa:

a. Pajak Daerah, terdiri dari :
   1) Pajak hotel
   2) Pajak Restoran
   3) Pajak Hiburan

4) Pajak Penerangan Jalan Umum
5) Pajak Galian Gol. C
6) Pajak Parkir
7) Pajak Reklame
8) Pajak Sarang Burung Walet dan Sriti

b. Retribusi Daerah, terdiri dari:
1) Retribusi Pelayanan Kesehatan
2) Retribusi Kebersihan/ Persampahan
3) Retribusi biaya cetak KTP dan Akte sipil
4) Retribusi pelayanan pemakaman dan pengabuan mayat
5) Retribusi pelayanan parkir di tepi jalan umum
6) Retribusi pasar daerah
7) Retribusi pemakaian kekayaan daerah
8) Retribusi pasar grosir dan perikanan
9) Retribusi terminal
10) Retribusi Ijin Trayek
11) Retribusi Rumah Potong Hewan
12) Retribusi Ijin Peruntukan Pengunaan Tanah (IPPT)
13) Retribusi Ijin Mendirikan Bangunan (IMB)
14) Retribusi Ijin Gangguan
15) Retribusi Badan Rumah Sakit Daerah

Retribusi memiliki pengertian lain di bandingkan dengan pajak. Retribusi pada umumnya mempunyai hubungan langsung dengan kembalinya prestasi karena pembayaran tersebut ditujukan semata-mata untuk mendapatkan prestasi dari pemerintah.

Untuk tata cara pemungutannya, retribusi tidak dapat di borongkan dan retribusi dipungut dengan menggunakan Surat Ketetapan Retribusi Daerah atau dokumen yang dipersamakan. Pelaksanaan penagihannya dapat dipaksakan. Dalam hal Wajib Retribusi tertentu kepada mereka yang tidak membayar tepat waktunya atau kurang membayar, dikenakan sanksi administrasi, berupa bunga sebesar 2 % (dua persen) setiap bulan dari retribusi yang terutang yang tidak atau

kurang di bayar dan ditagih dengan menggunakan Surat Tagihan Retribusi Daerah (STRD).

c. Hasil Usaha Daerah, terdiri dari :
   1) Bank Jatim (Deviden)
   2) PDAM
   3) Perusahaan Daerah Jasa Yasa

d. Pendapatan Lainnya, terdiri dari:
   1) Hasil penjualan barang milik daerah
   2) Jasa Giro
   3) Sumbangan pihak ketiga
   4) Setoran kelebihan pihak ketiga
   5) Opsen dari BTS
   6) Bagi hasil terminal landung sari
   7) Penerimaan hasil lain-lain.

Sumber Penerimaan Daerah Kabupaten Malang pada Tahun Anggaran 2003 s/d 2006 terdiri dari PAD, Dana Perimbangan dan Lain-lain Pendapatan yang sah adalah sebagai berikut (lihat tabel 4 dibawah ini) :

Tabel 4. Target dan Realisasi Penerimaan Daerah

Tahun (1)	Jenis Pendapatan (2)	Target (Rp) (3)	Realisasi (Rp) (4)	(%) (5)
2003	PAD	37.635.174.650	37.849.393.821	100,57
	Dana Perimbangan	514.835.202.308	529.045.113.385	102,76
	Lain-lain Pendapatan yang sah	34.941.873.000	34.941.873.000	100,00
2004	PAD	43.504.733.000	37.986.901.865	87.31
	Dana Perimbangan	548.323.202.000	561.740.352.008	102,45
	Lain-lain Pendapatan yang sah	34.656.000.000	27.781.000.000	80.19
2005	PAD	50,394,817,000	52,449,857,845	104,08
	Dana Perimbangan	586, 721, 761,000	599,928,039,008	102,25
	Lain-lain Pendapatan yang sah	45,256,610,000	45,301,439,694	100,10

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2006	PAD	50,394,817,000	52,449,857,845	104,08
	Dana Perimbangan	586, 721, 761,000	599,928,039,008	102,25
	Lain-lain Pendapatan yang sah	45,256,610,000	45,301,439,694	100,10

Sumber : Dokumen Penerimaan Daerah Dipenda Kabupaten Malang, 2006

Penerimaan Target dan Realisasi Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Malang tahun anggaran 1999 sampai dengan tahun 2006 dapat dilihat pada Tabel 5 berikut ini:

Tabel 5. Target dan Realisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD)
Tahun Anggaran 1999 s/d 2006

Tahun (1)	**No (2)**	**Jenis Pendapatan (3)**	**Target (Rp) (4)**	**Realisasi (Rp) (5)**	**% (6)**
1999	1.	Pajak Daerah	8.900.000.000	9.187.666.690	103,00%
	2.	Retribusi Daerah	8.475.881.445	8.272.286.068	97,60%
	3.	Laba Usaha Daerah	273.000.000	223.000.000	81,68%
	4.	Lain-lain PAD yang sah	1.699.000.000	792.777.937	46,66%
		Total PAD	**19.367.881.445**	**18.475.730.696**	**95,39%**
2000	1.	Pajak Daerah	6.060.000.000	7.289.508.118	120,00%
	2.	Retribusi Daerah	4.738.378.000	5.518.351.905	116,46%
	3.	Laba Usaha Daerah	205.000.000	75.000.000	36,59%
	4.	Lain-lain PAD yang sah	570.000.000	266.408.640	46,74%
		Total PAD	**11.573.378.000**	**13.149.268.664**	**113,62%**
2001	1.	Pajak Daerah	10.220.000.000	14,189,994,130	138,35%
	2.	Retribusi Daerah	8.326.500.000	9,288,914,124	111,56%

	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	3.	Laba Usaha Daerah	299.200.000	249,200,000	83,29%
	4.	Lain-lain PAD yang sah	2.470.180.000	2.972.982.062	120,35%
		Total PAD	**21.315.880.000**	**26.701.090.317**	**125,36%**
2002	1.	Pajak Daerah	10.350.000.000	13.790.363.573	133,24%
	2.	Retribusi Daerah	11.786.936.000	12.027.609.189	102,04%
	3.	Laba Usaha Daerah	805.256.650	735.256.653	91,31%
	4.	Lain-lain PAD yang sah	3.827.415.559	6.937.556.678	181,26%
		Total PAD	**26.769.608.209**	**33.490.786.094**	**125,11%**
2003	1.	Pajak Daerah	16.373.000.000	18.563.559.392	113,38%
	2.	Retribusi Daerah	12.322.700.000	10.553.883.036	85,65%
	3.	Laba Usaha Daerah	1.743.561.650	1.272.279.877	72,97%
	4.	Lain-lain PAD yang sah	7.195.913.000	7.459.671.517	103,67%
		Total PAD	**37.635.174.650**	**37.849.393.822**	**100,57%**
2004	1.	Pajak Daerah	21.179.000.000	19.823.695.617	93,60%
	2.	Retribusi Daerah	12.790.578.000	11.149.392.530	87,17%
	3.	Laba Usaha Daerah	1.936.562.000	2.373.252.537	122,55%
	4.	Lain-lain PAD yang sah	7.598.593.000	4.639.561.182	61,06%
		Total PAD	**43.504.733.000**	**37.985.901.866**	**87.31%**
2005	1.	Pajak Daerah	22.106.500.000	24.265.589.901	109,77%
	2.	Retribusi Daerah	17.571.423.000	17.765.874.696	101,11%

	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	3.	Laba Usaha Daerah	2.258.446.000	2.494.006.368	110,43%
	4.	Lain-lain PAD yang sah	8.458.448.000	7.924.386.878	93,69%
		Total PAD	**50.394.817.000**	**52.449.857.843**	**104.08%**
2006*	1.	Pajak Daerah	22.606.500.000	10.341.238.944	109,77%
	2.	Retribusi Daerah	20.901.667.000	5.635.895.858	101,11%
	3.	Laba Usaha Daerah	3.738.455.000	1.501.396.095	110,43%
	4.	Lain-lain PAD yang sah	5.796.000.000	2.818.106.030	100,10%
		Total PAD	**53.042.622.000**	**20.296.636.927**	**38.26%**

Sumber data : Dokumen Laporan Penerimaan Pendapatan Daerah, 2006 (data diolah).

Keterangan: * Realisasi Penerimaan PAD s/d Tanggal 10 Juli 2006

Dari tabel 5 diatas dapat dilihat bahwa realisasi Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Malang pada kurun waktu tahun 1999 hingga tahun 2005 mengalami kenaikan. namun jika dilihat dari pencapaian target pada tahun anggaran 1999 hanya mencapai 95,39 %. Baru tahun anggaran 2000-2003 Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Malang dapat memenuhi target yang telah ditetapkan. Demikian pula tahun 2004, kembali lagi penerimaan mengalami penurunan dari target yang telah ditetapkan, yakni hanya 87,31 %.

Namun jika diperhatikan dalam tabel diatas, maka secara signifikan terjadi peningkatan Total Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Malang selama tahun 1999 hingga tahun 2004, yaitu pada tahun 1999 total Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Malang mencapai Rp. 18.475.730.696, sedangkan pada tahun 2004 Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Malang mencapai Rp.37.985.901.866 atau dengan kata lain peningkatan PAD Kabupaten Malang selama kurun waktu tersebut hampir 100% atau dua kali lipat. Sedangkan pada tahun 2006 belum bisa dipastikan apakah realisasi dapat memenuhi target yang di tetapkan atau tidak

karena data yang terdapat pada tabel diatas baru berjalan selama 7 bulan yaitu sampai dengan tanggal 10 Juli 2006.

4.1.4.2 Target dan Realisasi Pajak Daerah

Sebagai sumber andalan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Malang, Pajak Daerah mempunyai peran yang sangat penting dalam meningkatkan Keuangan Kabupaten Malang. Realisasi Pajak Daerah pada kurun waktu tahun 1999 sampai tahun 2006 dapat dilihat dalam Tabel 6 di bawah ini:

Tabel 6. Target dan Realisasi Pajak Daerah Tahun Anggaran 1999 s/d 2006

Tahun (1)	No (2)	Jenis Pendapatan (3)	Target (Rp) (4)	Realisasi (Rp) (5)	% (6)
1999	1.	Pajak Hotel dan Restoran	850.000.000	877.792.487	103,27
	2.	Pajak Hiburan	1.200.000.000	1.217.243.335	101,44
	3.	Pajak Reklame	370.000.000	370.863.307	100,23
	4.	Pajak Penerangan Jalan	4.500.000.000	4.702.209.288	104,49
	5.	Pajak Bahan Galian Gol C	200.000.000	201.712.019	100,86
	6.	Pajak ABT/AP	1.800.000.000	1.817.846.254	100,99
	Total Pajak Daerah		**8.920.000.000**	**9.187.666.690**	**103,39**
2000	1.	Pajak Hotel dan Restoran	560.000.000	837.377.148	149,53
	2.	Pajak Hiburan	825.000.000	1.235.786.210	149,79
	3.	Pajak Reklame	200.000.000	328.616.203	164,31
	4.	Pajak Penerangan Jalan	3.225.000.000	3.355.951.159	104,06
	5.	Pajak Bahan Galian Gol C	100.000.000	162.610.449	162,61
	6.	Pajak ABT/AP	1.150.000.000	1.369.166.589	119,06
	Total Pajak Daerah		**11.573.378.000**	**13.149.268.664**	**126,90**

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
2001	1.	Pajak Hotel dan Restoran	1.100.000.000	1.459.174.862	132,65
	2.	Pajak Hiburan	1.500.000.000	2.243.174.040	149,54
	3.	Pajak Reklame	450.000.000	501.698.445	111,49
	4.	Pajak Penerangan Jalan	4.950.000.000	7.617.605.257	153,89
	5.	Pajak Bahan Galian Gol C	220.000.000	228.000.377	103,64
	6.	Pajak ABT/AP	2.000.000.000	2.140.341.149	107,02
		Total Pajak Daerah	**10.220.000.000**	**14.189.994.015**	**138,85**
2002	1.	Pajak Hotel dan Restoran	500.000.000	533.534.015	106,71
	2.	Pajak Hiburan	2.000.000.000	2.475.424.437	123,77
	3.	Pajak Reklame	400.000.000	554.437.574	138,61
	4.	Pajak Penerangan Jalan	7.200.000.000	9.961.172.563	138,35
	5.	Pajak Bahan Galian Gol C	250.000.000	265.794.984	106,32
		Total Pajak Daerah	**10.350.000.000**	**13.790.363.573**	**133,24**
2003	1	Pajak Hotel	187.000.000	219.715.737	117,50
	2	Pajak Restoran	300.000.000	370.737.619	123,58
	3	Pajak Hiburan	2.500.000.000	2.544.763.149	101,79
	4	Pajak Reklame	795.000.000	860.866.579	108,29
	5	Bahan galian Gol C	227.000.000	340.776.097	150,12
	6	Pajak Penerangan Jalan	12.324.000.000	14.182.119.911	115,08
	7	Pajak Sarang Burung	10.000.000	10.897.500	108,98
	8	Pajak Parkir	30.000.000	33.682.800	112,28
		Total Pajak Daerah	**16.373.000.000**	**18.563.559.392**	**113,38**

	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
2004	1	Pajak Hotel	220.000.000	221.627.701	100,74
	2	Pajak Restoran	370.000.000	371.797.239	100,49
	3	Pajak Hiburan	2.600.000.000	2.671.948.671	102,77
	4	Pajak Reklame	1.000.000.000	1.011.605.852	101,16
	5	Bahan galian Gol C	340.000.000	341.912.622	100,56
	6	Pajak Penerangan Jalan	16.600.000.000	15.154.854.517	91,29
	7	Pajak Sarang Burung	11.000.000	15.644.100	104,29
	8	Pajak Parkir	34.000.000	34.304.915	100,90
	Total Pajak Daerah		**21.179.000.000**	**19.823.695.617**	**93,60**
2005	1	Pajak Hotel	223.000.000	230.202.716	103,23
	2	Pajak Restoran	382.000.000	397.265.475	104,00
	3	Pajak Hiburan	2.610.000.000	2.777.332.559	106,41
	4	Pajak Reklame	1.004.500.000	1.014.332.004	100,98
	5	Bahan galian Gol C	340.000.000	334.025.245	98.24
	6	Pajak Penerangan Jalan	17.500.000.000	19.443.924.602	111,11
	7	Pajak Sarang Burung	15.000.000	17.390.000	115,93
	8	Pajak Parkir	32.000.000	51.117.300	159,74
	Total Pajak Daerah		**22.106.500.000**	**24.265.589.901**	**109,77**
2006*	1	Pajak Hotel	269.000.000	193.764.331	72.03
	2	Pajak Restoran	440.000.000	283.526.547	64.44
	3	Pajak Hiburan	2.800.000.000	1.265.424.736	45.19
	4	Pajak Reklame	1.150.000.000	693.669.379	60.32

	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	5	Bahan galian Gol C	385.000.000	121.951.717	31.68
	6	Pajak Penerangan Jalan	17.500.000.000	7.735.745.634	44.20
	7	Pajak Sarang Burung	17.500.000	2.900.000	16.57
	8	Pajak Parkir	45.000.000	44.256.600	98.34
		Total Pajak Daerah	**22.606.500.000**	**10.341.238.944**	**45.74**

Sumber data : Dokumen Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Malang, 2006 (data diolah).

Keterangan: * Realisasi Penerimaan PAD s/d Tanggal 10 Juli 2006

Dari tabel 6 diatas dapat dilihat bahwa realisasi Pajak Daerah pada kurun waktu tahun 1999 hingga tahun 2001 mengalami kenaikan. Namun pada tahun 2002, realisasi Pajak Daerah mengalami penurunan. Hal ini disebabkan karena pajak ABT/AP tidak lagi dimasukkan dalam Pendapatan Daerah sebagaimana tahun-tahun sebelumnya.

Pada tahun 2003 mulai terjadi pemisahan antara Pajak Hotel dengan Pajak Restoran. Selain itu juga dimasukkannya Pajak Sarang Burung dan Pajak Parkir, secara signifikan mempengaruhi realisasi Pendapatan Daerah. Hal ini dapat dilihat pada kurun waktu tahun 2002 ke tahun 2003 yang mengalami kenaikan yang sangat besar dari Rp. 13.790.363.573 menjadi Rp. 18.563.559.392. Dilihat dari target yang dicapai, Pajak Daerah Kabupaten Malang secara umum berhasil melampaui target, kecuali tahun 2004. pencapaian target tertinggi terjadi pada tahun 2001 yaitu sebesar 138,85%.

Dari tabel 6 diatas juga dapat dilihat bahwa pemasukan dari Pajak Reklame masih relatif kecil. Namun demikian Pajak Reklame masih dapat mencapai target yang telah ditetapkan.

4. 1. 5 Potensi Pajak Reklame Kabupaten Malang

Kabupaten Malang yang semakin berkembang dalam perekonomian maupun wisata memiliki potensi yang bagus dalam sektor bisnis dan pariwisata yang selanjutnya akan disertai dengan semakin ramainya penduduk yang berasal dari luar kota untuk mengembangkan bisnis dan usahanya di Kabupaten Malang, disamping itu di jalur utara yang menjadi tempat perlintasan dari Surabaya ke

Kota Malang maupun ke Blitar yang semakin ramai menjadi tempat yang potensial untuk pemasangan reklame untuk mempromosikan produk maupun jasa dari para pengusaha sehingga dapat menarik minat dari masyarakat terhadap barang atau jasa yang dipromosikan tersebut dan inilah yang menjadi tujuan utama dalam pemasangan reklame. Disamping pajak yang resmi juga masih banyak pajak yang tidak resmi yang pemasangannya tanpa melalui ijin pemasangan dan tidak membayar pajak, reklame seperti ini yang disebut reklame liar sehingga perlu ditertibkan. Untuk potensi pajak reklame permanen bisa dilihat tabel dibawah ini.

Tabel 7. Potensi Pajak Reklame Permanen

No (1)	UPTD (2)	Jumlah Objek Pajak (3)	Nilai (Rp) (4)
1.	**UPTD Singosari**		
	Kecamatan :		
	Singosari	352	112, 114, 083,00
	Lawang	350	131, 005,154,00
	Karang ploso	142	33, 929,700,00
	Dau	128	23, 484, 675,00
2.	**UPTD Bululawang**		
	Kecamatan :		
	Bululawang	149	17, 914, 209,00
	Gondanglegi	176	23,,615, 898,00
	Pagelaran	66	5, 402, 450,00
	Tajinan	23	2, 205, 175,00
	Wajak	91	8,203,143,00
3.	**UPTD Turen**		
	Kecamatan :		
	Turen	326	57, 293, 765,00
	Dampit	302	49, 677, 450,00
	Tirtoyudo	22	2, 267, 418,00
	Ampel Gading	42	1, 489, 731,00

(1)	(2)	(3)	(4)
	Sumber Manjing Wt	114	7, 659, 231,00
4.	**UPTD Kepanjen**		
	Kecamatan :		
	Kepanjen	538	72, 650, 687,00
	Pakisaji	146	27, 377, 509,00
	Wagir	36	1, 727, 088,00
	Ngajum	22	1, 424, 744, 00
	Wonosari	49	5, 097, 825, 00
	Kromengan	76	5, 873, 043,00
	Sumber Pucung	206	34, 770, 994,00
5.	**UPTD Tumpang**		
	Kecamatan :		
	Tumpang	166	23, 759, 469,00
	Pakis	192	18, 667, 647,00
	Jabung	54	3, 484, 513,00
	Poncokusumo	62	2, 423,180,00
6.	**UPTD Pagak**		
	Kecamatan :		
	Pagak	35	2, 190, 164,00
	Donomulyo	77	2, 926, 564,00
	Bantur	55	2, 938, 974,00
	Kalipare	39	2, 132, 244,00
	Gedangan	21	1, 733,032,00
7.	**UPTD Pujon**		
	Kecamatan :		
	Pujon	104	17, 643, 399,00
	Ngantang	74	9,728,019,00
	Kasembon	29	3,080,813,00

Sumber : Rekapitulasi Potensi Pajak Reklame, 2006

Potensi pajak reklame berdasarkan Penerbitan Surat Ketetapan Pajak (SKP) pada bulan Desember Tahun 2005 sebagai berikut:

Tabel 8. Potensi Pajak reklame berdasarkan Penerbitan SKP.

Jenis Pajak	Dinas		UPTD Singosari	
	SKP	Ketetapan (Rp)	SKP	Ketetapan (Rp)
Reklame Papan	36	89,400,945	12	4,541,262
Reklame Kain	39	7,039,418	-	-
Reklame Berjalan	-	-		-
Jumlah Pajak Reklame	75	96,440,363	12	4,541,262

Jenis Pajak	UPTD Tumpang		UPTD Bululawang	
	SKP	Ketetapan (Rp)	SKP	Ketetapan (Rp)
Reklame Papan	-	-	1	507,500
Reklame Kain	5	516, 500	2	396,000
Reklame Melekat/ stiker	-	-	-	-
Reklame Berjalan	-	-	-	-
Jumlah Pajak Reklame	5	516, 500	3	903,500

Jenis Pajak	UPTD Turen		UPTD Kepanjen	
	SKP	Ketetapan (Rp)	SKP	Ketetapan (Rp)
Reklame Papan	1	281,250	1	277,500
Reklame Kain	1	360,000	2	1,800,000
Reklame Melekat/ stiker	-	-	-	-
Reklame Berjalan	-	-	-	-
Jumlah Pajak Reklame	2	641,250	3	2,077,500

Jenis Pajak	UPTD Pagak		UPTD Ngantang	
	SKP	Ketetapan (Rp)	SKP	Ketetapan (Rp)
Reklame Papan	-	-	-	-
Reklame Kain	-	-	2	483,750
Reklame Melekat/ stiker	-	-	-	-
Reklame Berjalan	-	-	-	-
Jumlah Pajak Reklame	-	-	2	483,750

Jenis Pajak	TOTAL	
	SKP	Ketetapan (Rp)
Reklame Papan	51	95,008,457
Reklame Kain	51	10,595,668
Reklame Melekat/ stiker	-	-
Reklame Berjalan	-	-
Jumlah Pajak Reklame	102	105,604,125

Sumber : Rekap Penerbitan SKP, 2005 (data diolah)

4.1.6 Kondisi Penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Malang

4.1.6.1 Target dan realisasi penerimaan pajak reklame selama tahun anggaran 1999 & 2006.

Pajak Reklame Kabupaten Malang merupakan salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari sektor Pajak Daerah yang potensial untuk ditingkatkan dalam rangka meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Malang, sehingga perlu mendapat perhatian dan penanganan serius disamping sektor Pajak Daerah Lainnya. Wilayah Kabupaten Malang merupakan kawasan wisata dan industri disamping juga banyak pembangunan Rumah Toko (ruko) yang digunakan untuk usaha dan pemasangan reklame pun banyak diperlukan untuk memasarkan produk atau usahanya. Besarnya jumlah penduduk yang mencapai 2.346.710 jiwa (terbesar kedua setelah Kota Surabaya) dengan luas wilayahnya

3.348 km^2 atau sama dengan 334.800 ha dan besarnya sirkulasi pelaku ekonomi (perdagangan) membuat wilayah ini sangat potensial untuk menjadi target meningkatkan PAD Daerah melalui pajak reklame. Dari tahun ke tahun, pemasukan dari Pajak Reklame selalu sesuai dengan target yang telah ditetapkan pada tiap tahun anggarannya. Untuk mengetahui lebih rinci peerkembangan target dan realisasi Pajak Reklame mulai tahun anggaran 1999 sampai dengan tahun 2006, dapat dilihat pada paparan Tabel 9 sebagai berikut:

Tabel 9. Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame
Tahun Anggaran 1999/2006

No.	Periode Tahun Anggaran	Target	Realisasi	Persentase (%)
1.	1999	370.000.000	370.863.307	100,23
2.	2000	200.000.000	328.616.203	164,31
3.	2001	450.000.000	501.698.445	111,49
4.	2002	400.000.000	554.437.574	138,61
5.	2003	795.000.000	860.866.579	108,29
6.	2004	1.000.000.000	1.011.605.852	101,16
7.	2005	1.004.500.000	1.014.332.004	100,98
8.	2006*	1.150.000.000	693.669.379	60.32

Sumber data: Dokumen Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Malang, 2005 (data diolah)

Keterangan: * Realisasi Penerimaan PAD s/d Tanggal 10 Juli 2006

Dari tabel 9 diatas, dapat diketahui bahwa secara umum realisasi dari pajak reklame mulai tahun 1999 hingga tahun 2005 mengalami kenaikan. Jika dilihat dari target yang dicapai maka dapat dilihat bahwa Pajak Reklame melampaui target yang telah ditetapkan. Target pencapaian tertinggi terjadi pada kurun waktu tahun 2000 yaitu sebesar 164,31%.

Pada Tahun 2005 rincian Penerimaan pajak reklame dari masing-masing UPTD sebagai berikut:

Tabel 10. UPTD Penerimaan Reklame Tahun Anggaran 2005

UPTD (1)	Kecamatan (2)	Pendapatan (Rp) (3)
Singosari	Singosari	227,100,000
	Lawang	158,400,000
	KarangPloso	46,000,000
	Dau	34,000,000
	Jumlah	**465,500,000**
Tumpang	Tumpang	32,350,000
	Pakis	38,500,000
	Jabung	3,375,000
	Poncokusumo	2,990,000
	Jumlah	**77,215,000**
Bululawang	Bululawang	34,015,000
	Gondanglegi	35,800,000
	Wajak	10,055,000
	Pagelaran	3,330,000
	Tajinan	1,900,000
	Jumlah	**85,100,000**
Turen	Turen	64,600,000
	Sumbermanjing wetan	12,135,000
	Dampit	42,570,000
	Tirtoyudo	2,290,000
	Ampelgading	2,400,000
	Jumlah	**123,995,000**

UPTD	Kecamatan	Pendapatan (Rp)
Kepanjen	Kepanjen	104,650,000
	Pakisaji	40,765,000
	Wagir	3,355,000
	Sumberpucung	34,155,000
	Kromengan	5,840,000
	Ngajum	3,495,000
	Wonosari	4,680,000
	Jumlah	**196,940,000**
UPTD	**Kecamatan**	**Pendapatan (Rp)**
Pagak	Pagak	3,435,000
	Donomulyo	4,065,000
	Kalipare	2,720,000
	Bantur	4,050,000
	Gedangan	1,515,000
	Jumlah	**15,785,000**
Pujon	Ngantang	7,905,000
	Pujon	23,990,000
	Kasembon	4,270,000
	Jumlah	**36,165,000**

Sumber : Wasmin uptd dipenda-ta 2005 (data diolah).

Penerimaan Pendapatan Kabupaten Malang Tahun 2005&2006 berdasarkan jenis reklame yaitu:

Tabel 11. Jenis Penerimaan Pajak Reklame

Tahun (1)	Jenis Pajak Reklame (2)	Target (Rp) (3)	Realisasi (Rp) (4)	(%) (5)
2005	Reklame Papan	785,000,000	742,280,876	94,56
	Reklame Kain	183,000,000	243,307,503	132,95

	(2)	(3)	(4)	(5)
	Reklame Melekat/ Stiker	35,000,000	28,263,625	80,75
	Reklame berjalan	1,500,000	480,000	32,00
2006*	Reklame Papan	830,000,000	570,571,146	68,74
	Reklame Kain	295,000,000	114,135,733	38,69
	Reklame Melekat/ Stiker	24,000,000	8,962,500	37,34
	Reklame berjalan	1,000,000	0,00	0,00

Sumber :Laporan penerimaan Pendapatan Daerah Kabupaten Malang, 2006 (data di olah)

Keterangan: * Realisasi Penerimaan PAD s/d Tanggal 10 Juli 2006

4.1.6.2 Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah

Telah dijelaskan bahwa sumber Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Malang berasal dari Pajak Daerah, Retribusi Daerah, Hasil Usaha Daerah dan Pendapatan Daerah Lainnya. Pajak Reklame memiliki peran dalam menyuplai Pajak Daerah, akan tetapi konstribusinya masih cukup rendah.

Besarnya konstribusi Pajak Reklame dan perkembangannya terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Malang yang tertera berupa persentase dapat dilihat melalui pemaparan data Tabel 12 dibawah ini:

Tabel 12. Konstribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Tahun Anggaran 1999 s/d 2006

Tahun Anggaran (1)	**Realisasi PAD (Rp) (2)**	**Realisasi Pajak Reklame (Rp) (3)**	**% (4)**
1999	18.475.730.696	370.863.307	2,00
2000	13.149.268.664	328.616.203	2,49
2001	26.701.090.317	501.698.445	1,88
2002	33.490.786.094	554.437.574	1,66
2003	37.849.393.822	860.866.579	2,27

(1)	(2)	(3)	(4)
2004	37.985.901.866	1.011.605.852	2,66
2005	89.826.910.659	1.014.332.004	1,13
2006*	53.042.622.000	693.669.379	1.30

Sumber data: Dokumen Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Malang, 2006 (data diolah)

Keterangan: * Realisasi Penerimaan PAD s/d Tanggal 10 Juli 2006

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa konstribusi Pajak Reklame terhadap Penerimaan Pendapatan Asli Daerah relatif kecil. Secara keseluruhan penerimaan Pajak Daerah yang disumbangkan melalui Pajak Reklame mulai tahun 1999 s/d 2005 masih sangat rendah yaitu berkisar antara 1.13 % - 2.66 %.

Tabel 13. Konstribusi Pajak Reklame Terhadap Pajak Daerah
Tahun Anggaran 1999 s/d 2006

Tahun Anggaran (1)	**Realisasi Pajak Daerah (Rp) (2)**	**Realisasi Pajak Reklame (Rp) (3)**	**% (4)**
1999	9.187.666.690	370.863.307	4,03
2000	7.289.508.118	328.616.203	4,50
2001	14.189.994.090	501.698.445	3,54
2002	13.790.363.573	554.437.574	4,02
2003	18.563.559.392	860.866.579	4,63
2004	19.823.695.617	1.011.605.852	5,10
2005	24.265.589.901	1.014.332.004	4,18
2006*	22.606.500.000	693.669.379	3.07

Sumber data: Dokumen Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Malang, 2006 (data diolah)

Keterangan: * Realisasi Penerimaan PAD s/d Tanggal 10 Juli 2006

Melalui tabel 13 diatas dapat dijelaskan bahwa selama tahun 1999-2005, tiap tahunnya Pajak Reklame memberi konstribusi yang berkisar antara 3,54%-5,10%. Persentase konstribusi ini terbilang lebih tinggi jika dibandingkan dengan sektor-sektor Pajak Daerah yang lain, misalnya Pajak Galian Gol. C, Pajak Restoran, Pajak sarang burung tetapi masih lebih rendah dibandingkan kontribusi pajak penerangan jalan dan pajak hiburan.

Namun dilihat dari perkembangannya dari tahun ke tahun yang terus mengalami peningkatan besar kemungkinan pajak reklame dapat memberikan kontribusi yang lebih tinggi di bandingkan kontribusi pajak yang lain disebabkan dengan berkembangnya perekonomian dan banyaknya unit-unit usaha yang di bangun yang membutuhkan iklan untuk promosi akan berdampak banyaknya pemasangan dan penggunaan reklame sehingga kontribusi pajak reklame meningkat terhadap pendapatan daerah.

4.1.7 Upaya yang dilakukan Dinas Pendapatan untuk Mengoptimalkan Penerimaan Pajak Reklame

Upaya yang dilakukan Dinas Pendapatan Daerah (Dipenda) adalah cara yang digunakan oleh Dipenda untuk mengoptimalkan penerimaan pendapatan dari pajak reklame. Ada beberapa cara yang digunakan oleh Dipenda dalam mengoptimalkan pendapatan dari pajak reklame yaitu dengan cara Intensifikasi dan Ekstensifikasi.

4.1.7.1 Intensifikasi

Yang termasuk dalam upaya Intensifikasi yaitu:

a. Memperkuat Proses Pemungutan

Dalam memperkuat proses pemungutan ada beberapa hal yang perlu diperhatikan misalnya adanya aturan hukum yang memperkuat untuk dilaksanakannya pemungutan dan juga kualitas aparat pelaksana dilapangan. Dipenda Kabupaten Malang dalam upaya pengoptimalan pendapatan melakukan beberapa kegiatan yang termasuk dalam upaya memperkuat proses pemungutan yaitu:

1. Program Publikasi dan Sosialisasi Tentang Pajak Reklame

Publikasi dan sosialisasi dimaksudkan untuk lebih memperkenalkan kepada masyarakat tentang pajak reklame. Dalam melaksanakan kegiatan publikasi dan sosialisasi diperlukan adanya suatu media informasi kepada masyarakat Wajib Pajak. Hasil yang dapat dicapai untuk mendukung program publikasi dan sosialisasi di Dinas Pendapatan Kabupaten Malang selama tahun 2002 sampai dengan tahun 2005 adalah berupa Papan himbauan 2 buah tentang pajak reklame dan 19 papan himbauan tentang pajak daerah yang di pasang ditepi-tepi jalan umum yang strategis, brosur sebanyak 500 lembar tentang pajak daerah yang di dalamnya juga termasuk pajak reklame, Spanduk 66 buah dan sosialisasi tatap muka di 33 Kecamatan serta publikasi dengan kendaraan keliling di Desa/ Kelurahan potensial sebanyak 44 Desa. Program sosialisasi dilakukan secara berkala dalam setahun dilakukan sosialisasi satu kali dengan mendatangani tempat-tempat yang potensial seperti yang diungkapkan oleh Ibu Wahju Martini di bawah ini:

> Sosialisasi dilakukan setahun sekali,Biasanya sosialisasi di lakukan antara bulan juli dan agustus tiap tahunnya, pada tahun ini akan dilakukan tanggal 28 dengan cara mendatangi ke desa-desa yang potensial, tidak semua desa di datangi di lihat dulu desa mana yang potensial. Dalam sosialisasi itu kami bersama anggota Dewan agar mereka tahu bagaimana upaya-upaya yang kami lakukan dalam mengoptimalkan pendapatan agar mereka tidak hanya bisa mengkritik. Dalam sosialisasi tersebut kami mengundang tokoh masyarakat,Wajib Pajak potensial dan BPD.
> (Wawancara dilakukan tanggal 14 Agustus pada pukul 11.08 WIB di ruang Kerjanya).

Dalam program sosialisasi pajak reklame dilakukan bersamaan dengan sosialiasi Pajak Daerah lainnya sehingga dengan program ini masyarakat mengerti tentang sistem dan prosedur bagaimana cara pendaftaran dan pemasangan pajak reklame, cara pembayarannya, besar tarif yang dikenakan untuk masing-masing jenis reklame dan instansi yang berhubungan dengan pajak reklame.

Publikasi dan Sosialisasi Pajak reklame menjadi tugas dari Bidang Program dan Pengendalian Organisasi (P2O) tepatnya bagian Seksi Penggalian dan Pengembangan Pendapatan. Bagian ini bertugas dan merencanakan serta melaksanakan berbagaimacam bentuk sosialisasi kepada masyarakat. Sosialisasi yang dilakukan selama ini adalah :

a) Sosialisasi dengan menyampaikan langsung kepada masyarakat (*face to face)* dengan cara menggelar penyuluhan dan mendatangi wajib Pajak secara langsung.
b) Sosialisasi dan publikasi melalui pemasangan papan himbauan.
c) Sosialisasi melalui selebaran / brosur.
d) Sosialisasi melalui media internet dan media elektronik lainnya.

2. Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM)

SDM merupakan faktor yang sangat penting sebagai pelaku, pelaksana dalam setiap rencana maupun kegiatan dalam upaya pengoptimalan pajak reklame. Oleh karena itu diperlukan suatu SDM dalam hal ini pegawai yang berkualitas. Pegawai yang berkualitas adalah pegawai yang cakap yang mempunyai kemampuan dan pengalaman dalam menangani masalah pajak daerah termasuk pajak reklame. Pegawai yang tidak berkualitas tentu akan menghambat jalannya program pemerintah dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah.Upaya yang dilakukan oleh Dipenda Kabupaten Malang dalam upaya meningkatkan kualitas pegawainya yaitu dimulai dengan pengadaan seleksi yang kuat dalam penerimaan pegawai baru baik Calon Pegawai Negeri Sipil (CPNS) maupun tenaga honorer dengan strata pendidikan tertentu, pengadaan Diklat untuk pegawai serta memberikan kesempatan bagi pegawai untuk melanjutkan jenjang pendidikannya.

Tabel 14. Data Kepegawaian Berdasarkan Jenjang Pendidikan Formal

No	**Unit Kerja**	**Total**	**S2**	**S1**	**D3/ Sarmuda**	**SLTA**	**SLTP**	**SD**
1	Dinas	60	6	41	2	8	1	2
2	UPTD Singosari	11	-	5	-	5	-	1
3	UPTD Bululawang	7	-	2	1	4	-	-
4	UPTD Turen	7	-	1	1	4	-	1
5	UPTD Kepanjen	14	-	3	1	7	2	1
6	UPTD Tumpang	10	-	3	-	4	2	1
7	UPTD Pujon	5	-	1	-	1	2	1
8	UPTD Pagak	6	-	3	-	1	-	2
Jumlah		152	6	62	5	53	16	10

Sumber : Dokumen laporan Akuntabilitas Kinerja Dipenda, 2005

Dalam meningkatkan keterampilan Dinas Pendapatan mengadakan diklat bagi pegawainya yang meliputi diklat Penjenjangan seperti ADUM (Administrasi Umum), ADUMLA (Administrasi Umum Lanjutan), SPAMA (Staf dan Pimpinan Administrasi) dan SPAMEN (Staf dan Pimpinan Administrasi Menegah). Lebih jelasnya lihat tabel dibawah ini.

Tabel 15. Data Kepegawaian berdasarkan Diklat Penjenjangan.

No	Unit Kerja	ADUM	ADUMLA	SPAMA	SPAMEN
1	Dinas	19	7	8	1
2	UPTD Singosari	-	1	-	-
3	UPTD Bululawang	1	-	-	-
4	UPTD Turen	2	1	-	-
5	UPTD Kepanjen	1	1	-	-
6	UPTD Tumpang	2	-	-	-
7	UPTD Pujon	1	-	-	-
8	UPTD Pagak	-	1	-	-
Jumlah		25	11	8	1

Sumber : Dokumen laporan Akuntabilitas Kinerja Dipenda, 2005

Disamping Diklat Penjenjangan juga di adakan diklat untuk meningkatkan kecakapan/skill dalam hal teknis yang dikenal dengan nama Diklat Teknis. Tabel 16 menunjukkan jumlah pegawai yang telah mengikuti Diklat Teknis.

Tabel 16. Data Kepegawaian yang Telah Mengikuti Diklat Teknis

No (1)	Jenis Diklat (2)	Waktu (3)		Jumlah (Orang) (4)	Keterangan (Tempat) (5)
		Hari	Bulan		
1	Pendidikan dan Pelatihan Perpajakan/ Kontribusi Daerah	12	-	1	Jakarta
2	Kursus Bendahara – A	-	-	3	Malang
3	Pelatihan Komputerisasi	-	-	1	Jakarta

(1)	(2)	(3)		(4)	(5)
4	Kursus Produk Domestik Regional Bruto (PDRB)	21	-	1	Surabaya
5	Kursus Bendaharawan Khusus Penerima (BKP)	21	-	3	Surabaya
6	Kursus Bendaharawan Barang	12	-	1	Surabaya
7	Pembekalan Pejabat Daerah dalam rangka peningkatan Penerimaan PBB	6	-	1	Yogyakarta
8	Bimbingan Teknis Penyusunan Produk-produk hukum Daerah	5	-	1	Jakarta
9	Kursus bendaharawan proyek	40	-	1	Malang
10	Kursus Manajemen Proyek	16	-	3	Malang
11	PPNS	30	1	3	Surabaya
12	Bina Manajemen	1	-	2	Surabaya
13	Analisa Jabatan (Anjab)	4	-	2	Surabaya
14	KSKD	3	-	3	Malang
15	AKIP/LAKIP	6	-	1	Malang
16	Pelayanan Prima	12	-	1	Malang
17	Pelatihan Komputer	10	-	75	Malang
18	Kursus Pemegang Kas	10	-	2	Malang
19	Analis Kepegawaian	10	-	2	Malang
20	Arsiparis Muda	21	-	1	Malang
21	Pengadaan Barang	6	-	1	Malang
22	Teknis Operasional & Administrasi Perpajakan	3	-	33	Malang

Sumber : Dokumen laporan Akuntabilitas Kinerja Dipenda, 2005

3. Peningkatan Sarana dan Prasarana Pendukung

Sarana dan prasarana pendukung in antara lain berupa:

a) Penggunaan database Komputerisasi

Penggunaan database komputerisasi telah lama digunakan, pada tahun 2003 dalam pengelolaan pemungutan dan sistem penerimaan pajak reklame serta sumber pendapatan daerah lainnya sudah menggunakan komputer *online*

(Intranet) yang menghubungkan antar bagian di kantor Dinas dan belum dapat diakses dari UPTD.

b). Penyediaan Sarana Transportasi

Dipenda mempunyai 6 unit mobil Dinas dan 58 unit Sepeda Motor. Mobil Dinas diperuntukkan bagi pelaksanaan tugas Kepala Dinas dan Lima Kepala Bagian. Masing-masing UPTD disediakan rata-rata 2 unit sepeda motor dan sisanya di sediakan bagi pegawai kantor Dinas untuk memperlancar dalam melaksanakan tugas. Lebih jelasnya lihat tabel 17 dibawah ini.

Tabel 17. Sarana Pendukung Dipenda

Jenis Sarana	**Detail**	**Jumlah**
Kendaraan Dinas	Mobil Kijang	3
	Mobil Carry	3
	Sepeda Motor	58
Peralatan Kerja	Komputer	31
	Mesin Ketik	16
	Faximile	5
	Pesawat Telpon	13
	Mesin Fotocopy	1

Sumber : Data Inventaris Kantor, 2006

4. Penyesuaian Tarif

Penyesuaian tarif bukan dimaksudkan mengubah tarif dasar yang ditetapkan sebesar 25 % tetapi melakukan penyesuaian terhadap dasar penghitungan pajak reklame yang meliputi perubahan Nilai Jual Objek Pajak (NJOP) dan nilai strategis lokasi pemasangan.

Dalam penyesuaian tarif ada bebarapa hal yang diperhatikan oleh Dipenda. Pertama, Penyesuaian pajak reklame dilakukan dengan melihat perubahan kondisi tingkat ekonomi masyarakat. Kedua, penyesuaian pajak karena dipengaruhi oleh daerah lain yang melingkupi wilayah kerja, misalnya Kota Malang , Kota Batu

sehingga penyesuaian tarif tersebut dapat bersaing dengan daerah lain untuk lebih banyak menarik calon Wajib Pajak.

5. Penagihan Pajak Reklame serta Penerapan Sanksi

Penagihan dapat dilakukan langsung kepada pemasang reklame liar yang tidak ada/ mempunyai izin pemasangannya, juga kepada reklame yang telah habis masa waktu pemasangannya untuk diperpanjang atau tidak serta reklame yang belum dibayar atau menunggak pembayaran pajak. Penagihan juga dilakukan terhadap petugas yang terlibat dalam penyalahgunaan keuangan. Prosedur penagihan merupakan jalan terakhir yang ditempuh oleh Dipenda mengingat sifat pajak adalah memaksa (*coercive).*

Cara yang digunakan dalam melakukan penagihan pajak reklame yaitu dengan menyiapkan dan mendistribusikan surat teguran wajib pajak 7 (tujuh) hari setelah batas waktu masa pembayaran dengan disertai pengenaan sanksi administrasi sebesar 2% sebulan. Lewat waktu 21 hari setelah diterbitkannya surat teguran wajib pajak belum melunasi pajak tagihannya, Bidang Penagihan membuat Surat Paksa dan mendatangi langsung Wajib Pajak. Tetapi dalam penerapannya selama ini penerapan sanksi belum begitu ditekankan hal ini disebabkan untuk memberikan keringanan kepada Wajib Pajak sebab selama ini kebanyakan masyarakat sadar akan kewajibannya untuk membayar pajak dan bila ada yang menunggak atau tidak membayar itupun hanya sedikit. Seperti yang di ungkapkan oleh Ibu Wahju Martini pegawai pada Bidang P2O Dipenda Kabupaten Malang seperti berikut:

> Penerapan sanksi yang tegas sementara ini belum di terapkan, namun akan di sosialisasikan secara intensif pada tahun 2007 mendatang, masyarakat di sini sebenarnya sadar akan kewajibannya membayar pajak bahkan banyak juga yang membayar tepat waktu, misalnya waktu membayarnya tanggal 2 mereka tepat membayar pada tanggal itu.
> (wawancara di lakukan pada tanggal 10 Agustus 2006 pukul 08.45 di ruang kerjanya).

b. Meningkatkan Efisiensi

Upaya intensifikasi lain yang dilakukan dalam pengoptimalan pajak reklame dengan cara:

1. Restrukturisasi Organisasi

Dinas Pendapatan (Dipenda) Kabupaten Malang telah beberapakali melakukan restrukturisasi organisasi perubahan yang terakhir berlaku mulai 18 mei 2004 di dasarkan atas Peraturan Daerah (Perda) Kabupaten Malang No.4 Tahun 2004 Tentang Perubahan atas Perda Kabupaten Malang No. 3 Tahun 2004 Tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Perangkat Daerah di Pemerintahan Kabupaten Malang. Tanggal 30 Juni Tahun 2004 di keluarkan Keputusan Bupati Malang No. 91 Tahun 2004 Tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Dipenda Kabupaten Malang dan diberlakukan pada tanggal 1 Juli 2004 sampai sekarang. Ada beberapa perbedaan antara Perda No. 84 Tahun 2000 dengan Keputusan Bupati No.91 Tahun 2004 yaitu penggabungan Sub Dinas Pendaftaran dan Sub Dinas Penetapan menjadi Bidang Pendataan dan Penetapan disertai dengan perubahan seksi– seksi dan pemekaran UPTD menjadi tujuh UPTD lebih jelasnya lihat tabel 18 dibawah ini.

Tabel 18. Perbedaan Struktur organisasi sebelum dan sesudah restrukturisasi

(1)	**Perda No. 84 /2000 (2)**	**Keputusan Bupati No.91/ 2004 (3)**
Kepala	Kepala Dinas	Kepala Dinas
Bagian Tata Usaha	1.Sub Bagian Umum dan Perlengkapan	1. Sub Bagian Umum dan Kepegawaian
	2. Sub Bagian Kepegawaian	2. Sub bagian Keuangan, Evaluasi dan Pelaporan
	3. Sub Bagian Keuangan	
	4. Sub Bagian Evaluasi dan Pelaporan	
Sub Dinas P2O	1. Seksi Penggalian dan Peningkatan Pendapatan	1. Seksi Penggalian dan Pengembangan Pendapatan
	2. Seksi Perencanaan dan Pembinaan Teknis Pemungutan	2. Seksi Perencanaan dan Pembinaan Pendapatan
	3. Seksi Publikasi	
Sub Dinas Pendaftaran dan Pendataan	1. Seksi Pendaftaran	1. Seksi Pendaftaran dan Pendataan

	(2)	(3)
	2. Seksi Pendataan	2. Seksi Penghitungan dan Penerbitan SKPD/ SKRD
	3. Seksi Dokumentasi	
Sub Dinas Penetapan	1. Seksi Penghitungan	
	2. Seksi Penerbitan SKPD/SKRD	
	3. Seksi Angsuran	
Sub Dinas Pembukuan	1. Seksi Pembukuan Penerimaan	Bidang Pembukuan
	2. Seksi Pembukuan Persediaan	1. Seksi Pembukuan dan Penerimaan
	3. Seksi Pelaporan	2. Seksi Pembukuan dan Persediaan
Sub Dinas Penagihan	1. Seksi Pengelolaan Data Tunggakan	Bidang Penagihan
	2. Seksi Penagihan	1. Seksi Pengelolaan Data Tunggakan & Penagihan
	3. Seksi Keberatan & Restitusi	2. Seksi Keberatan & Restitusi
	Kelompok Jabatan Fungsional	Kelompok Jabatan Fungsional
UPTD	1. UPTD Singosari (9 Kecamatan)	1. UPTD Singosari (4 Kecamatan)
	2. UPTD Bululawang (8 Kecamatan)	2. UPTD Bululawang (5 Kecamatan)
	3. UPTD Turen (6 Kecamatan)	3. UPTD Turen (5 Kecamatan)
	4. UPTD Kepanjen (10 Kecamatan)	4. UPTD Kepanjen (7 Kecamatan)
		5. UPTD Tumpang (4 Kecamatan)
		6. UPTD Pagak (5 Kecamatan)
		7. UPTD Pujon (3 Kecamatan)

Sumber : Perda Kab Malang No. 84 Tahun 2000 dan Keputusan Bupati Malang No. 91 Tahun 2004 (data diolah).

2. Penyempurnaan Sistem dan Prosedur

Penyempurnaan sistem dan prosedur dilakukan oleh Dipenda dengan melihat keadaan situasi dan kondisi yang dirasakan menuntut untuk dilakukan perubahan pada sistem maupun prosedur misalnya melihat kondisi politik dan birokrasi, kemajuan teknologi. Penyempurnaan sistem dan prosedur dimaksudkan agar sistem dan prosedur lebih efektif dan efisien dalam pelayanan publik misalnya agar masyarakat (wajib pajak) lebih mudah dan lebih cepat dalam pembayaran maupun urusan lain yang berhubungan dengan pajak. Sistem dan prosedur yang berlaku saat ini merupakan penyempurnaan dari sistem lama yang dipakai, lebih jelasnya lihat tabel di bawah ini.

Tabel 19. Perbedaan Prosedur Pajak Reklame lama dan Baru

	Lama	**Baru**
Pendaftaran	Sub Dinas Pendaftaran & Pendataan Bagian Seksi Pendaftaran	Bidang Pendataan & Penetapan, Seksi Pendaftaran & Pendataan
Pendataan	Sub Dinas Pendaftaran & Pendataan Bagian Seksi Pendataan	
Perhitungan	Sub Dinas Penetapan, Seksi Penghitungan	Bidang Pendataan & Penetapan, Seksi Perhitungan & Penerbitan SKPD/ SKRD
Penerbitan	Sub Dinas Penetapan, Seksi Penerbitan SKPD/SKRD	
Permohonan Angsuran	Sub Dinas Penetapan, Seksi Angsuran	

Sumber : Perda Kab. Malang No.84/2000 & Keputusan Bupati Malang No. 91/2004 (data diolah)

Berdasarkan tabel 19 diatas adanya penggabungan dari beberapa Sub Dinas dan Seksi-Seksi yang berada di bawahnya menjadi satu Bidang yaitu Bidang Pendataan dan Penetapan sehingga tugas-tugas dari beberapa seksi yang terbagi dari beberapa macam pos menjadi lebih lebih sederhana dengan penggabungan beberapa seksi di bawah satu Bidang yaitu Bidang Pendataan dan Penetapan.

c. Melakukan Pengawasan

Pengawasan terhadap kinerja Dipenda dilakukan oleh DPRD dalam bentuk pengawasan terhadap sumber penerimaan daerah, Pengendalian dilakukan oleh P2O sebagai pengendali operasional Dinas Pendapatan yang dilakukan oleh Seksi Penggalian dan Pengembangan Pendapatan yang dilakukan minimal dua kali dalam setahun kecuali ada kebocoran atau dugaan penyelewengan maka segera diadakan evaluasi. Pengendalian yang bersifat verifikasi kepada setiap UPTD di lakukan secara berkala dan terencana yang dimaksudkan untuk memeriksa kebenaran data yang keluar misalnya penghitungan sisa tunggakan pajak reklame pada masing-masing UPTD serta pemeriksaan objek pajak dilapangan.

Untuk mengatasi kebocoran dana dalam pelaksanaan pemungutan pajak reklame di lakukan dengan sistem Pengawasan /melekat (Waskat), seperti yang di ungkapkan oleh Ibu Wahju Martini sebagai berikut:

> Untuk mengatasi kebocoran dana dalam pemungutan di lakukan dengan Waskat yaitu dengan cara mendatangi wajib pajak atau verifikasi dari wajib pajak maupun pengawasan langsung terhadap aparat pelaksana.
>
> (Wawancara di lakukan pada tanggal 10 Agustus 2006 pukul 08.45 di ruang kerjanya).

Pemeriksaan dalam hal akuntabilitas keuangan Dinas dan Pendapatan Daerah yang dibukukan oleh Dinas Pendapatan pada setiap akhir tahun di lakukan oleh Badan Pengawas (Banwas) yang merupakan lembaga teknis daerah yang bertugas mengawasi akuntabilitas keuangan Pemerintah Daerah.

4.1.7.2 Ekstensifikasi Pajak Reklame

Selain dari upaya Intensifikasi seperti yang disebutkan diatas upaya lain yang dilakukan oleh Dipenda dalam meningkatkan penerimaan dari pajak reklame yaitu dengan cara Ekstensifikasi. Upaya ekstensifikasi biasanya adalah dengan memperluas objek pajak yaitu mencari objek pajak baru selain dari objek pajak yang telah ada dengan melalui proses pertimbangan dan penyelidikan yang berpotensi untuk dijadikan jenis pungutan baru dengan berbagai pertimbangan misalnya dengan memperhatikan keadaan masyarakat agar tidak mengakibatkan dampak politik.

Upaya Ekstensifikasi sebenarnya sudah lama di terapkan seperti yang diungkapkan oleh Ibu Wahju Martini sebagai berikut:

> Ekstensifikasi sebenarnya sudah lama di terapkan, itu merupakan cara Dipenda dalam meningkatkan pendapatan dari reklame.
> (wawancara di lakukan pada tanggal 10 Agustus 2006 pukul 08.45 di ruang kerjanya)

Ekstesifikasi pajak reklame dengan dikeluarkannya Peraturan Daerah (Perda) No. 11 Tahun 2002 Tentang Pajak Reklame kemudian Keputusan Bupati Malang No. 24 Tahun 2003 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Perda Kabupaten Malang No. 11 Tahun 2002 sebagai dasar hukum dalam upaya ekstensifikasi yang menetapkan beberapa jenis pajak baru, seperti Tinplate, Flakcine, reklame yang dicat pada bangunan rumah/ toko yang dimasukkan kedalam golongan jenis reklame rombong, reklame dalam ruangan/gedung pajak yang di pungut sebesar 50 % (lima puluh persen) dari tarif pajak.

4.1.8 Faktor- faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame

a. Kesadaran Masyarakat yang Masih Rendah

Ada beberapa hal yang menimbulkan keengganan masyarakat membayar pajak seperti yang disebutkan oleh Mardiasmo (dalam Mushoffa, 2006, h.34) yaitu: disebabkan oleh perkembangan intelektual dan moral masyarakat, sistem perpajakan yang sulit dipahami dan sistem kontrol yang tidak berjalan dengan semestinya. Begitu juga dengan yang terjadi di Kabupaten Malang kurangnya kesadaran masyarakat dapat disebabkan karena ketidaktahuan akan Pajak Reklame. Selain itu juga dapat disebabkan karena “ketidakingintahuan” masyarakat terhadap Pajak Reklame. Masyarakat akan cenderung menghindar dari pengenaan Pajak Reklame dan cenderung pasif, jika tidak ditagih oleh petugas mereka tidak akan membayar, padahal mereka tahu kegiatan yang dilakukannya merupakan sesuatu yang dikenakan Pajak Reklame sehingga petugaslah yang harus mendatangani para Wajib pajak untuk melakukan penagihan.

b. Sistem Pengawasan yang Belum Efektif

Obyek pajak dari Pajak Reklame merupakan objek yang tersebar diwilayah publik dan seringkali lebih dari satu jumlahnya. Kondisi yang demikian membutuhkan sistem pengawasan yang menyeluruh sehingga semua obyek Pajak

Reklame dapat dikenakan Pajak Reklame. Apabila sistem pengawasan ini dapat dilaksanakan maka akan dapat meningkatkan pemasukan dari Pajak Reklame sendiri.

Namun pada kenyataannya, pemerintah dalam hal ini Dinas Pendapatan Kabupaten Malang masih kesulitan mengadakan pengawasan secara menyeluruh. Hal ini disebabkan karena wilayah jangkauan Pajak Reklame Kabupaten Malang sangatlah luas sehingga diperlukan sumber daya manusia yang tidak sedikit.

c. Prosedur Perijinan yang terpisah

Prosedur Perijinan yang terpisah dengan Prosedur Pendaftaran dan Pembayaran membuat sistem pelayanan yang di buat kurang efisien karena calon Wajib Pajak yang akan mengurus dan memasang reklame harus melalui dua jalur yang pertama melakukan perijinan pada Dinas Kebersihan dan Pertamanan kemudian setelah mendapat ijin dilakukan pendaftaran dan pembayaran di Dinas Pendapatan dan ini kurang efisien karena memerlukan waktu bagi Calon Wajib Pajak dalam mengurus pemasangan pajak reklame.

d. Banyaknya Wajib Pajak yang bedomisili di luar daerah

Pemasangan pajak reklame yang berskala Nasional maupun Internasional dimana Wajib Pajak tersebut banyak yang bedomisili di luar kota sehingga menimbulkan permasalahan dalam hal penarikan pajak, karena pajak reklame yang biasanya berasal dari perusahaan yang berskala Nasional dan Internasional tidak seperti perusahaan yang berada di dalam daerah yang langsung bisa di datangi pada tempat Wajib Pajak atau badan yang mewakili Wajib Pajak.

e. Kendala Dana

Keterbatasan dana yang ada menimbulkan dampak dalam hal upaya-upaya yang akan dilakukan untuk memaksimalkan dalam penerimaan pajak reklame, Dipenda dalam menggunakan dana yang tersedia melakukan beberapa pertimbangan mana yang seharusnya lebih di dahulukan (prioritas utama) dalam upaya mengoptimalkan pendapatan dari pajak reklame sehingga dengan dana yang tersedia dapat menghasilkan hasil yang seoptimal mungkin.

4.2 Analisis dan Interpretasi Data

4.2.1 Kondisi Penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Malang

Berkembangnya ekonomi di Kabupaten Malang telah memberikan pengaruh terhadap sumber pendapatan daerah dari sektor pajak, demikian pula dengan pajak reklame yang semakin mengalami peningkatan seiring dengan pertumbuhan ekonomi yang semakin baik di Kabupaten Malang, pajak reklame telah memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap pendapatan daerah, sama seperti pajak-pajak daerah yang lain pajak reklame terus mengalami peningkatan dari tahun ketahun, kondisi ekonomi secara global dalam konteks nasional yang terus membaik setelah mengalami krisis ekonomi akhir tahun 90-an secara tidak langsung mempengaruhi terhadap perekonomian daerah seperti Kabupaten Malang yang juga semakin membaik ditunjang dengan arus mobilitas penduduk yang semakin banyak sehingga mendorong minat para pengusaha untuk mempromosikan produk atau jasanya dalam bentuk reklame di kabupaten ini. Untuk mengetahui kondisi penerimaan pajak reklame bisa dilihat dari perbandingan antara target yang ditetapkan dengan realisasi yang dicapai dari penetapan target tersebut serta seberapa besar kontribusi pajak reklame tersebut terhadap Pendapatan Daerah Kabupaten Malang.

4.2.1.1 Penetapan Target dan Realisasi

Berdasarkan data yang diperoleh selama tujuh tahun kebelakang bersamaan dengan diselenggarakannya otonomi daerah tepatnya mulai tahun 1999 hingga tahun 2005, pajak reklame terus mengalami peningkatan dan melebihi dari target yang telah di tentukan, ini di tandai dengan persentase yang mencapai seratus persen (100%) lebih.

Lebih jelasnya lihat tabel di bawah ini

Tabel 20. Perubahan Pajak Reklame per tahun

No (1)	Periode Tahun Anggaran (2)	Realisasi Penerimaan (3)	Perubahan (Rp) (4)
1.	1999	370, 863, 307	----------
2.	2000	328, 616, 203	- 42,247,104
3.	2001	501, 698, 445	173,082,242
4.	2002	554, 437, 574	52,739,129

(1)	(2)	(3)	(4)
5.	2003	860, 866, 579	306,429,005
6.	2004	1, 011,605, 852	150,739,273
7.	2005	1, 014, 332, 004	2,726,152
8.	2006	-	-

Berdasarkan tabel diatas terjadi peningkatan tiap tahunnya kecuali pada tahun 2000 mengalami penurunan dari tahun sebelumnya sekitar 1.13 % atau sebesar Rp 42, 247,104, sedangkan mulai tahun 2001 hingga tahun 2005 terus mengalami peningkatan. Tahun 2006 masih periode tahun anggaran yang sedang berjalan. Peningkatan yang terbesar di raih pada tahun 2003 sekitar 1.60 % atau sebesar Rp 253,689,876 dari peningkatan yang diraih tahun 2002. tetapi apabila di lihat dari target dan realisasi yang dicapai pada Tahun 2000 mengalami peningkatan bahkan peningkatannya tertinggi sebesar 164.31 % dari target yang di tetapkan sebesar Rp. 200.000.000 menjadi 328. 616. 203 realisasi yang dicapai di bandingkan dengan peningkatan yang dicapai oleh tahun-tahun lainnya.

4.2.1.2 Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah

Menurut Munir (2004, h. 149) Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan rasio antara pajak reklame dalam satu tahun dengan PAD pada tahun yang sama. Semakin tinggi rasio yang diperoleh mengindikasikan semakin besar/tinggi tingkat konstribusi pajak reklame terhadap PAD. Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi pajak reklame terhadap PAD maka di lakukan perbandingan/ perhitungan seberapa besar realisasi yang diterima pajak reklame terhadap realisasi yang diterima oleh PAD dikalikan 100 % (seratus persen), kemudian dilakukan pengukuran berdasarkan rasio kemampuan keuangan daerah.

Rumus Mengukur Konstribusi Pajak Reklame terhadap PAD :

$$\text{Konstribusi Pajak Reklame} = \frac{\text{Realisasi Pajak reklame}}{\text{Realisasi PAD}} \text{ X } 100\ \%$$

Selanjutnya Munir mengatakan (2004, h 148-149) untuk mengetahui kemampuan pajak reklame terhadap PAD menggunakan ukuran rasio yang digunakan oleh Tim Peneliti Fisipol Universitas Gadjah Mada (UGM) bekerjasama dengan Litbang Depdagri (1991) (lihat tabel 21) yaitu:

Tabel 21. Rasio Pengukuran Kontribusi Pajak Reklame terhadap PAD

No	Rasio Interval (%)	Kriteria
1.	0.00 – 10.00	Sangat Kurang
2.	10.10 – 20.00	Kurang
3.	20.10 – 30.00	Sedang
4.	30.10 – 40.00	Cukup
5.	40.10 – 50.00	Baik
6.	> 50. 00	Sangat Baik

Sumber : Munir, dkk (2004, h. 149)

Berdasarkan pada tabel. 12 diatas (h, 84) kontribusi pajak reklame terhadap PAD Kabupaten Malang pada tahun 2005 sebesar 1.13 %, bila menggunakan rasio yang ditetapkan oleh Tim Peneliti Fisipol UGM maka kontribusi Pajak Reklame terhadap PAD *Sangat Kurang.* Bila melihat secara keseluruhan mulai tahun 1999 sampai dengan tahun 2005 realisasi total dari pajak reklame sebesar Rp. 4,642,419,964 dan total realisasi PAD dalam jangka waktu yang sama sebesar Rp. 257,479,082,118 persentase kontribusi pajak reklame terhadap PAD dalam jangka waktu tersebut (1999 s/d 2005) sebesar 1.80 % jadi kontribusi Pajak reklame terhadap PAD *Sangat Kurang.*

Berdasarkan rasio ukuran kontribusi pajak reklame diatas terhadap PAD *sangat kurang* namun realisasi penerimaan pajak reklame telah optimal, ini bisa dilihat dari penetapan target dan realisasi dimana realisasi yang dicapai melebihi target yang di tentukan yaitu persentasenya mencapai >100 % (lebih besar seratus persen). Namun jika di lihat kontribusinya terhada PAD sangat kurang sehingga perlu diupayakan untuk lebih meningkatkan kontribusi pajak reklame baik dengan cara intensifikasi maupun perluasan objek baru (ekstensifikasi).

4.2.2 Upaya yang dilakukan Dipenda Untuk Mengoptimalkan Penerimaan Pajak Reklame

Dipenda melakukan beberapa upaya untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah dari Pajak Daerah termasuk di dalamnya Pajak Reklame, upaya tersebut melalui Intensifikasi dan Ekstensifikasi seperti yang telah dijelaskan pada halaman 86 diatas. Intensifikasi dilakukan dengan memperkuat proses pemungutan yang termasuk di dalamnya dengan cara sosialisasi dan publikasi, peningkatan SDM, Peningkatan sarana dan Prasarana, penyesuaian tarif dan penagihan pajak secara intensif.

4.2.2.1 Intensifikasi

Upaya-upaya yang dilakukan oleh Dipenda untuk mengoptimalkan penerimaan pajak reklame secara Intensifikasi adalah sebagai berikut:

a. Memperkuat Proses Pemungutan

Ada beberapa upaya yang dilakukan secara Intensifikasi dengan cara memperkuat Proses Pemungutan seperti :

1. Program Publikasi dan Sosialisasi

   Dalam program sosialisasi dan publikasi yang telah dilaksanakan oleh Dipenda dilakukan dengan beberapa cara misalnya dengan cara tatap muka langsung dengan wajib pajak yang diadakan dengan cara melakukan kunjungan kepada desa yang potensial dengan melibatkan tokoh masyarakat setempat beserta anggota dewan yang dilakukan setahun sekali. Dalam melakukan sosialisasi secara langsung tersebut dimana pajak reklame di sosialisasikan bersamaan dengan pajak daerah yang lain misalnya pajak hotel, restoran, hiburan dsb dan itupun tidak semua desa di kunjungi oleh petugas Dipenda untuk mensosialisasikan pajak reklame. Selain dengan cara tatap muka langsung sosialisasi juga dilakukan dengan cara pembagian brosur dan pembuatan papan himbauan tentang pajak pajak. Dengan berkembangnya teknologi program sosialisasi juga dilakuan melalui internet, ini dimaksudkan untuk mempermudah wajib pajak memperoleh informasi tentang pajak reklame tanpa harus mendatangi kantor Dipenda. Namun sosialisasi melalui intenet ini hanya akan di akses oleh wajib pajak yang *melek* terhadap teknologi khususnya intenet disamping itu informasi dari intenet kurang

lengkap, di dalamnya yang dimuat adalah prosedur dan tatacara pendaftaran dan pembayaran pajak reklame sedangkan tarif tentang harga, cara penghitungan pajak reklame tidak ada, sehingga ini perlu diperhatikan oleh Dipenda dengan memaksimalkan penggunaan teknologi informasi.

2. Peningkatan Kualitas SDM (Pegawai)

Pegawai Dipenda secara keseluruhan berjumlah 120 Pegawai dengan 32 tenaga kontrak yang ada di Dinas dan di tujuh UPTD di Kabupaten Malang. Dari jumlah tersebut bedasarkan jenjang pendidikan formal yang terbanyak adalah jenjang Strata 1 (S1) yang berjumlah 62 diantaranya 41 terdapat di Unit Kerja Dinas dan yang lainnya berada di unit kerja UPTD sedangkan pegawai yang berpendidikan Strata 2 (S2) berjumlah 6 orang yang semuanya berada di Unit Kerja Dinas. Kemudian jumlah pegawai yang terbanyak setelah SI adalah Jenjang SLTA, bila dilihat dari latar belakang pendidikan formalnya Dipenda masih membutuhkan pegawai yang berpendidikan memadai terutama bagi pegawai yang menduduki jabatan struktural yang bisanya berhubungan dengan pengambilan keputusan dari kebijakan-kebijakan yang diberlakukan. Selama ini pegawai yang berpendidikan S2 semuanya berada di unit kerja Dinas sedangkan yang berada di UPTD tidak ada, kemudian perlunya penyesuaian jumlah pegawai sehingga memadai mengingat luasnya wilayah pajak di Kabupaten Malang. Seperti yang dituturkan oleh Bu Wahju M Pegawai di P2O sebagai berikut:

> Tentang jumlah pegawai di sini dibilang cukup ya cukup, di bilang nggak ya juga nggak, menilai memadai atau nggaknya sepertinya tergantung situasi mas, misalnya seperti kemaren yang ada kunjungan studi banding dari Gorontalo, pada saat seperti itu, saya sedang bertugas untuk mengunjungi wajib pajak dalam rangka sosialisasi sedangkan di sini juga memerlukan saya untuk mendampingi tamu yang melakukan studi banding itu.(Wawancara dilakukan tanggal 14 Agustus pada pukul 11.08 WIB di ruang Kerjanya).

Peningkatan kemampuan/ keahlian pegawai dalam menunjang tugas-tugasnya dengan mengadakan atau mengikuti Diklat baik diklat penjenjangan maupun Diklat teknis yang di ikuti pegawai masih perlu ditingkatkan sehingga pegawai memiliki keahlian yang memadai dalam menunjang peningkatan PAD .

3. Peningkatan Sarana dan Prasarana Pendukung

   Penggunaan database komputerisasi terutama yang berhubungan dengan pembukuan sangat diperlukan, walaupun selama ini Dipenda Kabupaten Malang telah lama menggunakan Database komputer tetapi hanya bisa di akses di lingkungan Unit kerja Dinas sedangkan UPTD tidak bisa mengakses dari tempat kerjanya, begitu juga dengan sarana traportasi misalnya mobil yang ada walaupun telah memadai dari segi jumlah namun perlu diperhatikan tentang perawatannya, kebanyakan mobil dinas tidak dipakai kecuali untuk menjalankan urusan-urusan yang berhubungan dengan Tugas di Dipenda, kebanyakan berada di tempat parkir apabila tidak diperhatikan perawatannya akan menimbulkan kerusakan pada mobil dinas tersebut yang akan memerlukan dana untuk perbaikan maupun untuk peremajaan kendaraan dinas tersebut.

4. Penyesuaian Tarif

   Penyesuaian tarif bisanya di pengaruhi oleh keadaan atau situasi dan kondisi baik perkembangan ekonomi maupun keadaan masyarakat, penyesuaian tarif ini yang di sesuaikan adalah Nilai Jual Objek Pajak dan letak strategis pemasangan pajak yang telah ditetapkan oleh Dipenda faktor lain yang berpengaruh adalah keadaan tarif di Kabupaten atau Kota disekitar Kabupaten Malang sehingga Kabupaten Malang menyesuaiakan tarif dengan Kabupaten atau Kota disekitarnya sehingga bisa bersaing dalam menarik calon wajib pajak.

5. Penagihan Pajak Reklame serta Penerapan Sanksi

   Dalam melakukan penagihan pegawai di Dipenda melakukan ’jemput bola’ yaitu mendatangani wajib pajak, sebab kebanyakan wajib pajak bila tidak di datangi oleh petugas penarik pajak mereka tidak akan membayar di samping itu penerapan sanksi yang belum tegas dari Dipenda mendorong wajib pajak untuk tidak memperhatikan pembayaran pajak reklame

b. Meningkatkan Efisiensi

Dalam meningkatkan Efisiensi Administrasi dilakukan dengan cara retrukturisasi organisasi dan penyempurnaan Sistem dan Prosedur Pemungutan.

1. Restrukturisasi Organisasi

   Peningkatan efisiensi administrasi dilakukan dengan cara restrukturisasi organisasi yaitu dengan penggabungan beberapa sub bagian menjadi satu sub bagian sehingga struktur organisasi yang baru menjadi lebih ramping penyempurnaan, penggabungan Sub Dinas seperti Sub Dinas Pendaftaran dan Sub Dinas Penetapan menjadi Bidang Pendataan dan Penetapan disertai dengan perubahan seksi– seksi dan pemekaran UPTD yang sebelumnya dari empat UPTD menjadi tujuh UPTD karena ada beberapa UPTD yang jangkauan wilayah tugasnya terlalu besar sehingga di mekarkan untuk mengoptimalkan hasil yang dicapai.

2. Penyempurnaan Sistem dan Prosedur Pemungutan

   Penyempurnaan sistem dan prosedur yang dilakukan di maksudkan untuk mempermudah bagi wajib pajak, bila dilihat dari penyempurnaan sistem dan prosedur yang baru akan lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan sistem dan prosedur yang lama karena wajib pajak hanya melewati dua pos karena ada beberapa penggabungan dari Sub Dinas dan Seksi-seksi misalnya seksi pendaftaran dan Pendataan menjadi lebih sederhana di bawah satu bidang bidang yaitu Bidang Pendataan dan Penetapan. Begitu juga dengan Bidang Perhitungan dan Penerbitan menjadi Seksi Perhitungan dan Penerbitan di bawah Bidang Pendataan dan Penetapan.

c. Melakukan Pengawasan

Pengawasan, pengendalian dan pemeriksaan di lakukan untuk mengatasi kebocoran dalam lingkungan Dipenda pengawasan yang dilakukan dengan cara sistem Pengawasan Melekat (Waskat) yang dilakukan oleh atasannya terhadap pelaksana maupun terhadap petugas penarik pajak, sedangkan kinerja Dipenda secara keseluruhan di awasi oleh DPRD. Pengawasan terhadap petugas penarik pajak bisa dilakukan dengan menghubungi untuk verifikasi terhadap Wajib Pajak maupun terhadap petugas penarik pajak itu sendiri. Selain itu ada Badan pengawas yang berfungsi untuk memeriksa akuntabilitas keuangan Dipenda yang di bukukan dilakukan pada setiap akhir tahun

4.2.2.2 Ekstensifikasi

Ekstensifikasi Pajak Reklame yang dilakukan Dipenda dengan mencari objek baru yang berpotensial untuk dikenakan tarif pajak seperti yang di sebutkan di dalam Peraturan Daerah No.11 Tahun 2002 Tentang Pajak Reklame dimana objek pajak baru yang dimasukkan kedalam pajak reklame seperti tinplate, flakcine, reklame dalam ruangan maupun reklame yang di cat pada tembok atau dinding rumah. Dengan banyaknya objek baru yang dikenakan tarif pajak tersebut diperlukan suatu pengawasan yang lebih intens untuk mengurangi/ menghindari banyaknya pajak reklame liar yang tidak diketahui oleh petugas pajak atau yang tidak membayar pajak, misalnya objek pajak reklame dalam ruangan apabila wajib pajak tidak mendaftar kepada Dipenda maka sulit untuk diketahui karena itu berada di dalam ruangan.

Untuk melakukan perbandingan penerimaan pajak reklame antara sebelum Intensifikasi dan ekstensifikasi dengan setelah upaya yang dilakukan oleh Dipenda melalui intensifikasi dan ekstensifikasi sulit untuk di ukur karena upaya intensifikasi tersebut telah lama dilakukan oleh Dipenda bahkan sejak berdirinya Dipenda. Intensifikasi telah dilakukan misalnya dengan cara sosialisasi maupun penyederhanaan sistem dengan cara perbaikan pada struktur organisasi agar lebih sederhana dan lebih efektif untuk mempercepat Wajib Pajak dalam mengurus pajak reklame mungkin yang bisa di ketahui adalah setelah dilakukan Ekstensifikasi yang ditandai dengan Perda No.11 Tahun 2002 Tentang Pajak Reklame, namun penulis mengalami kesulitan karena tidak bisa memperoleh rincian data objek pajak reklame yang baru karena penulis hanya di beri data yang telah baku dimana hasil pajak reklame telah dia kumulasikan antara pajak reklame permanen dan pajak reklame insedentil .

4.2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Optimalisasi Penerimaan Pajak Reklame

4.2.3.1 Kesadaran masyarakat yang masih rendah

Kesadaran masyarakat yang masih rendah maksudnya adalah kebanyakan masyarakat yang wajib pajak tidak akan membayar pajaknya jika tidak di tagih ada juga masyarakat yang memasang reklame tanpa melalui perijinan (ilegal)

pajak yang demikian disebut sebagai pajak liar, bisanya pajak liar ini pajak yang berbentuk kecil dan bersifat insidentil, disamping itu pajak liar ini terjadi akibat masyarakat tidak tahu atau juga tidak ingin tahu tentang pengenaan pajak dari pajak reklame yang mereka pasang.

4.2.3.2 Sistem Pengawasan yang Belum Efektif

Sistem pengawasan yang belum efektif dikarenakan terbatasnya jumlah personel dengan wilayah jangkauan Pajak Reklame Kabupaten Malang yang luas sehingga banyak pajak reklame liar yang berada di luar pengawasan. Bisanya pengawasan yang dilakukan Dipenda lebih terfokus pada reklame yang besar yang bersifat permanen sehingga banyak pajak reklame yang kecil dan biasanya bersifat insedental berada diluar pengawasan

4.2.3.3 Prosedur Perijinan yang terpisah

Prosedur perijinan yang berada di Dinas Kerbersihan Dan Pertamanan yang terpisah dengan Dinas Pendaftaran dan Pembayaran yang berada di Dipenda kurang efisien bagi wajib pajak tetapi pemisahan tersebut berkaitan dengan keindahan dan kebersihan pertamanan Kabupaten malang karena sebelum memberikan ijin pemasangan reklame petugas dari Dinas Kebersihan dan Pertamanan akan memeriksa dahulu lokasi pemasangan untuk menentukan apakah boleh dipasang dilokasi tersebut atau tidak. Setelah izin keluar wajib pajak melakukan pendaftaran dan pembayaran di Dipenda dan harus mengisi lagi beberapa surat atau form-form pendaftaran, dan ini memerlukan waktu bagi wajib pajak untuk mengurus itu semua, kadangkala ada wajib pajak yang melakukan pemasangan reklame setelah ijin keluar tanpa melakukan pendaftaran dan pembayaran di Dipenda.

4.2.3.4 Banyaknya Wajib Pajak yang bedomisili di luar daerah

Biasanya ini terjadi pada pajak reklame yang berasal dari perusahaan besar yang berskala Nasional maupun Internasional. Petugas penarik pajak biasanya mencari perwakilan dari perusahaan tersebut di malang atau di kota yang terdekat untuk memberi tahu tentang pembayaran pajak reklame jika tidak ada mereka langsung mengirim Surat Pemberitahuan (SPT) kepada Wajib Pajak.

4.2.3.5 Kendala Dana

Keterbatasan dana di Dipenda juga mempengaruhi dalam upaya memaksimalkan penerimaan yang akan dicapai, dengan dana yang tersedia harus bisa memperhitungkan berdasarkan prioritas yang dapat mendukung pencapaian hasil yang optimal juga harus diperhatikan tentang efektif dan efisiennya dalam penarikan pajak sehingga dana yang dihasilkan lebih besar daripada dana yang dikeluarkan.

BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pajak reklame di Kabupaten Malang memiliki potensi yang baik untuk terus ditingkatkan hal ini ditandai dengan kondisi yang baik dari perkembangan pajak reklame dari tahun ke tahun yang terus mengalami peningkatan melebihi target yang telah ditetapkan. Walaupun melihat kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah masih sangat kurang namun Dinas Pendapatan Daerah (Dipenda) Kabupaten Malang berusaha untuk terus meningkatkan penerimaan dari sektor pajak reklame. Usaha-usaha yang dilakukan Dipenda untuk mengoptimalkan penerimaan dari pajak reklame dengan melalui Intensifikasi dan Ekstensifikasi.

Intensifikasi yang dilakukan Dipenda bertujuan untuk meningkatkan penerimaan dari pajak reklame yang telah ada, dengan cara:

a. Memperkuat proses pemungutan, seperti program publikasi dan sosialisasi, peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia, meningkatkan sarana dan prasarana pendukung, penyesuaian tarif, Penagihan Pajak Reklame serta Penerapan Sanksi ;
b. Meningkatkan Efisiensi Administrasi, seperti restrukturisasi organisasi, penyempurnaan sistem dan prosedur ;
c. Melakukan pengawasan, pengendalian dan pemeriksaan;

Sedangkan Ekstensifikasi yaitu dengan cara mencari objek pajak baru selain objek yang telah dikenakan pajak seperti Tinplate, Flakcine, reklame yang dicat pada bangunan rumah/ toko yang dimasukkan kedalam golongan jenis reklame rombong, reklame dalam ruangan/gedung. Upaya Intensifikasi terhadap pajak reklame telah lama dilakukan oleh Dipenda bahkan sebelum Otonomi Daerah diberlakukan pada tahun 1999 sedangkan Ekstensifikasi pajak reklame di tandai dengan di berlakukannya Perda No. 11 Tahun 2002 Tentang Pajak Reklame yang menetapkan beberapa reklame sebagai objek pajak baru.

5.2 Saran

Melihat perkembangan ekonomi Kabupaten Malang yang terus berkembang diperlukan perhatian yang lebih terhadap pajak reklame khususnya pelayanan terhadap wajib pajak yang sederhana, cepat serta tarif pajak yang bersaing dengan daerah sekitarnya. Pengawasan secara berkala diperlukan untuk mengurangi pemasangan reklame yang tidak punya izin atau 'reklame liar'. Serta pertimbangan penggunaan papan tiang yang menggunakan plasma yang ditempatkan di lokasi strategis yang disediakan oleh Dipenda sehingga wajib pajak tinggal mendaftar untuk pemasangan reklamenya sesuai dengan tarif yang telah di tentukan.

Optimalisasi pajak reklame dalam wilayah jangkauan kerja di Kabupaten Malang yang luas memerlukan Sumber Daya Manusia yang memadai, sehingga diperlukan peningkatan kualitas maupun kuantitas pegawai terutama di Unit Pelayanan Teknis Dinas (UPTD) baik dengan cara pendidikan formal maupun dengan pelatihan-pelatihan yang menyangkut keahlian teknis. Sebab selama ini yang banyak di ikut sertakan dalam pelatihan keterampilan maupun pendidikan formal adalah pegawai yang berada di unit kerja Dinas.