

EFEKTIVITAS PAJAK REKLAME DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN ASLI DAERAH KOTA BATU

by Maria Helena Tius

Submission date: 19-Aug-2021 06:49AM (UTC-0700)

Submission ID: 1611382708

File name: AN_PENDAPATAN_ASLI_DAERAH_KOTA_BATU_-_Maria_Helena_Tius.docx.pdf (118.19K)

Word count: 1232

Character count: 7746

7
**EFEKTIVITAS PAJAK REKLAME DALAM MENINGKATKAN
PENDAPATAN ASLI DAERAH KOTA BATU**

SKRIPSI



**Oleh :
Maria Helena Tius
2017110137**

1
**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI
MALANG
2021**

RINGKASAN

Banyaknya bisnis yang ada di Kota Batu sangat membutuhkan media promosi yang digunakan oleh pebisnis salah satunya reklame, karena sebuah reklame dapat dikatakan sebagai salah satu unsur yang paling terpenting dalam memaksimalkan PAD di Kota Batu melalui pajak reklame, reklame yaitu media dalam mempromosikan sesuatu berbentuk isi tulisan yang membuat konsumen tertarik, diskon besar-besaran, dan gambar yang menarik. Adapun tujuan dari riset ini ialah untuk dapat melihat pengaruh efektivitas pajak reklame dalam memaksimalkan PAD Kota Batu. Sumber informasi serta jenis informasi yang digunakan dalam riset ini ialah data sekunder serta primer yang berupa interview, observasi dan kajian-kajian pustaka bahkan menggunakan sebuah laporan keuangan dari periode 2014-2015, variable yang digunakan dalam riset ini ialah PAD (Y) serta pajak reklame (X). Adapun teknik analisa data yang digunakan dalam riset ini ialah regresi linier sederhana. Hasil yang ditemukan dalam riset ini ialah efektivitas pajak reklame tidak dapat memberikan sebuah pengaruh yang secara signifikan terhadap PAD Kota Batu, yang mana akan dibuktikan berdasarkan nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ ($1,667 < 2,77645$) serta pada tingkat signifikan $0,05 < 0,171$), sehingga dengan kesimpulannya ialah efektivitas pajak reklame dikarenakan adanya pembatasan pemasangan reklame yang telah dibuat oleh Pemerintah Kota Batu, sesuai peraturan Wali Kota Batu No. 31 tahun 2019, tujuannya agar keindahan dan tata letak Kota Batu lebih tersusun rapi.

Kata Kunci: Pemerintah, Pajak Reklame, Pendapatan Asli Daerah

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Saat ini dunia ini tengah dihadapkan wabah yang disebabkan oleh Virus Covid-19 termasuk Negara Indonesia, efek dari virus ini menyebabkan banyak perubahan di berbagai sektor usaha, kegiatan dan pendidikan di Indonesia (Chairani, 2020). Dampak yang cukup serius menimpa Negara Indonesia disebabkan oleh *Coronavirus* yang merubah tatanan sosial, kesehatan, dan perekonomian negara. (Adiyanta, 2020) Indonesia mudah terpengaruh oleh kondisi ekonomi global menyebabkan kelesuan di bagian finansial, bahkan penurunan kondisi ini tidak bisa diprediksi.

Dalam menghadapi situasi seperti sekarang ini, peran Negara melalui pemerintah yang berlandaskan pada aturan serta sama sekali bukan berlandaskan pada kekuasaan pribadi khususnya sangat penting didalam menghadapi masa perubahan ini, kebijakan-kebijakan yang dibuat oleh pemerintah dalam mengatasi masa pandemi sekarang harus segera dilaksanakan bertujuan untuk mensejahterakan masyarakat sekaligus menjaga masyarakat dari virus pandemi pada saat sekarang ini. (Konstitusi DPR RI, 2020) Pemerintah mengeluarkan peraturan pengganti perundang-undangan Tahun 202 No 1 yang menyatakan bahwa kebijakan finansial dalam negara serta tingkat kestabilan pada finansial negara. RI dalam UU Tahun 202 No 2 yang menyatakan bahwa PP Tahun 2020 No 1 terkait dengan sebuah kebijakan finansial dalam negara serta digunakan untuk dapat mencegah wabah virus Corona yang melandai negara ini menjadi UU

(UU 2/2020). Secara yuridis, Perpu 1/2020 sudah selesai. Syafrida & Hartat, (2020) jelaskan pelayanan publik di Indonesia terganggu karena dampak dari wabaCovid-19. Untuk merealisasikan peraturan dan kinerja pemerintah dalam memberantas rantai pandemi ini diperlukan ketaatan masyarakat terhadap kebijakan yang dibuat pemerintah dan perlunya dana dalam merealisasikan kebijakan tersebut.

Dana yang didapatkan oleh pemerintah daerah dalam melaksanakan kebijakan tersebut diambil melalui pajak dari masyarakat. Begitu pula dengan Kota Batu juga disebut Kota Wisata, banyak lokasi wisata sehingga pajak yang terkumpul akan tinggi. Dalam memaksimalkan pajak yang bertujuan untuk dapat memaksimalkan pada sebuah tingkat PAD dalam pemungutan pajak serta terus menerus terhadap pajak yang ada. Pajak yang diambil dalam memberikan pemasukan kedalam anggaran dana Pemerintah Daerah, pajak tersebut nantinya akan dialokasikan oleh pemerintah untuk merealisasikan program kerja yang bertujuan untuk kesejahteraan masyarakat. Huda (2020) menjelaskan Desentralisasi pendapatan ditujukan kepada PEMDA bertujuan untuk mengambil PAD, pendapatan dari retribusi daerah, PD serta sampai dengan sistem pengelola pada kekayaan daerah bersumber dari pajak PAD yang sah.

Semua sumber PAD pajak Kota Batu ialah melalui pajak reklame, reklame yaitu media dalam mempromosikan sesuatu berbentuk isi tulisan yang membuat konsumen tertarik, diskon besar-besaran, dan gambar yang menarik. (Rizaldi, 2014) Proses promosi diperlukan media komunikasi yang dapat digunakan terus-menerus terhadap pihak konsumen, melalui media komunikasi yang tepat

konsumen akan mendapatkan informasi dari apa yang disampaikan ke seluruh konsumen. Maraknya bisnis yang dijalankan di Kota Batu ini sangat membutuhkan media promosi yang digunakan oleh pebisnis yaitu reklame.

Semakin banyaknya usaha yang berdiri di Kota Batu semakin banyak penggunaan reklame digunakan oleh pelaku usaha dalam mengenalkan produk mereka, dan hasilnya akan meningkatkan pendapatan pada kas daerah. (Rohman et al., 2020) pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah akan masuk ke dalam kas daerah yang digunakan untuk dalam anggaran pendapatan dan belanja daerah. Peningkatan pengguna reklame pasti akan diikuti dengan jumlah peningkatan target serta realisasi penerimaan pajak reklame di Kota Batu.

Semakin banyak reklame yang terpasang di jalan-jalan umum akan berdampak negatif untuk tata letak Kota Batu itu sendiri. Tujuan dari pembatasan reklame di Kota Batu adalah supaya Kota Batu lebih tertata tidak banyak reklame yang menumpuk sehingga merusak pemandangan Kota Batu. Dikutip dari berita elektronik (Suryamalang.com, 2020) Wakil Wali Kota Batu Punjul Santoso menjelaskan “Baik itu reklame milik Pemkot atau swasta, sudah terlalu banyak yang berada di jalan utama, mempengaruhi keindahan”. Meskipun memberikan batas pemasangan reklame tidak akan mempengaruhi pendapatan asli daerah (PAD) karena berdasarkan data 2017 menunjukkan realisasi reklame hanya sebesar 1.409.267.374. “Semua jenis reklame, baik besar, kecil. Ditata dulu, jangan sampai banyak reklame tapi lokasi pemasangan tidak tertata”.

Disisi lain Dispenda terus menerus mengontrol pajak menerapkan beberapa jenis tarif. Penerimaan pada sebuah dapat dikatakan sebagai salah satu

jalan yang sangat alternatif yang jauh berbeda dibandingkan dengan pajak yang sejenisnya serta bagaimana sebuah strategi yang dapat dibuat oleh pihak terkait dalam hal ini Dispenda dengan tujuan untuk dapat memaksimalkan tingkat pendapatan dalam dua sisi pajak yang ada, oleh karena itu sangat diharapkan yang akan menambah kontribusi yang diberikan pada PAD Kota Batu setelah penataan reklame yang jelaskan oleh Wakil Wali Kota Batu. Pajak reklame mempunyai peran dalam menambah pendapatan daerah untuk membiayai kegiatan pemerintah daerah, walaupun tidak besar tetapi pajak tersebut bisa menambah pemasukan dari pendapatan daerah Kota Batu. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang lain adalah lokasi tempat penelitian dan PAD yang diteliti berbeda disetiap daerah, jadi peneliti tertarik untuk meneliti PAD yang ada di Kota Batu.

Sebagaimana telah dibahas pada latar belakang tersebut, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan riset ini dengan judul “Penelitian ini juga diharapkan dapat membantu mengatasi persoalan-persoalan dan permasalahan sektor pajak reklame dalam meningkatkan pendapatan daerah Kota Batu”.

1.2 Rumusan Masalah

Sebagaimana telah dibahas pada latar belakang yang ada, sehingga rumusan masalah yang akan diangkat dalam riset ini ialah bagaimana efektivitas pajak reklame dalam meningkatkan PAD Kota Batu.

1.3 Tujuan Penelitian

Sebagaimana telah dibahas pada rumusan masalah tersebut, sehingga tujuan penelitian yang ambil dalam riset ini adalah untuk mengetahui efektivitas pajak reklame dalam meningkatkan PAD Kota Batu.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Teoritis

Akan selalu diharapkan untuk dapat menambah ilmu serta pemahaman yang berkaitan dengan efektivitas pajak reklame dalam meningkatkan PAD Kota Batu.

1.4.2 Praktis

1. Bagi Peneliti

Sebagai proses pembelajaran mengenai bagaimana efektivitas pajak reklame dalam meningkatkan PAD Kota Batu.

2. Bagi Universitas

Akan selalu diharapkan untuk memberikan penambahan informasi bagi Universitas dalam bidang keilmuan dan sebagai sumber bacaan mahasiswa di perpustakaan.

3. Bagi Pemerintah Kota Batu

Penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan serta evaluasi tentang pajak reklame daerah yang diharapkan dapat dijadikan referensi bagi pemerintah Kota Batu.

4. Bagi pembaca

Akan diharapkan dalam riset ini, selalu memberikan kontribusi terhadap pihak-pihak yang membutuhkan untuk dapat melakukan riset-riset di waktu yang berikutnya dengan topik yang sama pula.

EFEKTIVITAS PAJAK REKLAME DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN ASLI DAERAH KOTA BATU

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

10%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	rinjani.unitri.ac.id Internet Source	3%
2	johannessimatupang.wordpress.com Internet Source	1%
3	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
4	id.123dok.com Internet Source	1%
5	123dok.com Internet Source	1%
6	digilib.unila.ac.id Internet Source	1%
7	repository.um.ac.id Internet Source	1%
8	anggororp.wordpress.com Internet Source	1%
9	id.scribd.com Internet Source	1%

10

olinedward.blogspot.com

Internet Source

1 %

11

tintahmerah.wordpress.com

Internet Source

1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off

EFEKTIVITAS PAJAK REKLAME DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN ASLI DAERAH KOTA BATU

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7
