

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENERIMAAN PAJAK REKLAME DI KOTA MANADO

Oleh:
Vera Fransisca Pesik

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Akuntansi
Universitas Sam Ratulangi Manado
e-mail: fransisca.pesik@gmail.com

ABSTRAK

Bagi pemerintah daerah, pembiayaan di daerahnya berasal dari sumber penetapan pendapatan daerah, baik yang berasal dari pendapatan asli daerah maupun pendapatan daerah pemerintah pusat yang berupa bagi hasil dan sumbangan. Konsekuensi dari penerapan otonomi daerah yaitu setiap daerah dituntut untuk meningkatkan pendapatan asli daerah. Salah satu komponen pajak daerah adalah pajak reklame. Pajak reklame merupakan sumber penerimaan pajak daerah yang penting bagi kota Manado. Hal ini terbukti selama tahun 2003-2012 pajak reklame mengalami peningkatan. Namun dalam perkembangannya selama tahun 2003-2012, persentase penerimaan pajak reklame berfluktuasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame di kota Manado. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh dari hasil wawancara. Alat analisis yang digunakan adalah dekriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini, faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame di kota Manado adalah peraturan daerah, kebijakan pemerintah, reklame rokok dan minuman beralkohol, reklame videotron, reklame yang diadakan oleh pemerintah, *event-event* internasional dan nasional, serta kelas jalan. Jumlah penerimaan pajak reklame terbesar terjadi pada tahun 2006, namun pada tahun 2003 penerimaan pajak reklame sangat rendah jika dibandingkan dengan rata-rata penerimaan pajak reklame. Kiranya pemerintah Kota Manado dapat meningkatkan penerimaan pajak reklame.

Kata kunci: pajak daerah, penerimaan pajak reklame

ABSTRACT

For local government, financing in the region comes from the arrangement of local revenue sources, both derived from local revenues and central government revenue, in the form of profit-sharing and donations. Consequence of the implementation of regional autonomy is that each region is required to increase local revenues. One component is the local tax advertisement tax. Advertisement tax is one of sources of local tax revenue for the city of Manado. This matter was proven during the years 2003-2012 billboard tax increase. But in its development during the years 2003-2012, the percentage of advertisement tax revenue has fluctuated. The purpose of this study was to determine the factors that influence the acceptance of advertisement tax in the city of Manado. The data used in this study is primary data is data obtained from interviews. Used analysis tool is descriptive qualitative. The results of this study, the factors affecting the acceptance of advertisement tax in the city of Manado is the local regulations, government policies, cigarette advertising and alcohol beverages, videotron billboard, billboard held by governments, international and national events, and road class. Greatest number of advertisement tax revenue occurred in 2006, but in 2003 advertisement tax revenue is very low when compared to the average advertisement tax revenue. Presumably Manado City government can increase tax revenues advertisement.

Keywords: local tax, advertisement tax receipts

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pembangunan ekonomi daerah khususnya Pemerintah Kota merupakan titik awal pelaksanaan pembangunan, sehingga daerah diharapkan bisa lebih mengetahui potensi dan apa yang menjadi kebutuhan daerahnya. Pembangunan merupakan upaya pemanfaatan segala potensi yang ada di masing-masing daerah, oleh karena itu pembangunan lebih diarahkan ke daerah-daerah, sehingga pelaksanaan pembangunan tersebut diserahkan langsung pada tiap-tiap daerah untuk mengatur rumah tangganya sendiri. Pemerintah daerah dituntut tegas untuk terus menggali sumber pendapatan di daerahnya dalam rangka mendapatkan dana untuk melaksanakan pembangunan. Apalagi dalam rangka pelaksanaan otonomi daerah, setiap daerah dituntut mampu bersaing secara positif dalam kegiatan perekonomian jika tidak ingin ketinggalan dengan daerah lain. Otonomi daerah membawa dampak positif bagi daerah yang memiliki potensi sumber daya alam, tetapi tidak demikian dengan daerah yang miskin sumber daya alamnya, yang merupakan salah satu masalah yang dihadapi pemerintah daerah kabupaten/kota pada umumnya adalah terbatasnya dana yang berasal dari daerah sendiri (PAD), sehingga proses otonomi daerah belum bisa berjalan sebagaimana mestinya (Datu, 2012).

Prinsip dasar pemberian otonomi dimaksud berdasarkan atas pertimbangan bahwa daerahlah yang lebih mengetahui kebutuhan dan standar pelayanan bagi masyarakat di daerahnya. Atas dasar pertimbangan ini, maka pemberian otonomi diharapkan pada akhirnya akan lebih memacu pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Pemberian otonomi kepada daerah akan menjadi salah satu alternatif untuk meningkatkan peran nyata dan kemandirian daerah dalam upaya meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat secara adil dan merata. Peran Pendapatan Asli Daerah (PAD) menjadi sangat penting karena sebagai sumber pembiayaan pemerintah daerah dimana dapat dijadikan tolak ukur dalam pelaksanaan otonomi daerah. Semakin banyak kebutuhan daerah yang dapat dibiayai dengan PAD, maka akan semakin tinggi kualitas otonominya. Pajak daerah adalah kontribusi wajib pajak daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat (Mardiasmo, 2011).

Pajak Reklame sebagai salah satu sumber Pendapatan Daerah yang berpotensi dan dapat dilakukan pemungutan secara efisien, efektif, dan ekonomis sehingga dapat lebih berperan dalam usaha peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, menyatakan yang dimaksud dengan reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum.

Pajak Reklame menurut Undang-undang No. 18 tahun 2001 tentang penyelenggaraan reklame adalah Pajak atas penyelenggaraan Reklame. Tarif pajak reklame ditetapkan paling tinggi sebesar 25%. Penerimaan pajak reklame didapat dari nilai sewa reklame yang dipasang dengan tarif sewa reklame berdasarkan dari lokasi pemasangan reklame, lamanya pemasangan reklame, dan jenis ukuran reklame. Adanya pajak reklame dikarenakan reklame digunakan untuk mempromosikan atau mengenalkan barang dan jasa kepada masyarakat umum kecuali reklame pemerintah.

Kota Manado merupakan Ibukota dari Sulawesi Utara. Dengan begitu Kota Manado menjadi pusat pembangunan di Sulawesi Utara. Dengan perkembangan tersebut, banyak investor yang tertarik untuk menanamkan modal. Dengan begitu, semakin banyak usaha-usaha atau perindustrian yang ada di Manado. secara tidak langsung hal ini berakibat pada penerimaan pajak reklame, karena dengan semakin banyaknya jumlah usaha, maka semakin banyak juga konsumen yang menggunakan jasa reklame. Sehingga penerimaan pajak reklame yang ada dapat mempengaruhi jumlah penerimaan pajak asli daerah di Kota Manado

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame di kota Manado.

TINJAUAN PUSTAKA

Pajak

Pajak dipungut secara paksa sesuai dengan Undang-undang yang berlaku. Pajak menurut Pasal 1 UU No.28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-undang, dengan tidak mendapat timbal balik secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Pajak Daerah

Pengertian Pajak Daerah Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, yaitu pajak daerah adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Pengertian pajak daerah secara umum, adalah pungutan dari masyarakat oleh negara (pemerintah) berdasarkan Undang-undang yang bersifat dapat dipaksakan dan terutang oleh yang wajib membayarnya dengan tidak mendapat prestasi kembali (kontra prestasi/balas jasa) secara langsung, yang hasilnya digunakan untuk membiayai pengeluaran negara dalam penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan (Marihot, 2013:7)

Jenis-jenis Pajak Daerah

Sesuai dengan pembagian administrasi daerah, menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009, Pajak Daerah dapat digolongkan menjadi dua macam yaitu :

1. Pajak Daerah Tingkat I atau Pajak Provinsi, terdiri dari:
 - a. Pajak Kendaraan Bermotor, yaitu pajak atas kepemilikan dan/atau penguasaan kendaraan bermotor
 - b. Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor, yaitu pajak atas penyerahan hak milik kendaraan bermotor sebagai akibat dari perjanjian dua pihak atau perbuatan sepihak atau keadaan yang terjadi karena jual beli, tukar menukar, hibah, warisan, atau pemasukan ke dalam badan usaha.
 - c. Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor, yaitu pajak atas penggunaan bahan bakar kendaraan bermotor.
 - d. Pajak Air Permukaan, yaitu pajak atas pengambilan dan/atau pemanfaatan air permukaan.
 - e. Pajak Rokok, yaitu pungutan atas cukai rokok yang dipungut oleh Pemerintah.
2. Pajak Daerah Tingkat II atau Pajak Kabupaten/Kota, terdiri dari:
 - a. Pajak Hotel, yaitu pajak atas pelayanan yang disediakan oleh hotel. Hotel adalah fasilitas penyedia jasa penginapan/peristirahatan termasuk jasa terkait lainnya dengan dipungut bayaran, yang mencakup juga motel, losmen, gubuk pariwisata, wisma pariwisata, pesanggrahan, rumah penginapan dan sejenisnya, serta rumah kos dengan jumlah kamar lebih dari 10 (sepuluh).
 - b. Pajak Restoran, yaitu pajak atas pelayanan yang disediakan oleh restoran. Restoran adalah fasilitas penyedia makanan dan/atau minuman dengan dipungut bayaran, yang mencakup juga rumah makan, kafetaria, kantin, warung, bar, dan sejenisnya termasuk jasa boga/katering.
 - c. Pajak Hiburan, yaitu pajak atas penyelenggaraan hiburan. Hiburan adalah semua jenis tontonan, pertunjukkan, permainan, dan/atau keramaian yang dinikmati dengan dipungut bayaran.
 - d. Pajak Reklame, yaitu pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum.
 - e. Pajak Penerangan Jalan, yaitu pajak atas penggunaan tenaga listrik, baik yang dihasilkan sendiri maupun dari sumber lain.
 - f. Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan, yaitu pajak atas kegiatan pengambilan mineral bukan logam dan batuan, baik dari sumber alam di dalam dan/atau permukaan bumi untuk dimanfaatkan. Mineral bukan logam dan batuan adalah mineral bukan logam dan batuan sebagaimana dimaksud di dalam peraturan perundang-undangan di bidang mineral dan batubara.
 - g. Pajak Parkir, yaitu pajak atas 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. Parkir adalah keadaan tidak bergerak suatu kendaraan yang tidak bersifat sementara.

- h. Pajak Air Tanah, yaitu pajak atas pengambilan dan/atau pemanfaatan air tanah. Air tanah adalah air yang terdapat di dalam lapisan tanah atau batuan di bawah permukaan tanah.
- i. Pajak Sarang Burung Walet, yaitu pajak atas kegiatan pengambilan dan/atau pengusaha sarang burung walet.
- j. Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan, yaitu pajak atas bumi dan/atau bangunan yang dimiliki, dikuasai, dan/atau dimanfaatkan oleh orang pribadi atau Badan, kecuali kawasan yang digunakan untuk kegiatan usaha perkebunan, perhutanan, dan pertambangan.
- k. Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan, yaitu pajak atas perolehan hak atas tanah dan/atau bangunan. Perolehan hak atas tanah dan/atau bangunan adalah perbuatan atau peristiwa hukum yang mengakibatkan diperolehnya hak atas tanah dan/atau bangunan oleh orang pribadi atau Badan.

Reklame

Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan atau untuk menarik perhatian umum terhadap suatu barang dan jasa seseorang atau badan yang dapat dilihat, dibaca atau didengar, dirasakan atau dinikmati oleh umum (Marihot, 2013).

Jenis-jenis reklame yang terdapat pada Keputusan Walikota Manado No. 33 Tahun 2005 Bab II Pasal 6 sampai pasal 8, yaitu jenis reklame terdiri dari jenis reklame permanen dan non permanen (insidental). Jenis reklame permanen adalah pemasangan reklame yang lamanya selama 1 tahun, sedangkan reklame insidental adalah reklame yang pemasangannya kurang dari 1 tahun.

- a. Jenis reklame permanen, meliputi:
 - 1. Reklame papan: reklame papan merk usaha, reklame *billboard*, reklame *neon box*, reklame *neon sain*, reklame tin plat
 - 2. Reklame Kendaraan
 - 3. Reklame rombongan
- b. Jenis reklame non permanen (insidental), meliputi:
 - 1. Reklame kain: spanduk, umbul-umbul, reklame selebaran
 - 2. Reklame tempelan
 - 3. Reklame baliho
 - 4. Reklame peragaan
 - 5. Reklame film/slide
 - 6. Reklame balon udara

Pajak Reklame

Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Pajak reklame tersebut dikenakan terhadap objek pajak yaitu berupa reklame dan nilai sewa reklame dan didasarkan pada besarnya biaya pemasangan reklame, besarnya biaya pemeliharaan reklame, lama pemasangan reklame, nilai strategis pemasangan reklame dan jenis reklame. Untuk dapat dipungut pada suatu daerah Kabupaten atau Kota, pemerintah daerah harus terlebih dahulu menerbitkan peraturan daerah tentang pajak. Tarif pajak reklame dikenakan atas objek reklame adalah paling tinggi sebesar dua puluh lima persen (25%) dari nilai sewa reklame dan ditetapkan dengan peraturan daerah Kabupaten/Kota yang bersangkutan.

Peraturan Daerah No. 2 Tahun 2011 Paragraf 2 Pasal 24, menyatakan besarnya pajak terutang dihitung dengan cara mengalikan Tarif Pajak Reklame dengan dasar Pengenaan Pajak, dimana dasar pengenaan pajak adalah nilai sewa reklame

Penelitian Terdahulu

Istianto (2011), Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame di Kabupaten Semarang Tahun 2000-2009. Menggunakan alat analisis regresi linear berganda. Nurmayasari (2010), Analisis Penerimaan Pajak Reklame Kota Semarang. Menggunakan alat analisis regresi linear berganda. Letak perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah pada alat analisis yang digunakan, dalam penelitian ini menggunakan alat analisis deskriptif kualitatif, sedangkan peneliti terdahulu menggunakan alat analisis regresi linear berganda.

METODE PENELITIAN

Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang berasal dari informan penelitian.

Sumber Data

Data primer adalah data yang diperoleh dengan sumber survei lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data original (Kuncoro, 2009: 148). Data diperoleh dengan menggunakan metode wawancara mendalam (*in depth interview*) di Dinas Pendapatan Kota Manado.

Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Metode wawancara merupakan metode yang dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan kepada subjek secara langsung. Lebih tepatnya lagi wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara personal. Wawancara personal merupakan wawancara antar orang, yaitu antara peneliti dengan responden yang diarahkan oleh pewawancara untuk tujuan memperoleh informasi yang relevan.

2. Penelitian Kepustakaan

Untuk melengkapi data, penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data-data dari beberapa literatur yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

Metode Analisis

Peneliti menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Metode deskriptif adalah penelitian terhadap masalah-masalah berupa fakta-fakta saat ini dari suatu objek yang meliputi kegiatan penilaian sikap atau pendapat terhadap individu, organisasi, keadaan, ataupun prosedur (Sangadji dan Sopiah, 2010: 21).

Penetapan Informan Penelitian

Informan penelitian ditetapkan menggunakan metode *snowball sampling*. *Snowball sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data, yang pada awalnya jumlahnya sedikit, lama-lama menjadi besar (Sugiyono, 2011).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Realisasi Penerimaan Pajak Reklame

Tabel 1. Perkembangan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Kota Manado Tahun 2003-2012

Tahun	Pajak Reklame (Rp)	Rata-rata (Rp)	Pertumbuhan (%)
2003	813,896,517	1,740,941,391	-53.3
2004	907,451,504	1,740,941,391	-47.9
2005	1,664,642,930	1,740,941,391	-4.4
2006	3,362,333,152	1,740,941,391	93.1
2007	2,160,725,963	1,740,941,391	24.1
2008	1,536,813,279	1,740,941,391	-11.7
2009	1,584,960,403	1,740,941,391	-8.9
2010	2,443,011,896	1,740,941,391	40.3
2011	2,334,703,597	1,740,941,391	34.1
2012	2,760,872,514	1,740,941,391	58.6

Sumber : Dinas Pendapatan Daerah Kota Manado Tahun 2013

Terlihat bahwa penerimaan pajak reklame pada kurun waktu 2003-2012 mengalami fluktuasi. Dari tahun 2003 sampai tahun 2005 penerimaan pajak reklame terus mengalami peningkatan dengan presentase kenaikan yang berbeda-beda. Sedangkan dari tahun 2006-2012 penerimaan pajak reklame tidak stabil. Jika dilihat dari rata-rata penerimaan pajak reklame, selisih kenaikan penerimaan tertinggi terjadi pada tahun 2006 yang mengalami kenaikan sebesar 93,1 persen dari jumlah rata-rata penerimaan pajak reklame di Kota Manado. Namun pada tahun 2003 penerimaan pajak reklame sangat rendah jika dibandingkan dengan rata-rata penerimaan pajak reklame.

Potensi Penerimaan Pajak Reklame, Berdasarkan Bidang yang Dikelola

Berdasarkan dari hasil wawancara yang diperoleh, faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penerimaan pajak reklame di Kota Manado adalah sebagai berikut:

1. Peraturan Daerah
2. Kebijakan Pemerintah
3. Jumlah unit usaha
4. Reklame rokok dan minuman berakohol
5. Reklame videotron
6. Reklame yang diadakan oleh Pemerintah
7. *Event-event* Internasional dan nasional
8. Kelas jalan

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, ditemukan ada 8 faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame di Kota Manado. Faktor-faktor tersebut diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak yang berkompeten dalam bidang pajak khususnya dalam bidang pajak reklame. Adapun faktor-faktor tersebut, yaitu:

1. Peraturan Daerah

Sehubungan dengan Peraturan Daerah yang diterapkan, tarif yang dipakai untuk memungut pajak reklame masih menggunakan peraturan daerah dari tahun 1989, walaupun Perwako dan Perda sudah mengalami revisi tetapi dalam menetapkan tarif pajak reklame tidak mengalami perubahan. Dengan demikian nominal yang digunakan dari tahun 1989 hingga sekarang masih sama, sehingga nominalnya tidak sesuai dengan nominal yang ada sekarang. Dibandingkan dengan kota-kota lainnya, standar tarif pajak reklame yang dipakai di Manado merupakan salah satu yang terendah. Dengan penggunaan peraturan tersebut, maka pihak Pemerintah Daerah di Kota Manado hanya bisa membebaskan pajak dalam setiap penggunaan bangunan reklame dengan nilai nominal yang rendah. Berkaitan dengan fakta tersebut, pihak Pemerintah Daerah di Kota Manado, khususnya Dinas Pendapatan Daerah harus bekerjasama dengan instansi lainnya untuk mengubah mekanisme perhitungan dan penagihan pajak reklame diterapkan di Kota Manado, untuk meningkatkan penerimaan daerah yang akan dipergunakan untuk pembangunan di kota ini.

2. Reklame Rokok dan Minuman Berakohol

Produk rokok dan minuman keras pada saat ini mudah sekali untuk didapatkan. Karena hal tersebut, pemerintah mengambil langkah agar dapat mengurangi pemakaian rokok dan minuman berakohol. Sebagaimana yang telah diatur dalam Keputusan Walikota Manado Nomor 33 Tahun 2005 bab VIII pasal 14 yang berbunyi "khusus reklame rokok dan reklame minuman berakhol, karena kedua barang tersebut merugikan kesehatan masyarakat maka untuk melindungi kesehatan masyarakat, dikenakan tarif 5-10 kali tarif tertinggi yang berlaku". Tujuan dari penggunaan undang-undang tersebut, adalah agar produk rokok dan minuman berakohol tidak menjadi barang yang lazim atau mudah dijangkau oleh masyarakat luas terlebih khusus anak-anak yang masih dibawah umur. Hal ini dapat mengurangi masyarakat yang mengkonsumsi minuman berakhol maupun rokok karena kedua produk tersebut sangat merugikan kesehatan. Adanya peraturan tersebut, reklame rokok dan minuman berakohol dikenakan tarif yang lebih besar dibandingkan tarif reklame produk lainnya. Pengenaan tarif reklame rokok dan minuman berakohol secara langsung mempengaruhi jumlah penerimaan pajak reklame. Reklame rokok dan minuman berakohol dapat meningkatkan penerimaan pajak reklame

3. Jumlah Unit Usaha

Kota Manado mengalami perkembangan dari tadi tahun ke tahun dalam bidang pembangunan. Hal tersebut dapat dilihat dari pembangunan-pembangunan yang ada. Salah satunya semakin meningkatnya jumlah swalayan besar (*mall*) dan usaha-usaha menengah kebawah, misalnya seperti minimarket, toko dsb. Dengan perkembangan yang ada, masyarakat berlomba-lomba mendirikan usaha mereka masing-masing. Agar perusahaan/usaha atau produk mereka dikenal oleh masyarakat luas, mereka pun berlomba-lomba memakai jasa reklame untuk memasarkan perusahaan/usaha atau produk mereka kepada masyarakat.

Sehubungan dengan hal tersebut, ada satu perkembangan ekonomi yang terjadi di Kota Manado yang memberikan dampak terhadap jumlah pajak yang diterima oleh pihak Pemerintah Daerah di kota ini, dikarenakan ada banyak model bisnis dan atau usaha yang dijalankan di Kota Manado pada saat ini dan hampir semua pemilik bisnis tersebut mempergunakan bangunan reklame sebagai satu media penting dalam mempromosikan produk atau jasa kepada masyarakat di kota ini. Tentu saja hal tersebut berdampak pada penerimaan pajak reklame di Kota Manado, sehingga pendapatan pajak reklame menjadi meningkat.

4. Kebijakan Pemerintah

Saat ini bumi kita sedang dalam keadaan bermasalah. Jumlah polusi yang semakin hari semakin meningkat, merupakan salah satu penyebab dari pemanasan global. Berhubungan dengan hal tersebut pemerintah daerah, melalui Dinas Tata Kota, membuat kebijakan untuk menghijaukan kembali Kota Manado. Di setiap daerah, kota atau provinsi di Indonesia, konsep penataan kota kembali telah menjadi isu yang umum dan telah atau sedang diterapkan oleh pemerintah di area atau lokasi tersebut. Kebijakan ini dibuat agar supaya bisa mengurangi jumlah polusi dan memperlambat proses pemanasan global. Salah satu cara yang umum dilakukan oleh pihak pemerintah setempat adalah menghijaukan kembali area-area di daerah, kota atau provinsi tersebut, dengan harapan akan membuat kawasan tersebut menjadi lebih sejuk daripada sebelumnya. Sehubungan dengan program tersebut, beberapa bangunan reklame yang ada di sekitar Kota Manado harus dikurangi, untuk menyediakan ruangan yang memadai untuk menanam kembali pepohonan hijau. Akan tetapi, tindakan tersebut tidak selamanya memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di suatu daerah, di mana pengurangan bangunan dan fasilitas yang ada bisa membuat sebagian fasilitas komersial diruntuhkan atau dihancurkan. Dampak tersebut akan membuat pendapatan dari Kota Manado berkurang, walaupun dalam skala kecil.

5. Reklame Videotron

Di Kota Manado sendiri, sebagai Ibu Kota dari Provinsi Sulawesi Utara, terjadi suatu kekurangan yang berhubungan dengan pembebanan Pajak Reklame dalam pemanfaatan *Billboard* dan videotron untuk promosi reklame di Kota ini. Seperti yang di ungkapkan oleh sumber, belum adanya peraturan yang membedakan dalam pengenaan tarif pajak reklame videotron, padahal dikota-kota lain seperti makasar, reklame videotron dikenakan tarif lebih tinggi dibandingkan dengan reklame *billboard*. Untuk pembebanan Pajak Reklame di daerah ini, setiap pemanfaatan *spot* reklame dalam bentuk *Billboard* dan videotron dibebankan tarif pajak reklame yang sama atau bahkan tidak sebanding, yang mana membuat jumlah penerimaan pajak tersebut menjadi berkurang. Tidak adanya perbedaan cara perhitungan reklame videotron dan reklame billboard dapat dilihat pada Keputusan Walikota Manado No. 33 Tahun 2005 Tentang Petunjuk Teknis Pelaksanaan Peraturan Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Manado Nomor 6 Tahun 1998 Tentang Pajak Reklame.

6. Reklame yang Diselenggarakan oleh Pemerintah Daerah

Informasi mengenai informasi publik dan informasi yang berhubungan dengan layanan publik sudah merupakan suatu hal yang begitu mudah untuk diketahui oleh masyarakat secara umum, seiring dengan adanya media massa dan media elektronik yang semakin berkembang. Dan bukan hanya itu saja, sudah menjadi hal yang umum bagi setiap institusi pemerintah untuk memperkenalkan suatu ide atau acara di kawasan-kawasan strategis, yang merupakan tempat berkumpulnya banyak orang. Secara sosial, kemudahan untuk menyebar luaskan informasi penting seperti itu akan membuat masyarakat menjadi lebih memahami tentang ide atau acara tersebut. Akan tetapi, dalam penggunaan bangunan/spot reklame yang diselenggarakan oleh pemerintah misalnya untuk reklame pelayanan masyarakat (kesehatan, pendidikan dan keagamaan) serta reklame kegiatan pemilu atau sejenisnya tidak dikenakan beban pajak reklame. Seperti yang telah diatur dalam Peraturan Daerah No. 2 Tahun 2011 pasal 22. Dengan demikian, pihak Pemerintah Daerah tidak akan mendapatkan kontribusi apapun dari setiap *spot* reklame yang ada, dan akan mengurangi pendapatan dari jenis pajak ini.

7. *Event-event* Nasional dan Internasional

Kota Manado adalah salah satu kota di Indonesia yang sedang berkembang. Dalam usaha untuk memperkenalkan Kota Manado di kota lainnya yang ada di Indonesia bahkan sampai keluar Indonesia, pemerintah setempat beberapa kali mengadakan kegiatan yang berskala nasional maupun internasional. Sebagian dari kegiatan-kegiatan tersebut adalah WOC (*World Ocean Conference*), CTI-Summit, *Sail Bunaken*, *Asian Pacific Conference*. Suatu daerah di Indonesia pastinya memiliki perbedaan dalam pemanfaatan semua sumber daya penting, berhubungan dengan ketidaksamaan dalam sumber-sumber daya alam yang tersedia dan kemampuan sumber daya manusia yang ada di daerah, kota atau provinsi tersebut. Aktivitas promosi yang tepat untuk setiap keunikan budaya dan lokasi yang ada di suatu daerah, kota atau provinsi secara khusus dapat terlaksana lebih baik lagi dalam pelaksanaan acara-acara berskala nasional dan/atau internasional tersebut. Dengan adanya acara-acara nasional dan/atau internasional, pihak pemerintah daerah atau provinsi bisa membuat masyarakat umum dan yang berasal dari luar negeri untuk menjadi lebih tertarik untuk mengunjungi daerah, kota atau provinsi tersebut, walaupun hanya sekedar untuk berkunjung dalam jangka waktu yang singkat. Dengan adanya *event-event* tersebut, tentu saja reklame mengambil peranan yang cukup penting sebagai sarana publikasi.

Salah satu kebijakan pemerintah daerah mengenai penggunaan bangunan reklame secara gratis oleh pihak penyelenggara setiap *event* nasional dan internasional di Kota Manado. Kebijakan tersebut dibuat karena secara tidak langsung lewat kegiatan-kegiatan tersebut, Kota Manado semakin dikenal didalam maupun diluar negeri. Dengan adanya acara-acara seperti itu, *spot* reklame dan fasilitas sejenisnya hanya akan dipergunakan oleh pihak penyelenggara, entah dari pihak pemerintah maupun dari pihak swasta, secara gratis, dan tidak akan memberikan pemasukan kepada pemerintah setempat, dalam bentuk Pajak Reklame. Pastinya, hal tersebut memberikan pengaruh yang signifikan terhadap penerimaan Pajak Reklame. Lebih tepatnya lagi pengadaan kegiatan baik yang bertaraf nasional maupun internasional merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi penerimaan pajak reklame (berkurang).

8. Kelas Jalan

Penggunaan jalur jalan di setiap kawasan di setiap daerah pada dasarnya disesuaikan dengan posisi dari jalur jalan tersebut. Setiap jalur jalan yang terletak di jalan Kelas I diperuntukkan sebagai jalan protokol, yang mana di setiap jalur jalan tersebut merupakan akses jalan untuk kegiatan vital masyarakat umum, seperti aktivitas perkantoran, aktivitas hiburan dan aktivitas perdagangan umum, sedangkan jalur jalan yang berada di jalan Kelas II kebanyakan berada di daerah yang berhubungan dengan kegiatan pemerintahan daerah dan daerah pinggiran kota. Kelas Jalan yang terakhir, yaitu jalan Kelas III, hanya jalur jalan alternatif atau jalur jalan yang berada di perumahan atau kawasan tertentu saja.

Jalur jalan yang berada di Kelas I dan Kelas II adalah jalur jalan yang strategis, untuk memperkenalkan suatu produk atau jasa. Oleh sebab itu, pajak untuk setiap penggunaan *spot* reklame di jalur-jalur jalan seperti itu akan memberikan kontribusi yang berarti untuk daerah atau kota tersebut, dalam bentuk Pajak Reklame. Sebagaimana yang telah diatur dalam keputusan walikota Manado No. 33 Tahun 2005, kelas jalan dibagi menjadi 3 bagian yaitu kelas jalan I, II, dan III.

- Kelas jalan I : kawasan pusat kota dan jalur utama. Jalur utama: Bandara Sam Ratulangi, Jl. Sudirman, Jl. Martadinata, Jl. Boulevard, Jl. A.A.Maramis, Jl. Yos Sudarso, Jl. Samrat sampai batas kota winangun, Jl. W.Monginsidi sampai batas kota Malalayang II.
- Kelas jalan II : Jl. Hasanudin, Jl. A. Lasut sampai Kembes, Jl. Balai Kota, Jl. 14 Februari sampai Koka, Jl. Ahmad Yani, Bethesda, Jl. Santiago sampai batas Wori, Jl. Daan Mogot sampai batas Sawangan, Jl. Pogidon sampai batas Desa Tongkaina, Jl.TNI, Jl. Dipenogoro, Jalan dari pertigaan SPBU Kairagi sampai batas Ddesa Maumbi.
- Kelas III : Semua jalan dan Kota Manado yang tidak disebutkan tentu saja hal tersebut akan membuat penerimaan Pajak Reklame menjadi berfluktuasi atau tidak menentu.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame di Kota Manado, yaitu: (a) Peraturan daerah, (b) Kebijakan pemerintah, (c) Reklame videotron, (d) Reklame yang diadakan oleh pemerintah, (e) Jumlah unit usaha, (f) *Event-event* internasional dan nasional, (g) Kelas jalan
2. Penerimaan pajak reklame kurun waktu tahun 2003-2012 mengalami fluktuasi. Tahun 2003 sampai tahun 2005 penerimaan pajak reklame terus mengalami peningkatan dengan presentase kenaikan yang berbeda-beda. Sedangkan tahun 2006-2012 penerimaan pajak reklame tidak stabil. Dilihat dari rata-rata penerimaan pajak reklame, jumlah penerimaan reklame tertinggi terjadi pada tahun 2006 dari jumlah rata-rata penerimaan pajak reklame di Kota Manado. Tahun 2003 penerimaan pajak reklame sangat rendah jika dibandingkan dengan rata-rata penerimaan pajak reklame, yang ada.

Saran

Saran yang disampaikan dalam penelitian ini yaitu: Pemerintah Kota Manado khususnya Dinas Pendapatan Kota Manado agar lebih berkoordinasi dengan instansi pemerintah lainnya (Bappeda, DPRD) untuk mempertimbangkan Perda (Peraturan Daerah) terlebih khusus tarif yang berlaku pada saat ini yang sudah tidak sesuai lagi dan berhubungan dengan cara perhitungan tarif reklame videotron masih menggunakan cara perhitungan tarif yang sama dengan reklame Billboard, kiranya dapat dibuat peraturan yang baru dalam perubahan tata cara perhitungan tarif dasar untuk reklame videotron, agar penerimaan pajak reklame di Kota Manado dapat ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Datu, Indra. 2012. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Makassar Tahun 1999-2009. *Skripsi*. Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Istianto, Donna. 2011. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Semarang Tahun 2000-2009. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kuncoro, Mudrajat. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Edisi Ketiga. Erlangga. Jakarta.
- Mardiasmo. 2011. *Perpajakan*. Edisi Revisi. Andi. Yogyakarta.
- Marihot, 2013. *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. Edisi Revisi. Rajawali Pers. Jakarta.
- Nurmayasari, Dini. 2010. Analisis Penerimaan Pajak Reklame Kota Semarang. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Republik Indonesia. Keputusan Walikota Nomor Manado Nomor 33 Tahun 2005, *Petunjuk Teknis Pelaksanaan Peraturan Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Manado Nomor 6 Tahun 1998 tentang Pajak Daerah*. Manado.
- Republik Indonesia. Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2011, *Pajak Daerah*. Manado.
- Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009, *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. Jakarta.
- Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2001, *Penyelenggaraan Reklame*. Jakarta.
- Sangadji., Sopiah. 2010. *Metode Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Andi. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Alfabeta. Bandung.