

## **UPAYA DINAS PENDAPATAN DAERAH DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PAJAK REKLAME DI KOTA SAMARINDA**

**Agatha Ridha<sup>1</sup>**

### ***Abstrak***

*Tujuan Penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran atau mendeskripsikan mengenai Upaya Dinas Pendapatan Daerah Dalam Meningkatkan Pendapatan Pajak Reklame Di Kota Samarinda.*

*Metode penelitian dalam skripsi ini adalah penelitian Deskriptif Kualitatif yang bermaksud untuk memaparkan upaya-upaya yang dilakukan oleh Dispenda Kota Samarinda dalam meningkatkan Pendapatan Pajak Reklame selaku Pajak Daerah yang juga dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Samarinda melalui upaya Intensifikasi dan Ekstensifikasi. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dan teknik pengumpulan data melalui peneliitian kepustakaan dan penelitian mencakup observasi, wawancara, dan dokumen.*

*Hasil penelitian dapat diketahui bahwa upaya-upaya yang dilakukan oleh pihak Dispenda Kota Samarinda dalam meningkatkan pendapatan pajak reklame sudah berjalan cukup baik. Tetapi masih ada masyarakat selaku pengguna reklame atau wajib pajak reklame yang kurang peduli dan tidak patuh terhadap peraturan mengenai pajak reklame yang berlaku. Untuk itu diperlukan peningkatan upaya-upaya dari Dispenda Kota Samarinda untuk mengatasi hambatan-hambatan dalam meningkatkan pendapatan Pajak Reklame Di Kota Samarinda.*

**Kata Kunci :** *Pendapatan Daerah, Pajak Reklame*

### **PENDAHULUAN**

#### ***Latar Belakang***

Dalam melaksanakan pembangunan nasional yang berdasarkan pada Pancasila dan UUD 1945 maka segenap potensi yang dimiliki dimanfaatkan sebesar-besarnya dengan berdasarkan pada kebijaksanaan pemerintah guna memperlancar pelaksanaan pembangunan. Pembangunan yang menitik beratkan pada bidang ekonomi menuntut pemerintah agar mempersiapkan dana dalam jumlah yang besar. Besarnya pengeluaran dalam pembangunan bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan rakyat.

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Studi Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman. Email : agatharidha12@gmail.com

Dengan kekayaan alam yang dimiliki Indonesia, maka tidaklah sulit bagi pemerintah untuk memenuhi kebutuhannya mencapai tujuannya yaitu kesejahteraan masyarakat. Namun seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk, tingkat kebutuhan manusia juga meningkat, sementara kekayaan alam baik hasil hutan, pertambangan maupun migas yang banyak menghasilkan pendapatan untuk daerah, persediaannya semakin menipis karena dieksploitasi secara besar-besaran dan secara terus-menerus. Dengan kondisi yang demikian, maka pemerintah dituntut untuk dapat mengambil tindakan atau mengantisipasi hal tersebut, mengingat kebutuhan dan pelaksanaan pembangunan yang sifatnya berkesinambungan dan terus meningkat dari waktu ke waktu.

Untuk mengantisipasi hal itu maka pemerintah harus mencari sumber pendanaan lain sebagai gantinya. Berbagai upaya Pembangunan Nasional yang dilakukan oleh pemerintah pusat saat ini dituntut untuk mampu menyentuh segala aspek kehidupan rakyat Indonesia. Melalui Pembangunan Nasional pemerintah mengadakan penyelenggaraan Negara yang memiliki peranan penting dalam pelaksanaannya selaku pelayan masyarakat. Peningkatan penerimaan negara dan efisiensi pengeluaran negara dalam APBN dimaksudkan agar peranan tabungan pemerintah didalam anggaran pembangunan negara dapat semakin meningkat.

Salah satu indikator penting kemandirian suatu daerah dalam membangun dan menjalankan semua urusan pemerintahan yang diserahkan pemerintah atasan adalah daya kemampuannya untuk membiayai kebutuhan daerah. Suatu hubungan antara pemerintah pusat dan daerah dikatakan ideal apabila Sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) menyumbang sebagian terbesar dari seluruh pendapatan daerah dibandingkan dengan subsidi. Dengan proporsi semacam ini daerah akan leluasa melaksanakan kegiatannya dalam rangka menjalankan hak otonominya.

Dalam Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 telah mengatur adanya penyelenggaraan otonomi daerah yang bertujuan untuk memungkinkan daerah yang bersangkutan mengatur dan mengurus serta mengelola rumah tangganya sendiri untuk meningkatkan daya guna dan hasil guna penyelenggaraan pemerintah dalam rangka pelayanan terhadap masyarakat dan pelaksanaan pembangunan daerah. Pembangunan daerah sendiri diarahkan untuk mengacu pada pemerataan pembangunan dan hasil-hasilnya dalam rangka meningkatkan kesejahteraan rakyat daerah disamping juga menggalakkan prakarsa dan peran aktif masyarakat serta meningkatkan pendayagunaan potensi daerah secara optimal dan terpadu dalam mengisi otonomi daerah yang luas, nyata dan bertanggung jawab.

Pemerintah Pusat dengan segala kewenangan relatif lebih mudah mengumpulkan pajak, sementara pemerintah daerah mengalami kesukaran dalam mengumpulkan sumber penerimanya karena keterbatasan politik dan administratif. Kondisi ini menyebabkan pemerintah daerah hanya sedikit mempunyai kesempatan untuk meningkatkan penerimanya, sedangkan dilain pihak semakin besar kebutuhannya, karena semakin besar tanggung jawab sosialnya. Karenanya tak ada pilihan lain kecuali memberikan kesempatan yang

luas kepada pemerintah lokal untuk meningkatkan sumber Pendapatan Asli Daerahnya. Sumber Pendapatan Asli Daerah merupakan tulang punggung pembiayaan bagi daerah yang hendak melaksanakan otonominya.

Pada umumnya segala bentuk pengolahan dan penyajian informasi data sumber pendapatan daerah tersebut sangatlah penting, mengingat dalam mengikuti prosedur yang telah ditetapkan merupakan bagian dari tertib hukum. Dinas Pendapatan Daerah (DISPENDA) Kota Samarinda sesuai dengan kedudukannya sebagai unsur pelaksana pemerintah di bidang pendapatan daerah yang mempunyai tugas pokok dalam menggali sumber-sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD), dari potensi yang dimiliki daerah.

Beberapa tahun terakhir penerimaan Pendapatan Asli Daerah Kota Samarinda mengalami peningkatan dalam pencapaian target dan realisasi dalam penerimaan pendapatan asli daerah. Diantara berbagai sumber pendapatan daerah, maka hasil pajak daerah dan retribusi daerah memegang peranan penting bagi pembangunan. Pada umumnya pajak daerah, berfungsi sebagai alat pengatur yaitu mengatur masyarakat wajib pajak untuk taat membayar pajak tepat pada waktunya demi kelancaran pembangunan yang akan dilaksanakan. Selain itu pajak daerah juga merupakan sumber pendanaan yang cukup potensial dalam memenuhi anggaran pembangunan negara dan untuk anggaran pembangunan daerah pada khususnya. Salah satunya pajak daerah tersebut berasal dari pajak reklame.

Pajak Reklame merupakan salah satu bagian pajak daerah yang mempunyai kontribusi dalam menunjang Pendapatan Asli Daerah (PAD) kota Samarinda. Berdasarkan Peraturan Daerah (Perda) Kota Samarinda Nomor 4 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame.

Sebagaimana diketahui didalam setiap tahun pajak reklame memiliki peran dalam meningkatkan pendapatan asli daerah Kota Samarinda. Pemerintah Kota Samarinda memiliki target dan realisasi yang setiap tahunnya ingin dicapai dari penerimaan pajak reklame tersebut. Dengan demikian dapat diketahui besarnya dana yang diperoleh dari pajak reklame, yang mana dalam hal ini dengan adanya penerimaan pajak reklame tersebut sudah pasti akan menambah pula pendapatan asli daerah kota Samarinda. Sehingga dana pajak reklame akan lebih mendukung proses pembangunan dan jalannya pemerintahan Kota Samarinda dalam mencapai tujuannya yaitu kesejahteraan masyarakat. Tentunya faktor pendukung tersebut tidak lepas dari usaha yang dilakukan oleh Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda seperti peningkatan dalam sarana dan prasarana pelayanan pajak, tersedianya sumber daya aparatur atau petugas yang menangani pajak reklame, mengadakan sosialisasi atau penyuluhan serta partisipasi dan dukungan masyarakat yang menggunakan jasa reklame di Kota Samarinda.

Penerimaan pajak reklame mengalami penurunan dan peningkatan dalam kurun waktu 4 (empat) tahun terakhir. Permasalahan atau faktor penghambat yang ditemukan peneliti setelah melakukan observasi diantaranya, pendirian baliho/reklame yang bersifat tidak komersil seperti reklame yang bersifat politik di karenakan musim pemilu, serta masih ada reklame yang terpasang di setiap

sudut kota namun masih ada yang tidak membayar pajak serta izinnya tak diperpanjang bahkan ada yang memasang reklame di tempat-tempat yang telah dilarang seperti di tiang listrik atau pohon-pohon di pinggir jalan.

Hal ini terjadi karena masih kurangnya pengawasan Pemerintah Daerah dalam perizinan pajak reklame, ditambah dengan sanksi administrasi yang tidak tegas kepada wajib pajak atau pengguna jasa reklame. Kendala-kendala seperti inilah yang menyebabkan target penerimaan setiap tahunnya mengalami penurunan atau peningkatan. Untuk itu perlu adanya upaya dalam hal pemungutan pajak reklame ini agar target pendapatan pajak reklame bisa dicapai setiap tahunnya atau bahkan bisa melebihi target mengingat pajak reklame juga merupakan pajak daerah yang dapat meningkatkan suatu pendapatan asli daerah Kota Samarinda.

Berdasarkan observasi yang penulis lakukan pada Kantor Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda, maka penulis ingin mengetahui dan meneliti tentang **“Upaya Dinas Pendapatan Daerah Dalam Meningkatkan Pendapatan Pajak Reklame Di Kota Samarinda”**.

### ***Perumusan Masalah***

1. Bagaimana upaya Dinas Pendapatan Daerah dalam meningkatkan pendapatan pajak reklame di Kota Samarinda?
2. Apa saja yang menjadi faktor pendukung dan penghambat dalam Upaya Dinas Pendapatan Daerah dalam meningkatkan pendapatan pajak reklame di Kota Samarinda?

### ***Tujuan Penelitian***

1. Untuk mengetahui Dinas Pendapatan Daerah dalam meningkatkan pendapatan pajak reklame di Kota Samarinda.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam Upaya Dinas Pendapatan Daerah dalam meningkatkan pendapatan pajak reklame di Kota Samarinda.

### ***Manfaat Penelitian***

1. Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menemukan jawaban atas masalah atau kendala-kendala yang ada dalam pemungutan pajak reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Di Kota Samarinda.
2. Secara praktis diharapkan dapat menjadi masukan bagi aparatur pemerintah Dinas Pendapatan Daerah Di Kota Samarinda.

### ***Kerangka Dasar Teori***

#### ***Pendapatan Asli Daerah***

Salah satu indikator penting kemandirian suatu daerah dalam membangun dan menjalankan semua urusan pemerintahan yang diserahkan pemerintah atasan adalah daya kemampuannya untuk membiayai kebutuhan daerah. Suatu hubungan

keuangan antara pemerintah pusat dan daerah dikatakan ideal apabila sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) menyumbang sebagian terbesar dari seluruh pendapatan daerah dibandingkan dengan subsidi. Dengan proporsi semacam ini daerah akan leluasa melaksanakan kegiatannya dalam rangka menjalankan hak otonominya.

Menurut Ahmad Yani (2008:51) mengatakan bahwa Pendapatan Asli Daerah adalah pendapatan yang diperoleh daerah yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Pendapatan Asli Daerah merupakan pendapatan daerah yang bersumber dari hasil pajak daerah, hasil retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan dan pendapatan lain asli daerah yang sah bertujuan untuk memberikan keleluasaan kepada daerah dalam menggali pendanaan dalam pelaksanaan otonomi daerah sebagai perwujudan asas desentralisasi.

Selanjutnya menurut Samudra (1993:50) mengatakan bahwa Pendapatan Asli Daerah adalah sumber pendapatan yang meliputi tidak saja PAD akan tetapi termasuk pula sumber Pendapatan Daerah yang berasal dari penerimaan Pemerintah Pusat, yang dalam realisasinya dapat saja berbentuk subsidi (sokongan) untuk keperluan Pembangunan Daerah dan dari semua sumber-sumber pendapatan, hanya sebagian saja yang merupakan Pendapatan Asli Daerah yaitu penerimaan dari pemungutan Pajak Daerah, Retribusi Daerah, Hasil Perusahaan Daerah dan lainnya yang merupakan sumber Pendapatan Asli Daerah yang digali atau dihasilkan oleh Daerah yang bersangkutan dan merupakan pula pendapatan Daerah yang sah.

Menurut Edy Suandy Hamid (2004:130) mengatakan bahwa Perolehan dari pajak dan retribusi daerah biasanya merupakan penyumbang terbesar dalam Pendapatan Asli Daerah bagi sebagian besar daerah kabupaten/kota. Pos ini tetap potensial untuk di tingkatkan, baik melalui ekstensifikasi maupun intensifikasi. Berdasarkan hal tersebut diatas maka Pendapatan Asli Daerah adalah penerimaan yang bersumber dari pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain peraturan daerah yang sah berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Dalam Undang-undang nomor 32 Tahun 2004 tentang perimbangan keuangan antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah bahwa Pendapatan Asli Daerah (PAD) bertujuan memberikan kewenangan kepada Pemerintah Daerah untuk mendanai pelaksanaan otonomi daerah sesuai dengan potensi daerah sebagai perwujudan desentralisasi. Penerimaan daerah dalam pelaksanaan desentralisasi terdiri atas pendapatan daerah dan pembiayaan. Yang dimaksud dengan pendapatan daerah adalah hak pemerintah daerah yang diakui sebagai penambah nilai kekayaan bersih. Sedangkan yang dimaksud dengan pembiayaan adalah setiap penerimaan yang perlu dibayar kembali dan atau pengeluaran yang akan diterima kembali baik tahun anggaran bersangkutan maupun tahun-tahun anggaran berikut.

### ***Pajak Daerah***

Pengenaan pajak di Indonesia berdasarkan tingkat pemerintahannya dapat dikelompokkan menjadi dua bagian, yaitu pajak negara dan pajak daerah. Menurut Azhari Samudra (2005 : 49) definisi pajak daerah dapat diuraikan yaitu pungutan daerah yang berdasarkan peraturan yang ditetapkan guna pembiayaan pengeluaran-pengeluaran daerah sebagai badan publik, sedangkan lapangan pajaknya adalah lapangan yang belum diusahakan oleh negara.

Menurut Mardiasmo (2009 : 51) juga berpendapat hampir senada mengenai pajak daerah yaitu pajak yang dipungut daerah berdasarkan peraturan pajak yang ditetapkan oleh daerah untuk kepentingan pembiayaan rumah tangga pemerintah daerah tersebut.

Dari beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa Pajak Daerah adalah merupakan suatu Pajak Negara yang diserahkan kepada Daerah untuk dipungut berdasarkan peraturan perundang-undangan yang dipergunakan guna membiayai pengeluaran Daerah sebagai badan hukum publik. Serta Pajak Daerah juga berpengaruh pada suatu peningkatan Pendapatan Asli Daerah dalam suatu daerah itu sendiri.

Riwu Kaho (2005 : 145) juga menjelaskan beberapa ciri yang melekat dalam pengertian pajak daerah, yaitu:

1. Pajak daerah dapat berasal dari pajak asli daerah maupun pajak negara yang diserahkan kepada daerah sebagai pajak daerah.
2. Pajak daerah dipungut oleh daerah terbatas di dalam wilayah administratif yang dikuasainya.
3. Hasil pungutan pajak daerah dipergunakan untuk membiayai urusan rumah tangga daerah atau untuk membiayai pengeluaran daerah sebagai badan hukum.
4. Pajak daerah dipungut oleh daerah berdasarkan kekuatan Peraturan Daerah (Perda), maka sifat pemungutan pajak daerah dapat dipaksakan kepada masyarakat yang wajib membayar dalam lingkungan administratif kekuasaannya.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, Pajak Daerah dibedakan menjadi dua jenis yaitu:

1. Pajak Propinsi, antara lain:
  - a. Pajak kendaraan bermotor.
  - b. Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor.
  - c. Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor.
  - d. Pajak Air Permukaan.
  - e. Pajak Rokok.
2. Pajak Kabupaten/Kota terdiri atas:
  - a. Pajak Hotel.
  - b. Pajak Restoran.
  - c. Pajak Hiburan.
  - d. Pajak Reklame.

- e. Pajak Penerangan Jalan.
- f. Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan.
- g. Pajak Parkir.
- h. Pajak Air Tanah.
- i. Pajak Sarang Burung Walet.
- j. Pajak Bumi Dan Bangunan Pedesaan dan Perkotaan.
- k. Bea Peroleh Hak Atas Tanah dan Bangunan.

### ***Pajak Reklame***

Pajak reklame dipungut berdasarkan Peraturan Daerah Kota Samarinda Nomor 04 Tahun 2011. Dengan persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kota Samarinda Tentang Pajak Reklame dalam wilayah Kota Samarinda. Hal ini sesuai dikemukakan oleh Marihot P Siahaan. (2003:323) Pajak reklame adalah penyelenggaraan reklame. Pengenaan Pajak Reklame tidak mutlak ada pada seluruh daerah kabupaten atau kota di Indonesia. Hal ini berkaitan dengan kewenangan yang diberikan kepada pemerintah kabupaten atau kota, pemerintah daerah harus lebih dahulu menerbitkan peraturan daerah tentang Pajak Reklame yang akan menjadi landasan hukum operasional dalam teknis pelaksanaan pengenaan dan pemungutan Pajak Reklame di daerah kabupaten atau kota yang bersangkutan. Pajak Reklame merupakan Pajak Daerah yang memegang peranan penting dalam sumber pendapatan daerah dan berpengaruh kemampuan daerah dalam meningkatkan pembangunan untuk kesejahteraan masyarakat. Dalam penyelenggaraan reklame ada pengertian yang perlu diketahui:

1. Reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, digunakan 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 pemerintah.
2. Penyelenggara Reklame adalah orang atau badan yang menyelenggarakan reklame baik untuk dan atas namanya sendiri atau untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya.

Objek pajak reklame adalah semua penyelenggara reklame. Penyelenggara reklame dapat dilakukan oleh penyelenggara reklame atau perusahaan jasa periklanan yang terdaftar pada Dinas pendapatan daerah kabupaten/kota. Menurut Marihot P Siahaan (2006 : 325) dan berdasarkan Peraturan Daerah Kota Samarinda Nomor 04 Tahun 2011 Penyelenggara reklame yang ditetapkan menjadi objek pajak reklame adalah sebagaimana disebut dibawah ini:

1. Reklame papan/billboard yaitu reklame yang terbuat dari papan, kayu, termasuk seng atau bahan lain sejenis, dipasang atau digantungkan atau dibuat pada bangunan, tembok, dinding, pagar, pohon, tiang, dan sebagainya baik bersinar maupun disinari. Sedangkan Reklame megatron/videotron/large

- electronic display (LED) yaitu reklame yang menggunakan layar monitor besar berupa program reklame atau iklan bersinar dengan gambar dan atau tulisan berwarna yang dapat berubah-ubah, terprogram, dan difungsikan dengan tenaga listrik.
2. Reklame kain yaitu reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain, termasuk kertas, plastik, karet, atau bahan lain yang sejenis dengan itu.
  3. Reklame melekat (stiker) yaitu reklame yang berbentuk lembaran lepas. Diselenggarakan dengan cara disebarkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda dengan ketentuan luasnya tidak lebih dari 200 cm<sup>2</sup> per lembar.
  4. Reklame selebaran yaitu reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebarkan, diberikan, atau diminta dengan ketentuan tidak untuk di tempelkan, diletakkan, dipasang, atau digantungkan pada suatu benda lain.
  5. Reklame berjalan termasuk pada kendaraan, yaitu reklame yang ditempatkan atau ditempelkan pada kendaraan yang diselenggarakan dengan menggunakan kendaraan atau dengan cara dibawa oleh orang.
  6. Reklame udara yaitu reklame yang diselenggarakan di udara dengan menggunakan gas, laser, pesawat, atau alat lain yang sejenis.
  7. Reklame suara yaitu reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari atau oleh peralatan alat.
  8. Reklame film/slide yaitu reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan klise berupa kaca atau film, ataupun bahan-bahan yang sejenis, sebagai alat yang diproyeksikan dan atau dipancarkan pada layar atau benda lain yang ada di ruangan.
  9. Reklame peragaan yaitu reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara.

## **Metode Penelitian**

### ***Jenis Penelitian***

Jenis penelitian yang digunakan penulis dalam rangka penulisan ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang bertujuan menggambarkan keadaan di lapangan dengan data yang diperoleh dari hasil penelitian.

Menurut Arikunto (2005:234) mengatakan bahwa penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala yang dikumpulkan di lapangan menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan. Selanjutnya menurut Sugiyono (2003 : 11) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variable mandiri, baik satu variable atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara variable satu dengan variable yang lain.

### ***Lokasi Penelitian***

Lokasi penelitian terletak di Kantor Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda.

### ***Fokus Penelitian***

1. Pengawasan langsung
  - a. Inspeksi langsung
  - b. Observasi di tempat
  - c. Laporan di tempat
2. Pengawasan tidak langsung
  - a. Laporan tertulis
  - b. Laporan lisan
3. Faktor-faktor penghambat pengawasan
  - a. Sumber daya manusia
  - b. Fasilitas/sarana dan prasarana

### ***Sumber Data***

1. Data primer
2. Data sekunder :
  - a. Dokumen, profil, arsip, laporan, evaluasi
  - b. Buku ilmiah

### ***Teknik Pengumpulan Data***

1. Penelitian kepustakaan (*Library research*)
2. Penelitian lapangan (*Field work research*)
  - a. Observasi
  - b. Wawancara
  - c. Penelitian dokumentasi
  - d. Data dari internet

### ***Analisis Data***

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data model interaktif yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman :

1. Pengumpulan data
2. Penyederhanaan data (*Data Reduction*)
3. Penyajian data (*Data Display*)
4. Penarikan kesimpulan (*Conclusion Drawing*)

### ***Hasil Penelitian***

#### ***Usaha Intensifikasi Pajak Reklame***

1. Peraturan Daerah tentang Pemungutan Pajak Reklame

Peraturan Daerah tentang Pemungutan Pajak Reklame mempunyai peraturan yang jelas sehingga dalam melakukan pemungutan mempunyai acuan

atau landasan hukum yang dapat dipertanggung jawabkan mengingat Peraturan daerah adalah peraturan daerah provinsi atau peraturan daerah kabupaten/kota. Peraturan daerah merupakan payung hukum yang dibuat oleh pemerintah daerah untuk menetapkan tentang pemungutan pajak daerah terutama Pajak Reklame. Peraturan Daerah mengalami beberapa kali perubahan, perubahan tersebut dimaksudkan untuk memperbaharui sistem yang ada agar menjadi lebih baik dan peraturan daerah tersebut tidak berlaku surut, maksudnya apabila ada peraturan daerah yang baru ditetapkan maka peraturan daerah yang lama masih tetap berlaku.

## 2. Fasilitas Yang Tersedia

Penyediaan Fasilitas Yang Tersedia pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda rata-rata sudah memadai baik sarana dan prasarana juga telah mengikuti perkembangan teknologi. Kepada masyarakat pengguna reklame atau wajib pajak yang ingin langsung membayar pajak reklame di Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda sekarang sudah tersedia sarana dan prasarana yang cukup memadai seperti ruang tunggu yang berAC, WC umum, dan tempat parkir, Di loket-loket pembayaran sendiri juga sudah terdapat komputerisasi yang juga sudah mengikuti perkembangan teknologi. Sedangkan Untuk Sistem pelaksanaan pemungutan yang dilaksanakan melalui sistem jemput bola, Petugas lapangan juga telah di mudahkan dengan sarana dan prasarana yang juga memadai seperti motor dinas, kamera dan alat ukur untuk mengetahui ukuran, panjang, lebar suatu reklame agar tidak terjadinya kecurangan.

## 3. Mengadakan Pendataan Ulang Terhadap Objek/ Subjek Pajak Reklame

Setiap tahun Objek/ Subjek Pajak Reklame jumlahnya tidak tetap maka dari itu pendataan ulang terhadap objek/ subjek pajak atau peremajaan data perlu dilakukan agar dapat diketahui jumlah objek/ subjek pajak reklame yang masih berlaku atau tidak lagi. Biasanya Pendataan ulang tersebut dilakukan setiap satu tahun sekali. Pendataan dilakukan setahun sekali dengan cara sistem jemput bola dimana aparat perpajakan atau petugas lapangan mendatangi tiap objek/ subjek pajak reklame tersebut. Pendataan ulang atau Peremajaan Data ini dilakukan yaitu dengan cara mencatat objek/ subjek pajak reklame yang pindah alamat atau perubahan nama kepemilikan. Kegiatan ini dilakukan agar tidak ada kerancuan atau kecurangan terhadap jumlah objek/ subjek Pajak Reklame.

### ***Usaha Ekstensifikasi Pajak Reklame***

#### 1. Meningkatkan Jumlah Objek/ Subjek Pajak Reklame

Meningkatkan jumlah Objek/ Subjek Pajak Reklame dilakukan dengan cara penyisiran jalan mendata semua objek pajak, atau jemput bola yaitu petugas pemungut langsung terjun ke lapangan untuk mendata jumlah objek/ subjek pajak reklame sehingga dengan adanya kegiatan ini dapat mengetahui reklame yang masa izinya telah habis serta pemasangan reklame yang legal atau illegal. Dalam

proses meningkatkan jumlah Objek/ Subjek Pajak Reklame yang dilakukan oleh Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda juga mengalami beberapa hambatan antara lain pengguna reklame atau wajib pajak pindah alamat tidak melapor, memberikan alamat yang tidak jelas, serta mencabut reklame sembarangan tanpa memberikan informasi yang jelas.

## 2. Mengadakan Sosialisasi Terhadap Perda Yang Ada

Peraturan daerah dibuat dan disahkan oleh pemerintah daerah perlu disosialisasikan kepada masyarakat khususnya kepada pengguna reklame atau wajib pajak, Sosialisasi peraturan daerah ini bertujuan agar masyarakat pengguna reklame atau wajib pajak memahami dan mengerti dari isi peraturan daerah tersebut. Sosialisasi Peraturan Daerah mengenai Pajak reklame tersebut dilakukan ketika petugas lapangan mengadakan pendataan ulang atau peremajaan data kepada pengguna reklame atau wajib pajak. Dengan sosialisasi peraturan daerah ini diharapkan akan meningkatkan pengetahuan kepada pengguna reklame. Mengenai dasar hukum pengenaan pajak serta tata cara pelaksanaan dan pembayaran pajak reklame. Selain itu juga memotivasi pengguna reklame atau wajib pajak untuk membayar kewajibannya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

### ***Faktor Pendukung Dan Penghambat Peningkatan Pendapatan Pajak Reklame***

#### 1. Faktor Pendukung

Peningkatan dalam sarana dan prasarana pelayanan pajak, terdapat payung hukum Peraturan Daerah nomor 04 tahun 2011 tentang pajak reklame, Peraturan Walikota Nomor 08 Tahun 2013, tersedianya sumber daya aparatur atau petugas yang menangani penarikan pajak reklame, penyuluhan dan sosialisasi Perda kepada masyarakat pengguna jasa reklame agar mengerti dalam memahami sistem prosedur Pajak Reklame.

#### 2. Faktor Penghambat

Dalam meningkatkan penerimaan pendapatan pajak reklame terdapat faktor penghambat atau kendala yang di hadapi oleh Kantor Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda yaitu banyaknya reklame yang bersifat tidak komersil seperti reklame yang bersifat politik dan sosial akibat musim pemilu, Kurangnya kesadaran masyarakat pengguna reklame atau wajib pajak mengenai pembayaran pajak reklame, Pada saat penagihan tidak berada di tempat dan sudah pindah sehingga penarikan pajak reklame tidak dapat dilaksanakan, masih adanya pengguna jasa reklame atau wajib pajak tidak mematuhi prosedur tentang reklame yang sudah di tetapkan, serta lemahnya pengawasan dari petugas reklame di tempat-tempat yang telah dilarang seperti di tiang listrik atau pohon di pinggir jalan.

## **PENUTUP**

### ***Kesimpulan***

1. Diketahui bahwa Upaya Dinas Pendapatan Daerah Dalam Meningkatkan Pendapatan Pajak Reklame Di Kota Samarinda Antara lain dengan Usaha Intensifikasi Pajak Reklame yaitu terdiri dari:
  - a. Peraturan Daerah Tentang Pemungutan Pajak Reklame  
Pajak Reklame di Kota Samarinda diatur dan dipayungi Peraturan Daerah No 04 Tahun 2011 mengenai Pajak Daerah yang juga menjelaskan tentang pemungutan pajak reklame serta di barengi oleh Peraturan Walikota Nomor 08 Tahun 2013 yang menjelaskan titik penempatan reklame dan tata cara reklame
  - b. Fasilitas Yang Tersedia  
Penyediaan fasilitas yang tersedia pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda sudah memadai baik sarana dan prasarana, seperti tersedianya ruang tunggu pelanggan yang memadai, komputerisasi yang juga sudah cukup mengikuti perkembangan teknologi, serta tersedianya fasilitas penunjang bagi petugas lapangan seperti kendaraan operasional serta alat ukur untuk mengetahui ukuran-ukuran reklame.
  - c. Mengadakan Pendataan Ulang Terhadap Objek/Subjek Pajak reklame  
Kurang efektifnya pendataan ulang atau peremajaan data yang dilakukan setiap tahun sekali dengan jemput bola dimana masih banyaknya Objek/ Subjek yang belum terdata serta kurangnya kesadaran pengguna reklame atau wajib pajak dalam membayar pajak reklame.
2. Sedangkan Usaha Ekstensifikasi Pajak Reklame antara lain:
  - a. Peningkatan Jumlah Objek/ Subjek Pajak Reklame  
Masih banyaknya objek/ subjek pajak reklame yang belum terdata sehingga mengurangi jumlah objek/ subjek pajak reklame, masih ada objek/ subjek pajak reklame yang pindah alamat tidak melapor, atau memberikan alamat yang tidak jelas dan banyaknya objek/ subjek pajak reklame yang tidak berizin.
  - b. Mengadakan Sosialisasi Terhadap Perda Yang Ada  
Kurang optimalnya sosialisasi mengenai perda tentang pajak reklame terhadap masyarakat sehingga masih ada pelanggaran–pelanggaran yang dilakukan pengguna reklame atau wajib pajak.

### ***Saran***

Adapun dalam skripsi ini, peneliti akan menyampaikan beberapa saran-saran yang dapat berguna dan dijadikan sebagai bahan pertimbangan kepada semua pihak aparatur pemerintah khususnya pada kantor Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis sebagai berikut :

1. Usaha Intensifikasi Pajak

- a. Peraturan Daerah Tentang Pemungutan Pajak Reklame  
Selalu memberikan penyuluhan atau sosialisasi mengenai Perda yang berlaku mengenai pajak reklame kepada masyarakat yang menggunakan jasa reklame agar dapat mengurangi hal-hal yang tidak di inginkan yang berujung pada sanksi atau denda.
  - b. Fasilitas Yang Tersedia  
Perlunya meningkatkan fasilitas pendukung kegiatan aparatur seperti peningkatan alat transportasi dinas kepada petugas pemungut pajak mengingat luasnya wilayah yang di datangi, serta peningkatan komputerisasi atau peningkatan pelayanan dalam pembayaran pajak reklame.
  - c. Mengadakan Pendataan Ulang Terhadap Objek/ Subjek Pajak Reklame  
Diperlukannya pengawasan secara langsung dilapangan untuk mengetahui jumlah objek/ subjek yang ada di lapangan. Dan memberikan arahan-arahan atau pengertian kepada pengguna reklame atau wajib pajak pentingnya membayar pajak reklame.
2. Usaha Ekstensifikasi Pajak Reklame
- a. Peningkatan Jumlah Objek/ Subjek Pajak Reklame  
Adanya pengecekan terhadap alamat pengguna reklame atau wajib pajak reklame yang diberikan kepada petugas dan meningkatkan lagi proses pendataan sehingga mengurangi reklame yang tidak berizin atau illegal.
  - b. Mengadakan Sosialisasi Terhadap Perda Yang Ada  
Sosialisasi terhadap perda mengenai pajak reklame harus dilakukan dengan giat lagi agar pemahaman masyarakat pengguna jasa reklame lebih tinggi melalui seminar yang langsung melibatkan pemerintah daerah secara langsung, tokoh masyarakat dan perguruan tinggi, penyuluhan yang dilakukan door to door ke setiap objek/ subjek pajak reklame, melalui media massa berupa media cetak atau media elektronik.

### Daftar Pustaka

- Aini, Hamdan, 1993. *Perpajakan*, PT. Bumi Aksara, Jakarta
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Pajak Daerah Dan Retribusi Daerah*, PT. Raya Rafindo Persada. Jakarta.
- Basri, Yuswar Zainul Dan Mulyadi Basri. 2005. *Keuangan Negara Dan Analisis Kebijakan Utang Luar Negeri*, PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Hamid, Edy Suandi. 2004. *Sistem Ekonomi, Utang Luar Negeri, Dan Isu-Isu Ekonomi Politik Indonesia*, UII Press. Yogyakarta.
- Kaho, Riwu. 2005. *Prospek Otonomi Daerah Di Negara Republik Indonesia*, PT. Raya Rafindo Persada. Jakarta.
- Mardiasmo. 2009. *Perpajakan*, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Miles, Matew B. Dan A. Michel Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif*, Universitas Indonesia Press. Jakarta

- Moleong, Lexy J. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, PT. Permata Pancakarya. Bandung.
- Prakoso, Bambang. Kesit. 2003. *Pajak dan Retribusi Daerah*. UII, Yogyakarta.
- Samudra, Azhari A. 2005. *Perpajakan Di Indonesia Keuangan Pajak Dan Retribusi*, Jakarta, PT. Hecca Mitra Utama
- Siahaan, Marihot P. 2006. *Pajak Daerah Dan Retribusi Daerah, Jakarta*, PT. Raya Rafindo Persada
- Sugiyono. 2007. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung, CV .Alfabeta
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Bandung, Alfabeta
- Yani, Ahmad. 2008. *Hubungan Keuangan Antara Pemerintah Pusat Dan Daerah Di Indonesia*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.