

ANALISIS KONTRIBUSI PAJAK REKLAME TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN ASLI DAERAH KOTA AMBON

Beatrix Adonia Talakua

Dosen Tetap Fakultas Ekonomi
Universitas Kristen Indonesia Maluku

Abstract: *This study aims to describe and analyze the contribution of the advertisement tax increase revenue in the city of Ambon. The method used is descriptive method to form study research surveys. Sources of data in this study is the city of Ambon Revenue Service and the data in the form of research reports earnings Budget Realization Regional Ambon City. Based on the analysis of data obtained in 2009-2011, there are 6 types of advertisement tax applicable. From the results of statistical tests known that the advertisement tax contribution indicated a significant effect on local revenues are shown with a significance value of 0.045 which is below the value of α (0.05).*

Keywords: *Contributions, Advertisement Tax, Local Revenue.*

PENDAHULUAN

Kewenangan pemerintahan yang didasarkan pada pelaksanaan asas desentralisasi, dipersyaratkan adanya kewenangan keuangan yang dicerminkan dalam bentuk Pendapatan Asli Daerah yang terdiri (1) hasil pajak daerah; (2) hasil retribusi daerah; (3) hasil perusahaan milik daerah, dan pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan; dan (4) lain-lain pendapatan asli daerah yang sah. Selain itu, dipersyaratkan pula adanya dukungan sumber keuangan daerah serta antara Propinsi dan kabupaten/kota yang ditetapkan pula dengan ketentuan peraturan perundangan yang berlaku, khususnya undang-undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2004 tentang perimbangan keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah, memotivasi daerah untuk berjuang dan berlomba memanfaatkan potensi sumber daya gunanya bagi kepentingan kesejahteraan masyarakat sekaligus mendorong peningkatan kontribusi penerimaan daerah baik dari sisi Pendapatan Asli Daerah (pajak dan retribusi daerah) maupun bantuan dari pemerintah atasan.

Pendekatan desentralisasi sesuai Undang-Undang Nomor 32 dan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004, membuat daerah termotivasi untuk memanfaatkan sumber daya alamnya bagi kepentingan pembangunan kesejahteraan masyarakatnya. Daerah bersama-sama masyarakat diberi kewenangan penuh meskipun pada koridor-koridor tertentu untuk menentukan pilihan program pembangunannya dalam

memperkuat pertumbuhan ekonomi daerah. Sumber-sumber daya alam yang potensial dan dimiliki oleh daerah dimanfaatkan secara efektif dan optimal untuk memperkuat ekonomi daerah dan masyarakat

Sumber dana penyelenggaraan otonomi daerah secara normative diatur dalam Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999, Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 dan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004. Ditingkat kabupaten/kota yang merupakan ujung tombak pelaksanaan otonomi daerah jenis dan sumber pendapatan daerah yang dominan adalah dana yang berasal dari pemerintah pusat seperti dana perimbangan (86%) sedangkan PAD hanya menyumbang sebagian kecil saja dengan rata-rata 7% (Usui Alisjahbana, 2004).

Target dan realisasi penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Ambon selama lima tahun terakhir yang merupakan hasil yang diperoleh Pemerintah Kota Ambon melalui dinas-dinas atau instansi teknis penyelenggaraan penerimaan daerah, untuk lebih jelas menyangkut target dan realisasi penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Ambon maka dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1
Target dan Realisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Ambon
Tahun 2005-2009

Tahun	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	Persentase (%)
2005	11.810.744.373,00	13.333.469.373,71	112,89
2006	13.852.148.070,00	18.163.716.621,14	131,13
2007	18.163.716.621,00	20.619.217.534,59	113,52
2008	23.750.585.010,00	28.469.444.378,71	119,87
2009	37.240.231.514,00	29.524.935.133,15	79,28

Sumber : Dinas Pendapatan Kota Ambon Tahun 2010

Faktor-faktor yang menunjang peningkatan pendapatan asli daerah adalah melalui Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Dimana pajak itu sendiri adalah iuran rakyat kepada kas negara yang berdasarkan Undang-Undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbale (kontraprestasi) yang langsung dapat digunakan untuk membayar pengeluaran umum (**Soemitro. R, 2003 :19**), sedangkan Pajak daerah adalah pungutan daerah menurut peraturan yang ditetapkan sebagai badan hukum dalam rangka membiayai rumah tangganya. Dengan kata lain pajak daerah adalah pajak yang wewenang pungutannya ada pada daerah dan pembangunan daerah (**Elita Dewi, 2002 : 60**)

Terkait dengan hal tersebut, maka ada berbagai hal yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah khususnya Pemerintah Kota Ambon untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerahnya, yang salah satunya adalah melalui Pajak Reklame, berdasarkan surat keputusan Walikota Ambon sehingga dikeluarkannya suatu Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2009 tentang Pajak Reklame mengganti Peraturan Daerah Kota Ambon Nomor 5 tahun 2001 Tentang Pajak Reklame.

Untuk lebih jelas menyangkut target dan realisasi pajak reklame terhadap peningkatan pendapatan asli daerah Kota Ambon maka dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2
Target dan Realisasi Pajak Reklame Daerah Kota Ambon
Tahun 2005-2009

Tahun	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	Persentase (%)
2005	342.016.225,00	392.713.587,00	114,82
2006	445.213.485,00	674.112.256,00	151,41
2007	599.084.340,00	769.213.587,00	128,40
2008	608.547.050,00	768.763.760,00	126,33
2009	867.610.200,00	960.629.595,00	110,72

Sumber : Dinas Pendapatan Kota Ambon Tahun 2010

Kondisi realisasi pajak reklame terjadi fluktuasi dari 5 tahun pengamatan tersebut. Dengan demikian maka penulis tertarik untuk melakukan analisis terhadap keadaan ini sehingga permasalahan yang akan diteliti berkaitan dengan berapa besar kontribusi pajak reklame terhadap peningkatan pendapatan asli daerah di Kota Ambon.

TINJAUAN PUSTAKA

Pajak adalah iuran rakyat kepada kas Negara berdasarkan Undang-Undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbale (kontraprestasi) yang langsung dapat digunakan untuk membayar pengeluaran umum (Mardiasno, 2009).

Pajak Daerah merupakan salah satu sumber penerimaan daerah yang berperan besar dalam pemenuhan kebutuhan daerah. Abubakar (Abdul Halim, 2004:142) menyebutkan bahwa: "Pajak daerah sebagai salah satu komponen pendapatan asli daerah memiliki prospek yang sangat baik untuk dikembangkan. Oleh sebab itu pajak daerah harus dikelola secara professional dan transparan dalam rangka optimalisasi dan usaha meningkatkan kontribusinya terhadap anggaran pendapatn dan belanja daerah". Menurut Undang-undang Nomor 34 Tahun 2000 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah bahwa 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 berdasarkan perundang-undangan yang berlaku, dan digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintahan daerah dan pembangunan daerah. Adapun jenis pajak yang dikelola oleh pemerintah daerah tingkat I menurut UU No 34 tahun 2000 yaitu: (1). Pajak Kendaraan Bermotor (2). Pajak Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (3). Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor (4). Pajak Pengambilan Pemanfaatn Air Bawah Tanah dan Air Permukaan.

Sedangkan untuk daerah tingkat II (kota/kabupaten) menurut UU No 34 tahun 2000 terdiri dari: (1). Pajak Hotel (2). Pajak Restoran (3). Pajak Hiburan (4). Pajak Reklame (5). Pajak Penerangan Jalan (6). Pajak Pengambilan dan Pengelolaan Bahan Galian Golongan C (7). Pajak Parkir.

Pajak Reklame berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 04 tahun 2009 Pasal 1, Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Objek Pajak Reklame dalam Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2009 tersebut juga dijelaskan yang menjadi objek pajak reklame yaitu: (1). Reklame Megatron atau *Video Tron* atau *Large Electronic Display* (LED) (2). Reklame Papan atau Billboard (3). Reklame Berjalan (4). Reklame Baliho (5). Reklame Kain (6) Reklame Selebaran (7). Reklame melekat atau stiker (8). Reklame Film atau slide (9). Reklame Udara (10). Reklame Suara (11). Reklame Peragaan (12) Reklame Televisi (13). Reklame Warta Harian, Warta Mingguan dan Warta Bulanan. Subjek Pajak Reklame adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan atau melakukan pemesanan reklame. Menurut Siahaan (2005:327) subjek pajak adalah “orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame atau melakukan pemesanan reklame”. Sementara itu, “wajib pajak adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame”. Jika reklame diselenggarakan langsung oleh orang pribadi atau badan yang memanfaatkan reklame untuk kepentingan sendiri, wajib Pajak Reklame adalah orang pribadi atau badan tersebut. Apabila penyelenggaraan reklame dilaksanakan melalui pihak ketiga (perusahaan jasa periklanan), maka pihak ketiga tersebut menjadi wajib Pajak Reklame.

Pendapatan Asli Daerah adalah penerimaan yang diperoleh daerah dari dalam wilayah sendiri yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan Perundang-Undangan yang berlaku. Yaitu Undang-Undang no.32 tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah.

METODE

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif yang bersifat kuantitatif karena penelitian ini berkaitan dengan objek penelitian yaitu pada pemerintah daerah Kota Ambon dengan kurun waktu tertentu dengan mengumpulkan data dan informasi yang berkaitan dengan pajak reklame.

Identifikasi Variabel

Untuk mengkaji hipotesis yang dikemukakan maka perlu dilakukan identifikasi terhadap variabel-variabel penelitian yaitu: (1). Variabel dependen (terpengaruh) atau Y, adalah pendapatan asli daerah. Dalam Penelitian ini pendapatan asli daerah adalah penerimaan yang diperoleh daerah dari sumber-sumber dalam wilayah sendiri yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. (2). Variabel independen (pengaruh) atau X, adalah pajak reklame. Dalam

penelitian ini yang dimaksud dengan pajak reklame adalah pungutan yang dilakukan oleh pemerintah daerah atas penyelenggaraan reklame.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah data berupa data Target dan Realisasi Penerimaan atau Penyetoran Pajak-Pajak Daerah Kota Ambon sedangkan sampel yang digunakan adalah data berupa Target dan Realisasi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Ambon tahun Anggaran 2005-2009.

Analisa Data

Teknik analisa data yang digunakan dalam penulisan ini dengan statistic non parametik yaitu dengan menggunakan analisa regresi sederhana (**Duwi Priyatno, 2009**) dengan formula sebagai berikut: $Y = a + bX$

Dimana,

Y = Pendapatan Asli Daerah (PAD)

X = Pajak Reklame

a = Intercept

b = konstanta

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Peningkatan PAD

Sebagaimana yang telah dijelaskan bahwa tugas yang ingin dicapai dalam penulisan ini adalah untuk mengetahui seberapa besar kontribusi pajak reklame terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Ambon

Tabel 3
Realisasi Pajak Reklame Terhadap
Realisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Ambon
Tahun 2005 – 2009

Tahun	Realisasi PAD (Rp)	Realisasi Pajak Reklame (Rp)	Persentase (%)
2005	13.333.469.373,71	392.713.587,00	2,95
2006	18.163.716.621,14	674.112.256,00	3,71
2007	20.619.217.534,59	769.213.587,00	3,73
2008	28.469.444.378,71	768.763.760,00	2,70
2009	29.524.935.133,15	960.629.595,00	3,25

Sumber : Dinas Pendapatan Kota Ambon Tahun 2010

Data pada tabel di atas dapat dilihat bahwa bahwa realisasi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari tahun ke tahun meningkat hal ini dapat dilihat pada tahun 2005 yang realisasi pajak reklame sebesar Rp.392.713.587,00 atau 2,95 persen, selanjutnya pada tahun 2006 realisasi pajak reklame meningkat sebesar Rp. 674.112.256,00 atau 3,71 persen, pada tahun 2007 realisasi pajak reklame meningkat sebesar Rp.769.213.587,00 atau 3,73 persen, kemudian pada tahun 2008 realisasi pajak reklame meningkat sebesar Rp. 768.763.760,00 atau 2,70 persen dan pada tahun 2009 realisasi pajak reklame juga meningkat sebesar Rp. 960.629.595,00 atau 3,25 persen.

Tabel. 4
Hasil Perhitungan Analisis Regresi

Model Summary

	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
Model					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.887 ^a	.788	.717	3669685377	.788	11.124	1	3	.045

a. Predictors: (Constant), Realisasi Pajak Reklame

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas, maka dapat dijelaskan bahwa R adalah korelasi berganda, yaitu korelasi antara dua atau lebih variabel independent terhadap variabel dependen. Dalam regresi sederhana angka R ini menunjukkan korelasi sederhana (Korelasi Pearson) antara variabel X terhadap Y. Angka R di dapat 0,887, artinya korelasi antara variabel Pajak Reklame dan Pendapatan Asli Daerah sebesar 0,887. hal ini berarti terjadi hubungan yang sangat erat karena nilai mendekati 1. Selanjutnya R Square (R^2) atau kuadrat R menunjukkan koefisien determinasi. Angka ini akan diubah ke bentuk persen, yang artinya persentase sumbangan variabel independent terhadap variabel dependen. Nilai R^2 sebesar 0,788, artinya persentase sumbangan pengaruh variabel Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah sebesar 79 %, sedangkan sisanya sebesar 21 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini. Selanjutnya Adjusted R Square adalah R Square yang telah disesuaikan. Nilai yang didapat sebesar 0,717. Nilai ini juga menunjukkan sumbangan pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Adjusted R Square biasanya untuk mengukur sumbangan pengaruh jika dalam regresi menggunakan lebih dari dua variabel independent. Dan *Standart Error of the Estimate*, adalah ukuran kesalahan prediksi. Nilai yang diperoleh adalah sebesar 3669685377. Artinya, kesalahan dalam memprediksi Pendapatan Asli Daerah sebesar Rp. 3.669.685.377.

Pengujian dan Pembuktian Hipotesis

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah Pajak Reklame berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap Pendapatan Asli Daerah. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dan 2 sisi. Langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut: (1). Merumuskan Hipotesis. (a) H_0 : Pajak Reklame tidak berpengaruh terhadap PAD dan

(b) H_a : Pajak Reklame berpengaruh terhadap PAD (2). Menentukan t hitung dan signifikansi, dari output di dapat t hitung sebesar 3,335 dan signifikansi 0,045 (3). Menentukan t tabel, T tabel dapat dilihat pada tabel statistik pada signifikansi $0,05/2 = 0,025$ dengan derajat kebebasan $df = n-2$ atau $5-2 = 3$. Hasil yang diperoleh untuk t tabel sebesar 3,182 (lihat lampiran t tabel) (4). Kriteria Pengujian: (a). Jika $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung}$, maka H_0 diterima (b). Jika $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H_0 di tolak. Berdasar signifikansi: (a). Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima (b). Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak (5). Membuat Kesimpulan, Karena nilai t hitung $> t \text{ tabel}$ ($3,335 > 3,182$) dan signifikansi $< 0,005$ ($0,045 < 0,05$) maka H_0 ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Pajak Reklame berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis di atas maka kesimpulan yang dapat diambil adalah dilihat dari hasil uji statistik diketahui bahwa kontribusi pajak reklame yang ditunjukkan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan asli daerah yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi 0,045 yang berada di bawah atau lebih kecil dari nilai α (0,05). Dalam kaitan ini, maka saran yang dapat dikemukakan adalah (1). Perlu adanya perhatian dari Pemerintah Kota Ambon untuk lebih meningkatkan fungsi pengawasan melalui instansi terkait terhadap pemasangan dan pembakaran reklame sesuai dengan waktu yang telah ditentukan (2). Perlu adanya partisipasi dan kesadaran dari seluruh masyarakat Kota Ambon tentang kewajibannya untuk membayar pajak, teristimewa yang menggunakan fasilitas untuk melakukan pemasangan reklame, demi terselenggaranya pemerintah yang berotonom.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad Linclon (2002), *Ekonomi Daerah*, Edisi ke dua BPFE-Yogyakarta.
- Dewi. E, (2002), *Identifikasi Sumber Pendapatan Asli Daerah Dalam Rangka Otonomi Daerah*. Dokumen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara (<http://Library.USU.ac.id>).
- Duwi Priyatno (2009), *5 Jam Belajar Olah Data Dengan SPSS 17*, Penerbit Andi Yogyakarta.
- Halim, Abdul. 2004. *Bunga Rampai Manajemen Keuangan Daerah Edisi Revisi*. Yogyakarta. Penerbit UPP AMP YKPN.
- Hanif Nurcholis (2000), *Pemerintah dan Otonomi Daerah*, Penerbit Grasindo-Jakarta.
- Mardiasno (2009), *Perpajakan*, Penerbit BPFE- Yogyakarta.
- Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2009, *Tentang Pajak Reklame*.

- Raharjo Adisasmita (2006), *Pengelolaan Pendapatan dan Anggaran Daerah*, Makasar.
- Siahaan, Marihot. 2005. *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. Jakarta. Penerbit Erlangga.
- Prakosa, Kesit Bambang. 2005.
- Soemitro (2003), *Dasar-Dasar Hukum Pajak dan Pajak Pendapatan*. Bandung.
- Soeparmoko (2000), *Keuangan Daerah*. Edisi 5, BPFE Yogyakarta.
- Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004, *Tentang Pemerintahan Daerah*, Jakarta.
- Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004, *Tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Daerah*. Jakarta.
- Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000, *Pajak dan Retribusi Daerah*. Jakarta.