BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Faktor Manajerial

Pengertian Faktor Manajerial menurut Dominick Salvatore (2005:3) yaitu:

"Aplikasi (penerapan) teori ekonomi dan perangkat analisis ilmu keputusan untuk membahas bagaimana suatu organisasi dapat mencapai tujuan atau maksudnya dengan cara yang efisien."

Menurut Dominick Salvatore (2005:3) bahwa proses membandingkan antara strategis yang diinginkan dengan strategis yang dilaksanakan dengan cara mengukur kinerja perusahaan dan apabila terdapat perbedaan dilaksanaan sesuai dengan yang diinginkan. Menurut Dominick Salvatore (2005:3) faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan daerah meliputi :

"a. Intervensi birokrasi dan politik,
b. Otonomi manajemen,
c. Profesionalisme manajemen,
d. Mekanisme pengambilan keputusan,
e. Pemanfaatan aset,
f. Mitra kerja,
g. Karyawan,
h. Efisien,
i. Mekanisme pengawasan dan pengendalian,
j. Budaya perusahaan."

Kutipan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Intervensi Birokrasi dan Politis

Campur tangan Pemerintah Daerah dan Dewan Perwalian Rakyat (DPR) dalam perusahaan daerah mulai dilakukan pada saat disususnnya peraturan daerah tentang perusahaan daerah. Setelah ditetapkannya peraturan daerah tersebut, maka pada tahap pemilihan Badan Pengawas dan Dewan Direksi, campur tadngan pemerintah daerah dilakukan secara langsung. Sedangkan campur tangan DPRD dilakukan secara tidak langsung, yaitu dengan menentukan sikap setuju atau tidak setuju terhadap usulan yang diajukan oleh Pemerintah Daerah. Kemudian campur tangan Pemerintah Daerah dilakukan pada saat disusunnya rencana kerja dan Anggaran Perusahaan Daerah (RKAPD), dimana RKAPD tersebut harus mendapat persetujuan dari Dewan Pengawas (Kepala Daerah, beberapa Kepala Dinas dan pejabat yang ditunjuk oleh Kepala Daerah).

b. Otonomi Manajemen

Otonomi Manajemen atau kemandirian pihak manajemen dalam melaksanakan peraturan daerah, keputusan Kepala Daerah dan RKAPD dapat dilihat dari tingkat kemandirian dalam pengambilan keputusan oleh pihak direksi. Dismping itu kewenangan yang dilakukan pada dewan direksi apakah sangat luas dan jelas atau ambivalen.

c. Profesionalisme Manajemen

Profesionalisme manajemen tergambar pada kemampuan atau kompetensi dewan direksi yang ditunjuk. Latar belakang pendidikan, pelatihan dan pengalaman para

anggota dewan direksi apakah sudah sesuai dengan organisasi Perusahaan Daerah. Dismping itu, reputasi dean direksi dalam dunia bisnis juga merupakan indikator profesionalisme.

d. Mekanisme Pengambilan Keputusan

Mekanisme pengambilan keputusan dalam Perusahaan Daerah tergambar pada besar dan kecilnya serta luas dan sempitnya kewenangan yang diberikan pada dewan direksi.proses pengambilan keputusan yang panjang dan berbelit-belit seperti dalam dunia birikrasi kadang-kadang terbawa pada Perusahaan Daerah.

e. Pemanfaatan Aset

Pemanfaatan aset Perusahaan Daerah umumnya masih belum optimal. Cukup banyak tanah, bangunan dan peralatan-peralatan lainnya sebagai kekayaan daerah yang dipisahkan tidak produktif dalam penggunaannya. Kadang-kadang kapasitas produksi banyak yang tidak terpakai.

f. Mitra Kerja

Mitra kerja baik sebagai pemasok, rekanan, dan sabagai pelanggan Perusahaan Daerah umumnya lebih banyak merugikan Perusahaan Daerah. Keberadaan mitra kerja ini umumnya muncul karena KKN, dimana cara kerja mereka tidak profesional.

g. Karyawan

Jumlah karyawan dan kualifikasinya banyak yang melebihi kebutuhan, sehingga biaya tenaga kerja membengkak sedangkan tingkat produktifitas menurun. Kondisi ini disebabkan oleh pengangkatan karyawan dilakukan bukan karena kebutuhan, tetapi banyaknya titipan.

h. Efiensi

Efisiensi Perusahaan Daerah sangat rendah. Hal ini disebabkan tidak ada standar biaya yang baku baik pada biaya produksi, biaya pemasaran maupun pada Perusahaan Daerah maupun pada biaya umum.

i. Mekanisme Pengawasan dan Pengendalian

Pengawasan pada Perusahaan Daerah secara teknis dilakukan oleh badan pengawas dan secara polotis oleh DPRD. Karena umumnya badan pengawas adalah pajabat Pemerintah Daerah yang memiliki tugas pokok sehingga waktu yang diperuntukkan di Perusahaan Daerah sangat sempit.

j. Budaya Perusahaan

Budaya Perusahaan daerah belum terbentuk sebagai organisasi yang berorientasi pada profit. Perusahaan daerah misinya lebih banyak memberikan lapangan kerja, memberikan pelayanan dengan biaya serendah-rendahnya. Keberanian untuk melakukan perubahan-perubahan dan mengambil resiko sangat rendah. Perusahaan daerah memiliki budaya yang lebih mementingkatkan rasa aman.

2.1.2 Pajak

Pajak sebagai sumber utama penerimaan negara sangat perlu ditingkatkan sehingga pembangunan nasional dapat dilaksanakan dengan kemampuan sendiri berdasarkan prinsip kemandirian. Peningkatan kesadaran masyarakat dibidang perpajakan harus ditunjang dengan iklim yang mendukung, Perbaikan Sistem Administrasi Perpajakan dan peningkatan kinerja dari aparat pajak mutlak harus

dilakukan agar peran aktif masyarakat serta pemahaman akan hak dan kewajiban dalam melaksanakan peraturan Perundang-Undangan Perpajakan dapat terlaksana sebagaimana mestinya.

a. Definisi Pajak

Pajak merupakan iuran yang dipungut oleh negara baik oleh pemerintah pusat maupun pemerintah daerah berdasarkan atas undang-undang serta aturan pelaksanaan pemungutan pajak mengisyaratkan adanya alih dana dari sektor swasta (wajib pajak yang membayar pajak) ke sektor negara (pemungut pajak pemerintah) dan diperuntukan bagi keperluan pembiyaan umum pemerintah dalam rangka menjalankan fungsi pemerintahan, baik rutin maupun pembangunan.

Dalam melaksanakan pembangunan nasional, pemerintah memerlukan dana yang cukup memadai. Dana yang digunakan salah satunya berasal dari penerimaan kas negara dalam bentuk pajak. Pungutan pajak ada ditangan pemerintah dan pembuat peraturan dibidang perpajakan ditetapkan oleh pemerintah bersama dengan Dewan Perwakilan Rakyat.

Sebagai bahan pembanding, penulis akan memberikan beberapa definisi mengenai pajak. Definisi pajak menurut para ahli dibidang perpajakan bermacam-macam, namun definisi tersebut memiliki inti dan tujuan yang sama. Dibawah ini definisi pajak menurut beberapa ahli perpajakan.

Pengertian pajak menurut Rochmat Soemitro, seperti dikutip oleh Waluyo dan Wirawan B.Ilyas (2007:2) yaitu:

> " Pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara (peralihan kekayaan dari sektor partikulir ke sektor pemerintahan berdasarkan undang-undang (dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (*tegen prestasi*), yang langsung dapat ditunjukan dan digunakan untuk membiayai pengeluaran umum".

Pengertian pajak sesuai dengan undang-undang nomor 28 tahun (2007:1) yaitu:

> "Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat".

Berdasarkan kedua definisi diatas, penulis menyimpulkan dapat bahwa terdapat unsur-unsur pokok pajak, yaitu: (1) iuran atau pungutan, (2) dipungut berdasarkan undang-undang, (3) pajak dapat dipaksakan, (4) tidak menerima atau memperoleh kontraprestasi, dan (5) untuk membiayai pengeluaran umum Pemerintah.

b. Fungsi Pajak

Fungsi pajak tidak terlepas dari tujuan pajak, sementara tujuan pajak tidak terlepas dari tujuan negara. Dengan demikian, tujuan pajak itu harus diselaraskan dengan tujuan negara yang menjadi landasan tujuan pemerintah. Tujuan pemerintah, baik tujuan pajak maupun tujuan negara semuanya berakar pada tujuan masyarakat. Tujuan masyarakat inilah yang menjadi falsafah bangsa dan negara. Oleh karena itu, tujuan dan fungsi pajak tidak terlepas dari tujuan dan fungsi negara yang mendasarinya.

Berdasarkan definisi-definisi dan ciri-ciri pajak yang telah dijelaskan diatas, terlihat seolah-olah pemerintah memungut pajak semata-mata hanya untuk mengisi

kas negara. Namun tidak demikian, karena pemungutan pajak mempunyai fungsi sebagai berikut :

Menurut Sony Devano dan Siti Kurnia Rahayu (2006:25) menyebutkan bahwa:

> "Ada dua fungsi pajak, yaitu fungsi *budgetair* (sumber keuangan negara) dan fungsi *regulerend* (pengatur) ".

Sedangkan menurut Siti Kurnia Rahayu (2009:26) menyatakan bahwa :

> "Umumnya dikenal dengan 2 macam fungsi pajak yaitu fungsi *budgetair* dan fungsi *regulerend*".

Berdasarkan kedua definisi diatas, penulis dapat menyimpulkan bahwa pajak mempunyai dua fungsi yaitu fungsi *budgetair* dan fungsi mengatur (*regulerend)* . Uraian mengenai fungsi pajak tersebut adalah sebagai berikut :

Terdapat dua fungsi pajak, yaitu fungsi *budgetair* (sumber keuangan negara) dan fungsi *regulerend* (mengatur).

1. Fungsi *budgetair* (sumber keuangan negara)

Fungsi *budgetair* yang dikemukakan oleh Siti Kurnia Rahayu (2009:26) adalah sebagai berikut :

> "Pajak dipergunakan sebagai alat untuk memaasukkan dana secara optimal ke kas Negara yang dilakukan sistem pemungutan berdasarkan undang-undang perpajakan yang berlaku".

Sedangkan fungsi *budgetair* yang dikemukakan oleh Sony Devano dan Siti Kurnia Rahayu (2006:25) adalah sebagai berikut:

> "Pajak berfungsi untuk menutup biaya yang harus dikeluarkan pemerintah dalam menjalankan pemerintahnya, oleh karenanya pengenaan pajak dipandang dari sudut ekonomi harus diatur senetral-netralnya dan sekali-kali tidak boleh dibelokkan untuk mencapai tujuan-tujuan yang menyimpang".

Berdasarkan kedua pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pajak sebagai salah satu sumber penerimaan negara dengan mengukur sampai sejauh mana kepatuhan masyarakat dalam membayar pajak yang hasilnya digunakan untuk membiayai pengeluaran negara.

2. Fungsi *regulerend* (mengatur)

Fungsi *regulerend* yang dikemukakan oleh Sony Devano dan Siti Kurnia Rahayu (2006:28) adalah sebagai berikut:

> "Fungsi *regulerend* yaitu fungsi yang digunakan sebagai alat untuk mengatur masyarakat, baik dibidang ekonomi, sosial maupun politik dengan tujuan tertentu".

Sedangkan fungsi *regulerend* yang dikemukakan oleh Mardiasmo (2009:30) adalah sebagai berikut :

> "Fungsi *regulerend* juga disebut fungsi tambahan, karena fungsi *regulerend* ini hanya sebagai tambahan atas fungsi utama pajak yaitu fungsi *budgetair*".

Pajak digunakan sebagai alat untuk mengatur dan mengarahkan masyarakat ke arah yang dikehendaki oleh pemerintah. Oleh karena itu fungsi mengatur sangat erat hubungannya dengan pemerintah untuk mengatur penerimaan pajaknya agar dapat digunakan secara efisien untuk menciptakan kesejahteraan masyarakat.

2.1.2.1 Pengertian Reklame

Dengan ditetapkannya Peraturan Pemerintah nomor 65 Tahun 2001 tentang Pajak Daerah telah memberikan nuansa baru dimana sebagai salah satu upaya untuk mewujudkan otonomi daerah yang luas, nyata dan bertanggungjawab, pembiayaan pemerintahan dan pembangunan yang berasal dari pendapatan asli daerah khususnya yang bersumber dari Pajak Reklame.

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 08 Tahun 2003 Pasal 1 point I (2003:6) pengertian Reklame adalah :

> " Benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersil, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa atau orang, maupun untuk menarik perhatian umum kepada 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 "

Berdasarkan uraian diatas tidak semua reklame bisa dipergunakan untuk memperkenalkan bahkan untuk menarik perhatian umum seperti yang dilakukan oleh Pemerintah.

2.1.2.2 Pajak Reklame

Pajak Reklame merupakan bagian atau unit dari Pajak Kabupaten / Kota yang merupakan salah satu dari hasil dari Pajak Daerah.

Pajak reklame biasanya dipasang di setiap jalan adapula yang melalui selebaran, stiker ataupun yang lainnya. Setiap pemasangan harus izin terlebih dahulu kepada pihak yang bersangkutan.

Menurut Marihot P.Siahaan (2005:323) menyatakan bahwa :

" Pengertian Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan Reklame "

Berdasarkan uraian diatas, pajak reklame merupakan pajak atas penyelenggaraan reklame yang dipungut berdasarkan Undang-undang yang berlaku.

2.1.2.3 Objek, Subjek dan Wajib Pajak Reklame

Objek dan Subjek Pajak Reklame merupakan salah satu hal yang penting dalam penyelenggaraan reklame, menurut Marihot P.Siahaan menyatakan bahwa:

1. Objek Pajak Reklame

Menurut Marihot P.Siahaan (2005:325) menyatakan bahwa :

> " Yang menjadi objek pajak reklame adalah semua penyelenggara reklame, penyelenggaraan reklame dapat dilakukan oleh penyelenggara reklame atau perusahaan jasa periklanan yang terdaftar pada Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten/ Kota"

Yang menjadi objek pajak reklame adalah semua penyelenggaraan reklame yang dilakukan oleh perusahaan jasa periklanan. Objek pajak reklame terdiri dari 10 macam yang berbeda-beda.

"Sebagaimana yang dimaksud diatas objek pajak reklame menurut Marihot P.Siahaan (2005:326) meliputi:

a. Reklame papan, yaitu reklame yang tebuat dari papan, kayu, termasuk seng atau bahan lain yang sejenis, dipasang atau digantungkan pada bangunan, tembok, dinding dan sebagainya baik bersinar maupun yang disinari
b. Reklame video, 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.

c. Reklame kain, yaitu reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain, termasuk kertas, plastik, karet atau bahan lain yang sejenis dengan itu.
d. Reklame melekat *(stiker)*, yaitu reklame yang berbentuklembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebarkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda dengan ketentuan luasnya tidak lebih dari 200 cm^2 per lembar.
e. Reklame selebaran, yaitu reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebarkan, diberikan atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempelkan, diletakkan, dipasang, atau digantungkan pada suatu benda lain.
f. Reklame berjalan termasuk pada kendaraan, yaitu reklame yang ditempatkan atau ditempelkan pada kendaraan yang diselenggarakan dengan menggunakan kendaraan atau dengan cara dibawa oleh orabg.
g. Reklame udara, yaitu reklame yang diselenggarakan di udara dengan menggunakan gas, laser, pesawat, atau alat lain yang sejenis.
h. Reklame Suara, yaitu reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari atau oleh perantaraan alat.
i. Reklame film / slade, yaitu reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan klise berupa kaca atau film, ataupun bahan-bahan yang sejenis, sebagai alat untuk diproyeksikan dan atau dipancarkan pada layer atau benda lain yang ada diruangan.
j. Reklame peragaan, yaitu reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara.

Ada beberapa objek pajak yang dikecualikan dalam pasal ini yaitu penyelenggaran Reklame melalui internet, televisi, radio, warta harian,warta mingguan, warta bulanan, dan Reklame yang diadakan khusus untuk kegiatan social, pendidikan keagamaan, dan politik tanpa sponsor.

2. Subjek Pajak Reklame

Subjek Pajak Reklame tercantum pada Pasal 3 dalam Peraturan Daerah Nomor 08 Tahun 2003 (2003:10) yaitu :

” Subjek Pajak adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan atau melakukan pemesanan reklame”

Jadi setiap orang pribadi atau badan yang akan menyelenggarakan atau melakukan pemesanan reklame disebut sebagai subjek pajak reklame.

3. Wajib Pajak Reklame

Wajib pajak reklame menurut Marihot P. Siahaan (2003:10) yaitu:

> " 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 rekalme adalah orang pribadi atau badan tersebut."

Apabila penyelenggaraan reklame dilaksanakan melalui pihak ketiga, misalnya perusahaan jasa periklanan, pihak ketiga tersebut menjadi wajib Pajak Reklame. Dalam menjalankan kewajiban perpajakannya, wajib pajak dapat diwakili oleh pihak tertentu yang diperkenankan oleh Undang-undang dan peraturan daerah tentang pajak reklame. Wakil wajib pajak bertanggung jawab secara pribadi dan atau secara tanggung renteng atas pembayaran pajak terutang. Selain itu, wajib pajak dapat menunjuk seorang kuasa dengan surat kuasa khusus untuk menjalankan hak dan kewajiban perpajakannya.

2.1.2.4 Dasar Pengenaan,Tarif dan Perhitungan Pajak Reklame

Dalam pajak reklame ada hal-hal yang perlu diperhatikan diantaranya Dasar-dasar Pengenaan, Tarif dan Cara Perhitungan :

1. Dasar Pengenaan Pajak Reklame

Dasar pengenaan pajak reklame adalah nilai sewa reklame (NSR), yaitu nilai yang ditetapkan sebagai dasar perhitungan penetapan besarnya Pajak Reklame. NSR diperhitungkan dengan memerhatikan lokasi penempatan, jenis, jangka waktu penyelenggaraan, dan ukuran media reklame. NSR dapat dihitung berdasarkan :

a. Besarnya biaya pemasangan reklame
b. Besarnya biaya pemeliharaan reklame
c. Lama pemasangan reklame
d. Jenis reklame

Cara perhitungan NSR ditetapkan dengan peraturan daerah. Umumnya peraturan daerah akan menetapkan bahwa NSR ditetapkan oleh bupati/walikota dengan persetujuan DPRD kabupaten/kota yang bersangkutan dengan berpedoman pada Keputusan Menteri Dalam Negeri. Hasil perhitungan NSR ditetapkan dengan keputusan bupati/walikota. Nilai Sewa Reklame dihitung dengan rumus :

$$\text{Nilai Sewa Reklame} = \frac{\text{Nilai Objek Reklame (NJOR)} + \text{Nilai}}{\text{Strategi Pemasangan Reklame}}$$

Nilai Jual Objek Reklame (NJOR) adalah keseluruhan pembayaran / pengeluaran yang dikeluarkan oleh pemilik dan atau penyelenggara reklame, termasuk dalam hal ini adalah biaya / harga beli bahan reklame, konstruksi, instalasi listrik, pembayaran/ongkos perakitan, pemancaran, peragaan, penayangan,

pengecatan, pemasangan dan transportasi pengangkutan dan lain sebagainya sampai dengan bangunan reklame selesai dipancarkan, diperagakan, ditayangkan dan atau terpasang di tempat yang telah diizinkan.

Perhitungan NJOR didasarkan pada besarnya komponen biaya penyelenggaraan reklame, yang meliputi indikator :

a. Biaya pembuatan/konstruksi
b. Biaya pemeliharaan
c. Lama pemasangan
d. Jenis reklame
e. Luas bidang reklame
f. Ketinggian reklame

Besarnya NJOR dihitung dengan rumus :

$$\text{NJOR} = \frac{\text{(Ukuran Reklame x Harga Dasar Ukuran Reklame) +}}{\text{(Ketinggian Reklame x Harga Dasar Ketinggian Reklame)}}$$

Nilai Strategis Pemasangan Reklame yang selanjutnya disingkat (NSPR) adalah ukuran nilai yang ditetapkan pada titik lokasi pemasangan reklame tersebut, berdasarkan criteria kepadatan pemanfaatan tata ruang kota untuk berbagai aspek kegiatan di bidang usaha. Perhitungan nilai strategis didasarkan pada besarnya ukuran reklame, dengan indicator : nilai fungsi ruang (NFR) lokasi pemasangan;nilai fungsi

jalan (NFJ); dan nilai sudut pandang (NSP). Besarnya NSPR dihitung dengan rumus sebagai berikut:

NSPR = (NFR + NSP + NFJ) x Harga Dasar Nilai Strategis

$$\text{NSPR} = \frac{[\{\text{Fungsi Ruang (=Bobot x skor)}\} + \{\text{Fungsi Jalan (=Bobot x skor)}\}}{\{\text{sudut pandang (=Bobot x skor)}\}] \text{ x Harga Dasar Nilai Strategis}}$$

Untuk menghitung luas reklame sebagai dasar pengenaan pajak dilakukan dengan cara sebagai berikut :

a. Reklame yang mempunyai bingkai atau batas, dihitung dari bingkai atau batas paling luar dimana seluruh gambar, kalimat atau huruf-huruf tersebut berada didalamnya.
b. Reklame yang tidak berbentuk persegi dan tidak berbingkai, dihitung dari gambar, kalimat atau huruf-huruf yang paling luar dengan jalan menarik garis lurus vertical dan horizontal, sehingga merupakan empat persegi.
c. Reklame yang berbentuk pola, dihitung dengan rumus berdasarkan bentuk benda masing-masing reklame.

2. Tarif Pajak Reklame

Pajak Reklame memiliki tarif yang telah ditetapkan oleh Pemerintah. Berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 08 Tahun 2003 Pasal 7 (2003:11) bahwa :

" Tarif pajak reklame telah ditetapkan sebesar 25%"

Untuk semua objek pajak yang mempromosikan rokok, minuman beralkohol sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku, dikenakan tambahan sebesar 25% dari Nilai Sewa Reklame.

3. Perhitungan Pajak Reklame

Besarnya pokok Pajak Reklame yang terutang dihitung dengan cara mengalikan tarif pajak denagn dasar pengenaan pajak. Secara umum perhitungan Pajak Reklame adalah sesuai dengan rumus berikut :

$$\text{Pajak Terutang} = \frac{\text{Tarif Pajak x Dasar Pengenaan Pajak}}{\text{Tarif Pajak x Nilai Sewa Reklame}}$$

Adapun untuk mengetahui besarnya nilai pajak reklame pada tahun berjalan adalah berdasarkan pada nilai realisasi pajak reklamenya, yaitu :

Penerimaan pajak = Realisasi pajak

2.1.2.5 Dasar Hukum Pemungutan Pajak Reklame

Pemungutan pajak reklame di Indonesia saat ini didasarkan pada dasar hokum yang jelas dan kuat sehingga harus dipatuhi oleh masyarakat dan pihak terkait. Dasar hukum pemungutan pajak reklame pada suatu kabupaten/kota menurut Marihot P.Siahaan (2005:325) adalah :

"Dasar pemungutan Pajak Reklame"

a. Undang-undang Nomor 34 Tahun 2000 yang merupakan perubahan atas Undang-undang Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
b. Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 tentang Pajak Daerah
c. Peraturan Daerah kabupaten/ kota yang mengatur tentang Pajak Reklame.
d. Keputusan bupati/walikota yang mengatur tentang Pajak Reklame sebagai aturan pelaksanaan peraturan daerah tentang Pajak Reklame pada kabupaten/kota dimaksud."

2.1.3 Pendapatan Asli Daerah

Menurut Peraturan Daerah No. 08 Tahun 2003 Pendapatan Asli Daerah yaitu :

"Pendapatan yang diperoleh dari sumber-sumber pendapatan daerah dan dikelola sendiri oleh pemerintah."

Dalam melaksanakan Otonomi Daerah yang nyata, dinamis dan bertanggug jawab dengan titik berat otonomi diletakkan kepada daerah Kabupaten/Kota, maka diperlukan sumber-sumber PAD, agar Pemerintah Daerah dapat menyelenggarakan pemerintahan dan pembangunan dengan kemampuan daerah sendiri. Namun tidak semua sumber-sumber dapat dibagikan kepada daerah. Oleh karena itu kepada daerah diwajibkan menggali sumber-sumber keuangannya sendiri berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, bahwa Pemerintah Kota Bandung diberi kewenangan dalam mengelola Pendapatan Asli Daerah guna membiayai lancarnya pemerintahan dan pembangunan Kota Bandung. Untuk lebih jelasnya tentang Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung.

Penerimanyang diperoleh Pendapatan Asli Daerah dari sumber-sumber dalam wilayahnya sendiri yang dipungut berdasarkan peraturan perundang-undangan, terdiri dari :

I. Pajak Daerah

1. Pajak Hotel (Peraturan Kota Bandung No. 02 Tahun 2003 tentang Pajak Hotel).
   - Obyek pajak adalah pelayanan yang disediakan hotel dengan pembayaran kepada hotel.
   - Subyek pajak adalah orang pribadi atau badan yang melakukan pembayaran kepada hotel.
   - Wajib pajak adalah pengusaha hotel.
   - Tarif pajak ditetapkan sebesar 10% (sepuluh persen) dari jumlah pembayaran kepada hotel.
2. Pajak Restoran (Peraturan Daerah Kota Bandung No. 03 Tahun 2003 tentang Pajak Restoran).
   - Obyek pajak adalah pelayanan yang disediakan restoran dengan pebayaran kepada restoran.
   - Subyek pajak adalah orang pribadi atau badan yang melakukan pembayaran kepada restoran.
   - Wajib pajak adalah pengusaha restoran.
   - Tarif pajak ditetapkan sebesar 10% (sepuluh persen) dari jumlah pembayaran kepada restoran.

3. Pajak Hiburan (Peraturan Daerah Kota Bandung No. 11 Tahun 2000 tentang Pajak Hiburan).
   - Obyek pajak adalah semua jenis pertunjukkan, permainan, permainan ketangkasan dan/atau keramaian dengan nama dan bentuk apapun yang ditonton atau dinikmati oleh setiap orang dengan dipungut bayaran tidak termasuk fasilitas berolahraga yang antara lain berikut tarifnya :
     1 Pertunjukkan film di bioskop :
       - Golongan A II utama sebesar 12,5%
       - Golongan A II sebesar 10%
       - Golongan A I sebesar 10%
       - Golongan B II sebesar 7,5%
       - Golongan B I sebesar 7,5%
       - Golongan C sebesar 5%
       - Golongan D sebesar 5%
       - Jenis keliling sebesar 5%

     2. pertunjukkan kesenian dan sejenisnya seperti kesenian tradisonal, pertunjukkan sirkus, pameran seni, pameran busana, kontes kecantikan sebesar 10%
       - Pertunjukkan/pergelaran musik dan tari sebesar 25%
       - Diskotik, bar, karaoke, pub, klub malam sebesar 30%
       - Permainan bilyar sebesar 10%
       - Permainan ketangkasan dan sejenisnya :

- Dewasa sebesar 25%
- Anak-anak sebesar 10%

- Panti pijat sebesar 25%
- Mandi uap dan sejenisnya sebesar 25%
- Pertandingan olahraga sebesar 12,5%
- Permainan bowling sebesar 15%
- Tempat termasuk di dalamnya kolam renang sebesar 10%
- Jasa pemandu lagu sebesar 30%

4. Pajak Penerangan Jalan (Peraturan Daerah Kota Bandung No. 28 Tahun 2002 tentang Pajak Penerangan Jalan).
   - Obyek pajak adalah setiap penggunaan tenaga listrik di daerah yang tersedia penerangan jalan yang rekeningnya dibayar oleh Pemerintah Daerah.
   - Subyek pajak adalah orang atau badan yang menggunakan tenaga listrik baik yang berasal dari PLN maupun yang bukan berasal dari PLN.
   - Tarif pajak ditetapkan sebagai berikut :
     a. Penggunaan tenaga listrik yang berasal dari PLN untuk golongan S3 sebesar 3%
     b. Penggunaan tenaga listrik yang berasal dari PLN untuk golongan R1 dengan daya 900 VA ke atas serta golongan R2 dan R3 sebesar 6%
     c. Penggunaan tenaga listrik yang berasal dari PLN untuk golongan B1 sampai dengan B2 sebesar 6%

d. Penggunaan tenaga listrik yang berasal dari PLN untuk golongan B3 sebesar 8%
e. Penggunaan tenaga listrik yang berasal dari PLN untuk golongan I.1 sebesar 8,3%
f. Penggunaan tenaga listrik yang berasal dari PLN untyk golongan I.2 sampai dengan I.4 sebesar 10%
g. Penggunaan tenaga listrik yang berasal dari bukan PLN sebesar 9%

5. Pajak Parkir (Peraturan Daerah Kota Bandung No. 05 Tahun 2004 tentang Pajak Parkir)
   - Obyek pajak adalah penyelenggaraan tempat parkir di luar badan jalan, baik yang disediakan berkaitan dengan pokok usaha maupun yang disediakan sebagai suatu usaha, termasuk penyediaan tempat penitipan kendaraan bermotor dan garasi kendaraan bermotor yang memungut bayaran.
   - Subyek pajak adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan tempat perpakiran (swasta).
   - Tarif Pajak Parkir ditetapkan sebesar 20% (duapuluh persen)
6. Pajak Reklame (Peraturan Daerah Kota Bandung No. 08 Tahun 2003 tentang Pajak Reklame).
   - Obyek pajak meliputi :
     a. Reklame papan/biliboard
     b. Reklame kain

c. Reklame melekat

d. Reklame selebaran

e. Reklame berjalan/kendaraan

f. Reklame udara

g. Reklame suara

h. Reklame film/slide

i. Reklame pernyataan

- Obyek pajak yang dikecualikan meliputi : Reklame internet, TV, Radio, Warta Harian (bulanan) dan atau mingguan.
- Reklame khusus untuk kegiatan : sosial, pendidikan dan keagamaan politik.
- Subyek pajak adalah orang pribadi atau badan yang meneyelenggarakan atau melakukan pemesanan reklame.
- Tarif Pajak Reklame sebesar 25%.

II. Retribusi Daerah

Iuran yang dilakukan oleh pribadi atau badan kepada daerah dengan imbalan langsung dan tidak dipaksakan dan digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah, dibagi ke dalam 3 jenis, yaitu :

1. Retribusi Jasa Umum

   Jasa yang disediakan atau diberikan oleh Pemerintah Daerah untuk tujuan kepentingan dan kemanfaatan umum nserta dapat dinikmati oleh pribadi atau badan, terdiri dari :

- Retribusi Pelayanan Kesehatan
- Retribusi Pelayanan Sampah/Kenersihan
- Retribusi Kartu Penduduk/KK
- Retribusi Akte-akte Catatan Sipil
- Retribusi Pelayanan Pemakaman
- Retribusi Parkir di tepi jalan umum
- Retribusi Pasar
- Retribusi Pemeriksaan Alat Pemadam
- Retribusi Jasa Usaha terminal (Dishub)
- Retribusi Pelayanan Ketenaga Kerjaan
- Retribusi Pelayanan Pertanian
- Retribusi Pengairan

2. Retribusi Jasa Usaha
    - Retribusi Kekayaan Daerah
    - Retribui Alat Berat dan Dump Truk
    - Retribusi Sewa Laboratorium (Bina Marga)
    - Retribusi Tempat Rekreasi/Tirta Lega (Distan)
    - Retribusi Jasa Penyedotan Kakus
    - Retribusi Jasa Usaha Rumah Potong Hewan
    - Retribusi Tempat Rekreasi/Olahraga
3. Retribusi Perjanjian Tertentu
    - Retribusi Bidang Perhubungan

- Retribusi Sewa Tanah/Bangunan
- Retribusi Jalan Masuk/Trotoar
- Retribusi Izin Mendirikan Bangunan
- Retribusi Izin Gangguan (KPMD)
- Retribusi Izin Trayek (Dishub)
- Retribusi Peruntukan Pengunaan Tanah (DTK)
- Retribusi Izin Usaha Industri/Perdagangan
- Retribusi Pembinaan/Promosi Pariwisata
- Retribusi SIUJK

III. Pengelola Kekayaan Daerah Lainnya Yang Dipisahkan.

IV. Lain-lain Pendapatan Daerah Yang Sah.

Adapun untuk mengetahui sumber-sumber penerimaan Pendapatan Asli Daerah, yaitu :

Pendapatan Asli Daerah = Penerimaan Pajak daerah + Penerimaan Retribusi Daerah + Penerimaan Lain-lain(seperti:Pajak Hotel+Pajak Restoran+Pajak Hiburan+Pajak Penerangan Jalan+Pajak Parkir+Pajak

2.1.3.1 Pajak Daerah Berdasarkan Undang-undang Nomor 34 Tahun 2000

Pajak daerah di Indonesia berdasarkan Undang-undang Nomor 34 Tahun 2000 terbagi menjadi dua, yaitu pajak provinsi dan pajak kabupaten / kota. Pembagian ini dilakukan sesuai dengan kewenangan pengenaan dan pemungutan

masing-masing jenis pajak daerah pada wilayah administrasi provinsi atau kabupaten / kota yang bersangkutan.

Berdasarkan Undang-undang Nomor 34 Tahun 2000, ditetapkan sebelas jenis pajak daerah, yaitu empat jenis pajak provinsi dan tujuh jenis pajak kabupaten / kota seperti yang ditulis oleh Marihot P. Siahaan yaitu:

1. "Pajak Provinsi terdiri dari :
   a. Pajak Kendaraan Bermotor dan Kendaraan di Atas Air
   b. Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor dan Kendaraan di Atas Air
   c. Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor
   d. Pajak Pengambilan dan Pemanfaatan Air Bawah Tanah dan Air Permukaan
2. Pajak Kabupaten / Kota terdiri dari:
   a. Pajak Hotel
   b. Pajak Restoran
   c. Pajak Hiburan
   d. Pajak Reklame
   e. Pajak Penerang Jalan
   f. Pajak Pengambilan Bahan Galian Golongan C
   g. Pajak Parkir.

Jenis-jenis pajak provinsi ditetapkan sebanyak empat jenis pajak. Walaupun demikian, daerah provinsi dapat tidak memungut salah satu atau beberapa jenis pajak yang telah ditetapkan, apabila potensi pajak di daerah tersebut dipandang kurang memadai. Khusus untuk daerah yang setingkat dengan daerah provinsi, tetapi tidak terbagi dalam daerah kabupaten / kota, seperti Daerah Khusus Ibukota Jakarta, jenis pajak yang dapat dipungut merupakan gabungan dari pajak untuk daerah provinsi dan pajak untuk daerah kabupaten / kota.

2.1.3.2 Dasar Hukum Pajak Daerah

Dewasa ini yang menjadi dasar hukum pemungutan pajak daerah di Indonesia menurut Marihot P. Siahaan yaitu :

a. "Undang-undang Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, yang diundangkan di Jakarta dan mulai berlaku pada tanggal diundangkan, yaitu 23 Mei 1997
b. Undang-undang Nomor 34 Tahun 2000 tentang Perubahan Undang-undang Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, yang diundangkan di Jakarta dan mulai berlaku pada tanggal diundangkan yaitu 20 Desember 2000
c. Peraturan Daerah Nomor 19 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah, yang diundangkan di Jakarta dan mulai berlaku pada tanggal diundangkan yaitu 4 Juli 1997
d. Peraturan Pemerintah Nomor 20 Tahun 1997 tentang retribusi Daerah, yang diundangkan di Jakarta dan mulai berlaku pada tanggal diundangkan yaitu 4 Jili 1997
e. Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 tentang Pajak Daerah, yang diundangkan di Jakarta dan mulai berlaku pada tanggal diundangkan yaitu 13 September 2001
f. Peraturan Pemerintah Nomor 66 Tahun 2001 tentang Retribusi Daerah, yang diundangkan di Jakarta dan mulai berlaku pada tanggal diundangkan yaitu 13 September 2001
g. Keputusan Presiden, Keputusan Menteri Dalam Negeri, Keputusan Menteri Keuangan, peraturan daerah provinsi dan peraturan daerah kabupaten/kota di bidang pajak daerah.
h. Keputusan Presiden, Keputusan Menteri Dalam Negeri, Keputusan Menteri Keuangan, peraturan daerah provinsi dan peraturan daerah kabupaten/kota di bidang retribusi daerah."

Menurut Tjip Ismail (2008:187) menyatakan bahwa :

"Pajak Reklame merupakan pajak terfavorit pemerintah daerah karena penerimaan dari pajak ini cukup besar"

Menurut Marihot P. Siahaan (2005:10) menyatakan bahwa :

" Pajak Daerah merupakan pajak yang ditetapkan oleh pemerintah daerah dengan peraturan daerah (Perda), yang wewenang pemungutannya

> dilaksanakan oleh Pemerintah Daerah dan hasilnya digunakan untuk membiayai penegluaran pemerintah daerah dalam melaksanakan penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan di daerah."

Karena pemerintah daerah di Indonesia terbagi menjadi dua, yaitu pemerintah provinsi dan pemerintah kabupaten / kota, yang diberi kewenangan untuk melaksanakan otonomi daerah, pajak daerah di Indonesia dewasa ini juga dibagi menjadi dua, yaitu pajak provinsi dan pajak kabupaten / kota.

2.1.4 Keterkaitan Antara Variabel

2.1.4.1 Keterkaitan antara Faktor Manajerial dengan Pendapatan Asli daerah

Menurut Hermaningsih Tahun 2008 dalam rangka mewujudkan kinerja Pemerintah Daerah secara menyeluruh dibutuhkan faktor manajerial. Dengan adanya faktor manajerial yang baik maka Pemerintah Daerah senantiasa akan meningkatkan realisasinya yaitu dari sumber-sumber penerimaan Pendapatan Asli Daerah. Faktor manajerial ini yang memungkinkan tercapainya kinerja dan mekanisme penyelenggaraan Pemrintah Daerah yang efisien dan efektif khususnya pada Pendapatan Asli Daerah.

2.1.4.2 Keterkaitan Antara Penerimaan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah

Menurut Octrisky Pajak Reklame merupakan salah satu macam sumber penerimaan pada Pendapatan Asli Daerah. Hal ini terbukti selama tahun ke tahun

penerimaan Pajak Reklame mengalami peningkatan. Penerimaan Pajak Reklame dan Pendapatan Asli Daerah di atas rata-rata terjadi pada setiap bulan Desember, hal ini disebabkan karena pada akhir tahun lah biasanya para WP memilki likuiditas untuk melunasi pajaknya dan di sisi lain para pengutip pajak juga dituntut untuk dapat memenuhi target penerimaan pajak untuk tahun yang bersangkutan.

2.2 Kerangka Pemikiran

Badan Usaha Milik Negara/Daerah di Indonesia selama ini disadari masih banyak kelemahan, baik dalam pengelolaan manajemen maupun kinerja keuangan. Salah satunya disebabkan oleh fungsi social yang lebih dominan dibanding pemupukan keuntungan. Akibatnya terjadilah dualism kepentingan dalam pengambilan keputusan manajemen. Untuk itu dipandang perlu adanya program restrukturisasi perusahaan, baik dengan memanfaatkan metode privatisasi, atau sebagaimana yang diatur dalam keputusan Mentri Keuangan No. 740/KMK.00/1989. Hal ini dimaksudkan untuk menghilangkan batasan birokrasi dalam perusahaan, sehingga dapat memacu kreativitasnya untuk mewujudkan efisiensi dan produktifitas secara optimal (Sedarmayanti, 1998).

Perusahaan daerah di Indonesia didirikan dengan tujuan untuk menciptakan lapangan kerja, memberikan pelayanan kepada masyarakat dan sebagai salah satu sumber penghasilan pemerintah daerah.

Keputusan dan tindakan strategis tersebut menurut Jauch dan Gluech (1996) adalah “keputusan yang mencakup ruang lingkup bisnis, produk dan pasar yang akan

dilayani, fungsi yang harus dilaksanakan dan kbijakan yang diperlukan untuk melaksanakan keputusan tersebut"

Didalam suatu negara terdapat sebuah penerimaan yang salah satu sumber pemasukannya dari pajak. Pentingnya pajak didalam suatu perusahaan atau instansi, karena pajak merupakan suatu sumber penerimaan bagi negara. Dari pemasukan pajak bagi instansi pemerintah dalam bidang perpajakan dapat optimal sesuai dengan yang telah ditetapkan, karena pajak itu sangat berpengaruh bagi pembangunan nasional yang dilakukan tahap demi tahap yang bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat baik spiritual maupun material sesuai dengan Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945. oleh sebab itu, tanpa adanya biaya yang memadai untuk melaksanakan pembangunan, dimana pembiayaan pembangunan di negara kita sebagian besar berasal dari penerimaan pajak, maka baik pemerintah dan masyarakat harus bersama-sama menegakkan kesadaran bahwa pentingnya membayar pajak.

Pengertian pajak menurut P. J. A. Andiani yang telah diterjemahkan oleh R. Santoso Brotodiharjo yang ditulis oleh Waluyo dan Wirawan B. Ilyas (2003:4) menyatakan bahwa:

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

Berdasarkan definisi diatas dapat diambil kesimpulan bahwa pemungutan pajak adalah wujud nyata dari Wajib Pajak dalam melaksanakan kewajiban

perpajakan yang digunakan untuk pembiayaan negara dan pembangunan nasional menurut peraturan-peraturan yang ada.

Menurut Marihot P.Siahaan dalam buku Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (2003:6) pengertian Reklame adalah :

> " Benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersil, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa atau orang, maupun untuk menarik perhatian umum kepada 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 "

Berdasarkan uraian diatas tidak semua reklame bisa dipergunakan untuk memperkenalkan bahkan untuk menarik perhatian umum seperti yang dilakukan oleh Pemerintah.

Berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 08 Tahun 2003 Pasal 1 point H (2003:6) menyatakan bahwa :

" Pengertian Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan Reklame."

Berdasarkan uraian diatas, pajak reklame merupakan pajak atas penyelenggaraan reklame yang dipungut berdasarkan Undang-undang yang berlaku

Berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 08 Tahun 2003 Pasal 1 Point G (2003:6) menyatakan bahwa :

> " Pajak Daerah adalah iuran wajib yang dilakukan oleh daerah kepada orang pribadi atau badan tanpa imbalan langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan Pemerintah Daerah dan pembangunan Daerah "

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pajak daerah merupakan pajak yang dipungut oleh Pemerintah Daerah berdasarkan peraturan pajak yang ditetapkan oleh daerah untuk kepentingan pembiayaan rumah tangga Pemerintah Daerah tersebut Penyelenggaraan Pemerintah Daerah dan Pembangunan Daerah dibagi menjadi dua kewenangan yaitu Pajak Provinsi dan Pajak Kabupaten / Kota.

Dalam penelitian ini penulis akan meneliti mengenai pajak reklame dan pajak daerah. Setiap tahunnya pendapatan itu mengalami naik turun terkadang tidak sesuai dengan target yang telah ditetapkan. Pajak Reklame dan Pajak daerah dapat dihitung persentasenya. Persentase pajak reklame yaitu proses penghitungan untuk mengetahui berapa besar persentase pajak reklame setiap tahun dimulai dari tahun 2004 – 2008, persentase pajak reklame dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Persentase Pajak Reklame} = \frac{Nt - No}{No} \text{ X } 100\ \%$$

Keterangan :

Nt = Realisasi Pajak Reklame tahun ini

No = Realisasi Pajak Reklame tahun kemarin

Sedangkan persentase pajak daerah yaitu proses penghitungan untuk mengetahui berapa besar persentase pajak daerah setiap tahun dimulai dari tahun 2004-2008, rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$\text{Persentase Pajak Daerah} = \frac{Nt - No}{No} \text{ X } 100\ \%$$

Keterangan :

Nt = Realisasi Pajak Daerah tahun ini

No = Realisasi Pajak Daerah tahun kemarin

Perhitungan pajak reklame dapat dilakukan berdasarkan rumus yang telah ditentukan. Kemudian jumlah realisasi pajak reklame dan pajak daerah dapat dihitung dengan cara seperti rumus diatas dan hasilnya akhirnya berupa persentase.

Setelah menguraikan rumus atau perhitungan persentase pajak reklame dan pajak daerah, terdapat pula jurnal penelitian. Jurnal penelitian adalah judul atau hasil penelitian milik orang lain yang serupa dengan judul penelitian penulis. Adapun jurnal yang penulis tampilkan yaitu jurnal yang ditulis oleh Umi Narimawati dan Hasbullah dengan judul Analisis Faktor-faktor Manajerial yang Berpengaruh Terhadap Kinerja Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM)P di Kalimantan Selatan, jurnal yang ditulis oleh Nurmayasari dengan judul Analisis Penerimaan Pajak Reklame di Kota Semarang pada tahun 2010 dan jurnal yang ditulis oleh Amri Siregar dengan judul Analisis Tingkat Efektifitas pajak Retribusi Daerah sebagai Pendapatan Asli Daerah (PAD) Sumatra Utara pada tahun 2009. Berikut jurnal penelitian dalam bentuk tabel.2.1

Tabel 2.1

Jurnal Penelitian

No	Jurnal Penelitian Dan Penulis	Hasil Penelitian	Kesamaan Judul	Perbedaan Judul
1	Analisis faktor-faktor manajerial yang berpengaruh terhadap kinerja perusahaan daerah air minum (PDAM) di Kalimantan selatan. (Umi Narimawati dan Hasbullah Hasan)	Penelitian ini memfokuskan pada manajemen strategis dan manajemen keuangan, terutama pada faktor-faktor manajerial dan berpengaruh pada kinerja perusahaan. Dalam memecahkan permasalahan tersebut, yang penelitian dilakukan pada 10 PDAM di Kalimantan Selatan.	Pada penelitian ini sama-sama meneliti tentang faktor manajerial.	Perbedaannya yaitu pada jurnal lebih memfokuskan pada manjemen kinerja perusahaan
2	Pengaruh Partisipasi Dalam Penganggaran dan Peran Manajerial Pengelolaan Keuangan Daerah terhadap Kinerja Pemerintah Daerah (Hermaningsih,2009)	Penelitian ini bertujuan bahwa partisipasi dalam penggaran dan peran manajerial pengelola keuangan daerah berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pemerintah daerah.	Pada penelitian ini sama-sama meneliti tentang manajerial.	Perbedaannya yaitu tidak menganalisis penganggaran dan pengelolaan keuangan.
3	Analisis Penerimaan Pajak Reklame di Kota Semarang (Nurmayasari, Tahun 2010)	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisi pengaruh jumalah penduduk, jumlah industri, dan produk domestik regional bruto perkapita terhadap penerimaan pajak reklame di kota Semarang. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan	Kesamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama meneliti penerimaan pajak	Perbedaannya yaitu pada periode penelitian, juga dalam penelitian pajak

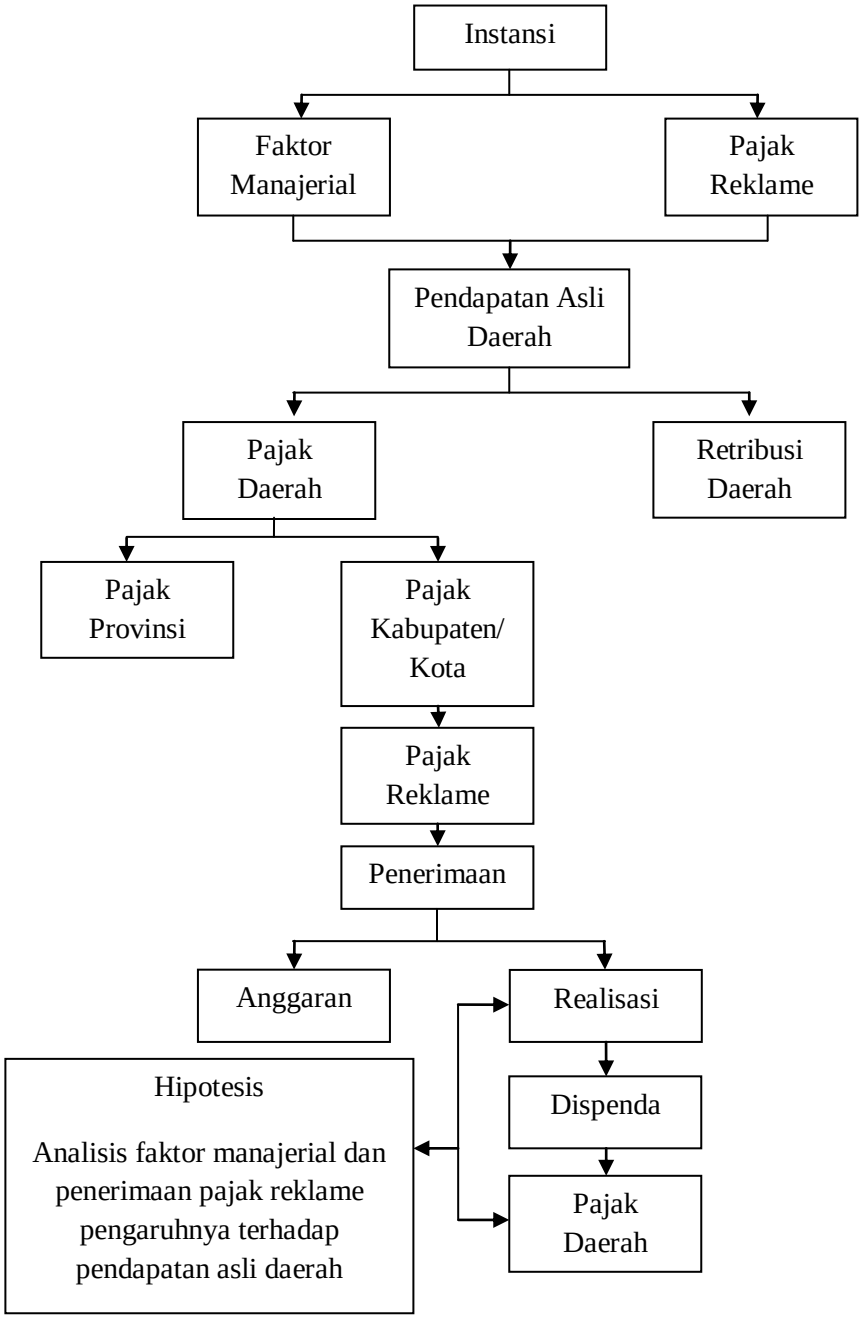
		manfaat dan masukan bagi pemerintah daerah kota Semarang, khususnya dinas pengelolaan keuangan daerah. Model regresi yang digunakan adalah regresi linear beganda (multiple linier regression method) dengan metode kuadrat terkecil atau ordinary least square (OLS). Hasil uji secara simultan menunjukkan bahwa secara keseluruhan variabel independen (jumlah penduduk, jumlah industri, dan PDRB perkapita) secara bersama-sama dapat menunjukkan pengaruhnya terhadap penerimaan pajak reklame.	reklame	daerahnya
4	Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame dan Penerangan Jalan Terhadap Pendapatan Asli Daerah Pada Pemerintahan Kabupaten Rokan Hilir-Riau (Helvianti,2009)	Penelitian ini bertujuan mengetahui seberapa besar kontribusi pajak reklame dan pajak penerangan jalan terhadap pendapatan asli daerah. Variabel independen yang dgunakan dalam penelitian ini adalah pajak reklame dan pajak penerangan jalan, variabel dependen yang digunakan adalah pendapatan asli daerah (PAD)	Kesamaan penlitian ini adalah sama-sama meneliti penerimaan pajak reklame pada dinas pendapatan	Perbedaannya yaitu tidak meneliti pajak penerangan jalan

5	Analisis Tingkat Efektifitas pajak Retribusi Daerah sebagai Pendapatan Asli Daerah (PAD) Sumatra Utara (Amri Siregar, Tahun 2009)	Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana besar kontribusi dan efektifitas pajak dan retribusi daerah sebagai pendapatan asli daerah (PAD) Sumatra Utara, dan mengetahui bagaimana pengaruh beberapa faktor terhadap PAD Sumatra Utara . untuk memperoleh hasilnya, maka diteliti beberapa variabel yaitu PAD, jumlah penerimaan pajak dan retribusi daerah, realisasi penerimaan pajak dan retribusi daerah, target penerimaan pajak dan retribusi daerah, pendapatan domestik regional bruto (PDRB), dan penanaman modal dalam negeri (PMDN). Sedangkan data variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dengan kurun waktu 1998-2007.	Kesamaan dari penelitian ini yaitu meneliti berapa besar efektifitas pajak dan retribusi daerah sebagai pendapatan asli daerah (PAD)	Perbedaannya terletak pada persentase peningkatan pajak reklame

Untuk judul yang pertama yaitu Analisis Faktor-faktor Manajerial yang Berpengaruh Terhadap Kinerja Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM)P di Kalimantan Selatan yang ditulis oleh Umi Narimawati dan Hasbullah yaitu sama-sama meneliti tentang faktor-faktor manajerial, yang kedua Pengaruh Partisipasi Dalam Penganggaran dan Peran Manajerial Pengelolaan Keuangan Daerah Terahadap Kinerja Pemerintah Daerah yang ditulis oleh Hermaningsih pada tahun 2009 yaitu sama-sama meneliti tentang manajerial, yang ketiga Analisis Penerimaan Pajak

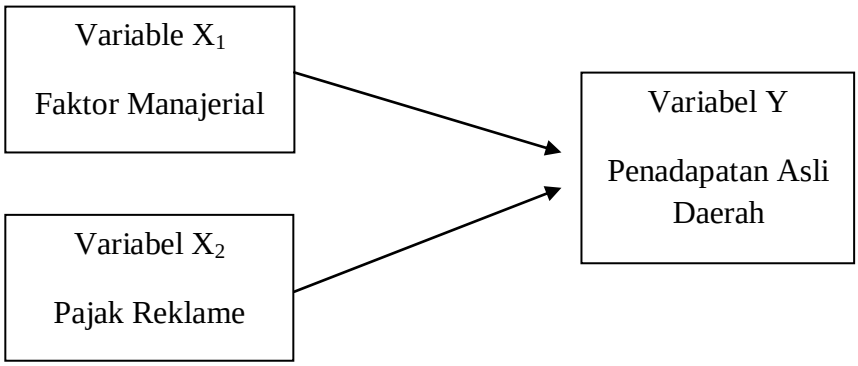
Reklame di Kota Semarang pada tahun 2010 yang ditulis oleh Nurmayasari kesamaannya yaitu sama-sama meneliti penerimaan pajak reklame, penelitian ini tidak begitu jelas karena tidak diuraikan apa saja yang diteliti yang dijelaskan dalam penelitian ini hanya periode penelitian, metode yang digunakan yaitu Metode kuadrat terkecil atau ordinary least square (OLS) tetapi tidak diketahui hasil dari penelitian ini. Untuk perbedaannya yaitu dilihat dari tahun periode penelitian, tempat dan tidak menghitung persentase pajak reklame juga pajak daerahnya. Untuk judul yang ketempat yaitu analisis tingkat efektifitas pajak retribusi daerah sebagai pendapatan asli daerah (PAD) Sumatra Utara pada tahun 2009 kesamaannya yaitu meneliti berapa besar efektifitas pajak dan retribusi daerah sebagai pendapatan asli daerah (PAD). Untuk perbedaannya yaitu terletak pada persentase pajak reklame.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan dalam bentuk gambar kerangka pemikiran pada gambar 2.1



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian diatas dalam kerangka penelitian paradigma peelitiannya adalah sebagai berikut :



Gambar 2.2
Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis

Berdsarkan definisi diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa Dalam rangka mewujudkan kinerja pemerintahan secara menyeluruh, dibutuhkan peran manajerial pemimpin daerah khusunya pengelola keuangan yang ada di daerah. Seorang pengelola keuangan harus dapat memainkan perannya untuk dapat mewujudkan kinerjanya dalam perkembangan penggunaan reklame baik oleh perusahaan-perusahaan, sebagai promosi produk-produknya dimana penggunaan reklame ini dari tahun ke tahun mengalami perkembangan. Untuk meningkatkan realisasi pajak daerah dari pajak reklame dapat diperoleh apabila pengendalian dilaksanakan dengan baik jangan sampai ada yang sudah kadaluarsa dan pajak tidak tertagih.

Berdasarkan hal tersebut diatas, penulis melakukan penelitian pada Dinas Pendapatan Kota Bandung dengan hipotesis “Analisis Faktor Manajerial dan Penerimaan Pajak Reklame berpengaruh terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung “