The background features a decorative graphic consisting of three overlapping circles in shades of blue, arranged in a descending diagonal line from the top right towards the bottom right. Two thin, light blue lines intersect at the top left and extend diagonally across the page, framing the circles and the text.

**STUDI TENTANG
PENDAPATAN DAERAH
DARI ADVERTENSI
TEBBAKAU
DI SEMARANG,
SURABAYA DAN
PONTIANAK
LAPORAN**

**CENTER FOR HEALTH ADMINISTRATION
AND POLICY STUDIES (CHAMPS)**

MEI 2011

LAPORAN

STUDI TENTANG PENDAPATAN DAERAH DARI ADVERTENSI TEMBAKAU DI SEMARANG, SURABAYA DAN PONTIANAK

Peneliti Utama:

Vetty Yulianty P., SSi, MPH

Wakil Peneliti Utama:

Santy Yudiastuti, SKM, MARS

Tim Peneliti:

*Dr. Setya Haksama, drg, MKes
Tresnasari Satya Putri, SKM*

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Tembakau membunuh separuh dari penggunanya (WHO, 2002) . Banyak orang masih belum mempunyai informasi yang lengkap tentang akibat jangka panjang dari merokok, juga tidak tahu betapa sulitnya untuk berhenti merokok kecuali mereka telah pernah mencobanya. Pemerintah mempunyai tanggung jawab untuk memberikan informasi pada masyarakat bahwa tembakau adalah zat adiktif dan bisa membunuh. Pemerintah harus dapat mengimbangi pemasaran industri rokok yang sangat agresif yang berusaha untuk menarik perokok baru dan perokok muda untuk mempertahankan usaha bisnisnya (*Centre for Tobacco Control Research, 2000*).

Di Indonesia, lebih dari 43 juta anak terpapar asap rokok pasif di rumah. Anak-anak ini berada dalam resiko dampak kesehatan yang buruk, termasuk perkembangan paru yang buruk, peningkatan angka bronchitis, pnemonia, dan infeksi telinga (WHO, 2003). Kerusakan kesehatan pada saat dini seperti ini akan memberikan kontribusi kesehatan yang buruk ketika dewasa. Disebabkan lemahnya undang-undang udara bersih di Indonesia, maka pengiklanan tembakau yang terus-menerus akan mempunyai dampak negatif yang sangat kuat pada bukan perokok.

Sejak tahun 1989, laporan '*US Surgeon General*' telah merangkum dampak dari iklan rokok dalam meningkatkan konsumsi dengan cara:

- Mendorong anak-anak dan remaja untuk mencoba-coba merokok sehingga kemudian menjadi pengguna tetap.
- Mendorong perokok untuk meningkatkan konsumsinya.
- Mengurangi motivasi perokok untuk berhenti merokok.
- Mendorong mantan perokok untuk mulai merokok lagi.
- Membatasi diskusi terbuka dan menyeluruh tentang bahaya merokok akibat ketergantungan media pada pendapatan dari iklan rokok.

- Menghambat upaya pengendalian tembakau karena ketergantungan organisasi-organisasi penerima sponsor pada perusahaan tembakau.
- Menciptakan lingkungan dimana merokok diterima dan dianggap wajar tanpa menghiraukan peringatan bahaya rokok bagi kesehatan dengan cara pemasangan iklan di berbagai tempat, promosi dan pemberian sponsor.

Di Indonesia, 80% dari perokok memulai kebiasaan merokok sebelum berusia 19 tahun, maka industri rokok secara agresif menargetkan remaja, baik secara langsung maupun tidak langsung (Susenas, 2004). *“Remaja hari ini adalah calon pelanggan tetap hari esok karena mayoritas perokok memulai merokok ketika remaja. Pola merokok remaja sangatlah penting bagi Philip Morris”* (Laporan Philip Morris, 1981).

Berdasarkan hal di atas, maka salah satu upaya pengendalian tembakau di Indonesia adalah dengan melaksanakan pelarangan menyeluruh dari segala jenis advertensi tembakau di semua media. Secara global, sebanyak 73-80% remaja terpapar iklan berbagai jenis rokok melalui berbagai media. Media yang paling banyak digunakan untuk mengiklankan produk tembakau adalah kegiatan olah raga, kegiatan-kegiatan remaja lainnya dan papan reklame/billboards (80%). Di Jakarta, 93,9% remaja melihat iklan di billboard, 88,7% melihat iklan di televisi dan bahkan lebih banyak lagi (92,4%) melihat iklan selama kegiatan olah raga dan acara remaja. Rata-rata 11% remaja di dunia pernah ditawari rokok oleh pabrik rokok dan di Jakarta, persentasenya ternyata lebih tinggi yaitu 13,2 % (Global Youth Tobacco Survey, 2000).

Semua perusahaan tembakau besar di Indonesia mensponsori kegiatan olah raga, kegiatan remaja dan konser musik, menciptakan lingkungan yang mempromosikan konsumsi produk tembakau sebagai upaya untuk menjadikan merokok sebagai bagian dari norma sosial terutama untuk anak-anak dan remaja (www.fda.gov/opacom/campaigns/tobacco). Akibatnya anak-anak Indonesia sangat dipengaruhi oleh iklan yang mengasosiasikan tembakau dengan sukses dan kebahagiaan, dan terjadi peningkatan yang cepat dari konsumsi tembakau antara tahun 1995 dan tahun 2001.

Masalah yang timbul dengan menjalankan kebijakan pelarangan menyeluruh terhadap iklan, promosi dan sponsor rokok tersebut adalah mitos yang digembar-gemborkan industri rokok bahwa apabila dilaksanakan kebijakan tersebut, pemerintah daerah akan mengalami defisit oleh karena Pendapatan Asli Daerah (PAD) menurun.

Hal tersebut tidak benar berdasarkan pengalaman di kota Pandang Panjang, Sumatra Barat. Untuk dapat menangkis mitos penurunan PAD tersebut perlu dilakukan studi tentang penghasilan daerah khususnya pemerintah kota yang diperoleh dari advertensi tembakau.

1.2 TUJUAN STUDI

Tujuan dari studi ini adalah untuk mengetahui jumlah pendapatan pemerintah kota Semarang, Surabaya, dan Pontianak dari semua jenis advertensi tembakau, sponsorship dan CSR pada tahun 2008 - 2010.

1.3 KELUARAN STUDI

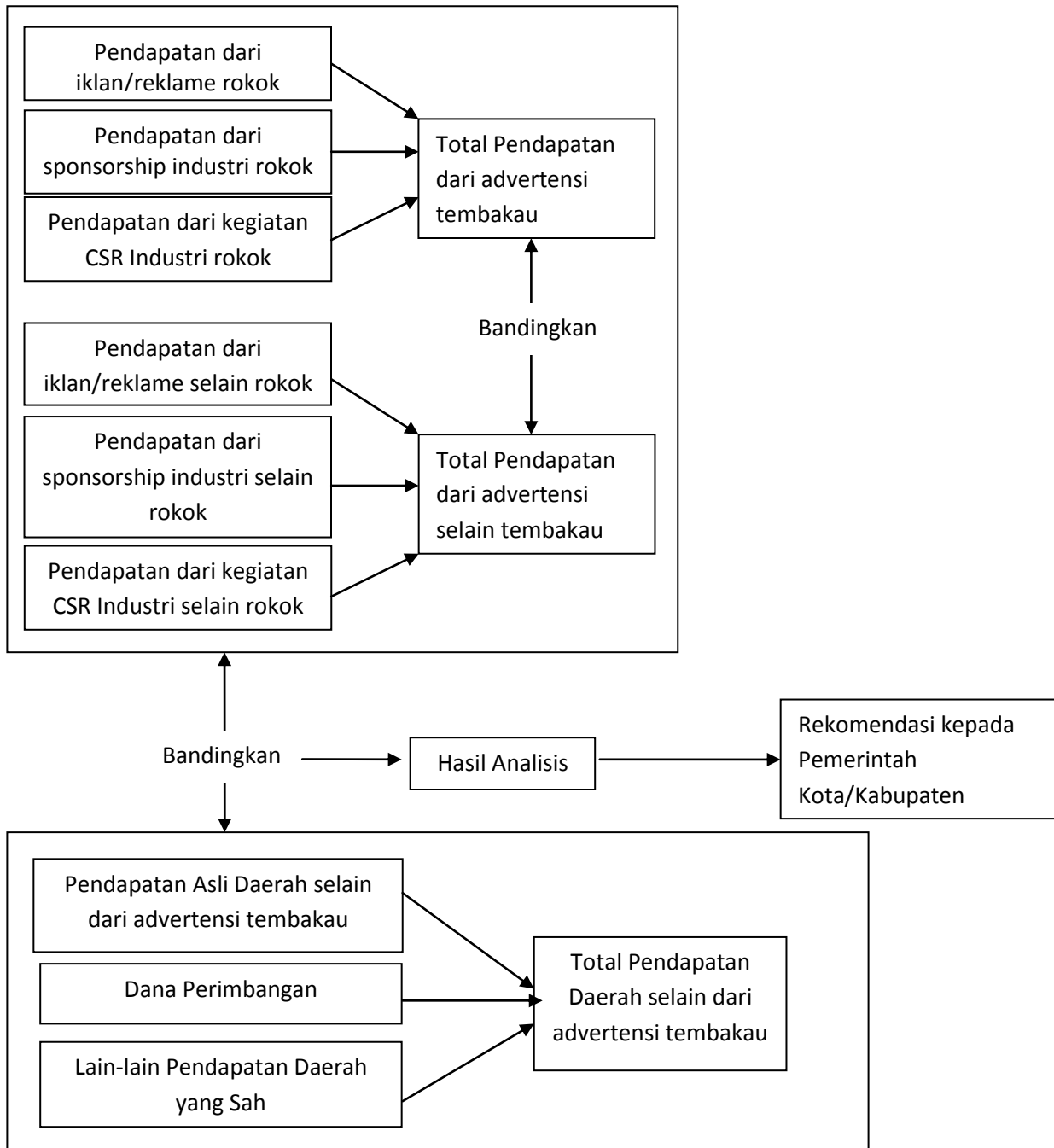
Studi ini akan menghasilkan hal-hal berikut:

1. Pendapatan per bulan untuk masing-masing kategori advertensi serta besar dana sponsorship dan CSR.
2. Trend tahunan pendapatan daerah untuk masing-masing kategori advertensi, sponsorship dan CSR.
3. Persentase pendapatan daerah dari advertensi tembakau dibandingkan dengan total pendapatan daerah.
4. Besar cukai rokok yang diterima daerah (kota) per tahun.
5. Rekomendasi kepada pemerintah kota tentang melakukan perubahan dari advertensi rokok ke advertensi lain berdasarkan hasil studi.

BAB 2

KERANGKA KONSEP DAN DEFINISI OPERASIONAL

2.1 KERANGKA KONSEP



Gambar 2.1 Kerangka Konsep

2.2 DEFINISI OPERASIONAL

Tabel 2.1 Definisi Operasional

No	VARIABEL	DEFINISI OPERASIONAL	ALAT UKUR	CARA UKUR	HASIL UKUR	SKALA
1.	Rekomendasi kepada Pemerintah Kota/Kab.	Merupakan rekomendasi yang diberikan kepada Pemerintah Kabupaten/Kota dari hasil Penelitian.	Dokumen Rekomendasi	Seminar Hasil	Seminar dihadiri perwakilan eksekutif dan legislatif dari Surabaya, Semarang & Pontianak	-
2.	Total Pendapatan dari advertensi tembakau	Merupakan total pendapatan dari segala jenis advertensi tembakau mulai dari iklan/reklame, sponsorship dan CSR industri rokok.	Kuesioner Dokumen Laporan Dinas-dinas	Telaah Dokumen	Dalam Rupiah	Nominal
3	Total Pendapatan dari advertensi selain tembakau	Merupakan total pendapatan dari segala jenis advertensi selain tembakau, seperti advertensi telepon selular, makanan minuman, otomotif, dll, mulai dari iklan/reklame, sponsorship dan kegiatan CSR.				
4.	Total Pendapatan Daerah selain dari advertensi tembakau	Merupakan total pendapatan daerah yang didapat dari seluruh Pendapatan Asli Daerah, Dana Perimbangan dan Lain-lain Pendapatan Daerah Yang Sah, dikurangi dengan pendapatan dari advertensi tembakau.	Dokumen Laporan Dinas Pendapatan Daerah	Telaah Dokumen	Dalam Rupiah	Nominal
5.	Pendapatan dari iklan/reklame rokok	Merupakan pendapatan dari semua penyelenggaraan iklan atau reklame rokok yang meliputi billboard, bando, megatron, videotron, Large Electronic Display (LED),	Kuesioner Dokumen Laporan	Telaah Dokumen	Dalam Rupiah	Nominal

No	VARIABEL	DEFINISI OPERASIONAL	ALAT UKUR	CARA UKUR	HASIL UKUR	SKALA
		baliho, kain, poster, reklame film, reklame berjalan, reklame udara, dan sebagainya.	Dinas-dinas			
6.	Pendapatan dari sponsorship industri rokok	Merupakan pendapatan dari industri rokok berbentuk sponsorship berbagai pergelaran musik, olahraga, kesenian dan kegiatan lainnya yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kota ataupun Dinas-dinas seperti Dinas Kesehatan, Dinas Pendidikan, Dinas Pemuda dan Olahraga, Dinas Perindag, dan sebagainya.	Kuesioner Daftar tilik: Dokumen Laporan Dinas-dinas	Telaah Dokumen	Dalam Rupiah	Nominal
7.	Pendapatan dari kegiatan CSR industri rokok	Merupakan pendapatan dari kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) dari industri rokok, seperti sumbangan industri rokok untuk program kesehatan, pendidikan, dll yang diberikan melalui Pemerintah Kota ataupun Dinas-dinas seperti Dinas Kesehatan, Dinas Pendidikan, Dinas Pemuda dan Olahraga, Dinas Perindag, dan sebagainya.	Kuesioner Daftar tilik: Dokumen Laporan Dinas-dinas	Telaah Dokumen	Dalam Rupiah	Nominal
8.	Pendapatan dari iklan/reklame selain rokok	Merupakan pendapatan dari semua penyelenggaraan iklan atau reklame produk lain selain rokok seperti telepon selular, properti, makanan minuman, otomotif, dan sebagainya yang meliputi billboard, bando, megatron, videotron, Large Electronic Display (LED), baliho, kain, poster, reklame film, reklame berjalan, reklame udara, dan sebagainya.	Kuesioner Daftar tilik: Dokumen Laporan Dinas-dinas	Telaah Dokumen	Dalam Rupiah	Nominal
9.	Pendapatan dari sponsorship industri selain rokok	Merupakan pendapatan dari industri selain rokok (telepon selular, properti, makanan minuman, otomotif, dan sebagainya) berbentuk sponsorship berbagai pergelaran musik, olahraga, kesenian dan kegiatan lainnya yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kota ataupun Dinas-dinas seperti Dinas Kesehatan, Dinas Pendidikan, Dinas	Kuesioner Daftar tilik: Dokumen Laporan Dinas-dinas	Telaah Dokumen	Dalam Rupiah	Nominal

No	VARIABEL	DEFINISI OPERASIONAL	ALAT UKUR	CARA UKUR	HASIL UKUR	SKALA
		Pemuda dan Olahraga, Dinas Perindag, dan sebagainya.				
10.	Pendapatan dari kegiatan CSR industri selain rokok	Merupakan pendapatan dari kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) dari industri selain rokok (telepon selular, properti, makanan minuman, otomotif, dan sebagainya), seperti sumbangan industri rokok untuk program kesehatan, pendidikan, dll yang diberikan melalui Pemerintah Kota ataupun Dinas-dinas seperti Dinas Kesehatan, Dinas Pendidikan, Dinas Pemuda dan Olahraga, Dinas Perindag, dan sebagainya.	Kuesioner Daftar tilik: Dokumen Laporan Dinas-dinas	Telaah Dokumen	Dalam Rupiah	Nominal
11.	Pendapatan Asli Daerah selain dari advertensi tembakau	Merupakan jenis pendapatan yang terdiri atas pajak daerah (seperti pajak restoran, pajak hiburan, pajak reklame selain rokok, pajak parkir, dan sebagainya); retribusi daerah (seperti retribusi IMB, retribusi pelayanan pasar, retribusi terminal, dan sebagainya); hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan (yaitu bagian laba atas penyertaan modal pada perusahaan milik daerah/BUMD, milik pemerintah/BUMN dan milik swasta); serta Jenis lain-lain pendapatan asli daerah yang sah disediakan untuk menganggarkan penerimaan daerah yang tidak termasuk dalam jenis pajak daerah, retribusi daerah, dan hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan dirinci menurut obyek pendapatan yang antara lain: - hasil penjualan kekayaan daerah yang tidak dipisahkan secara tunai atau angsuran/cicilan; - jasa giro; pendapatan bunga; penerimaan atas tuntutan ganti kerugian daerah; penerimaan komisi, potongan ataupun bentuk lain sebagai akibat dari penjualan dan/atau pengadaan barang dan/atau jasa oleh daerah; penerimaan keuntungan dari selisih nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing; pendapatan denda atas	Daftar tilik: Dokumen Laporan Dinas Pendapatan Daerah	Telaah Dokumen	Dalam Rupiah	Nominal

No	VARIABEL	DEFINISI OPERASIONAL	ALAT UKUR	CARA UKUR	HASIL UKUR	SKALA
		<p>keterlambatan pelaksanaan pekerjaan;</p> <ul style="list-style-type: none"> - pendapatan denda pajak; pendapatan denda retribusi; - pendapatan hasil eksekusi atas jaminan; - pendapatan dari pengembalian; - fasilitas sosial dan fasilitas umum; - pendapatan dari penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan; pendapatan dari Badan Layanan Umum Daerah (BLUD). 				
12.	Dana Perimbangan	<p>Merupakan jenis pendapatan yang terdiri atas:</p> <p>Dana Bagi Hasil, yaitu bagi hasil pajak (contoh adalah Bagi hasil PPh dsb), dan bagi hasil bukan pajak (contohnya adalah Bagi Hasil Pertambangan Gas Bumi, Bagi Hasil Pertambangan Minyak Bumi, Bagi Hasil Pungutan Hasil Perikanan dan sebagainya);</p> <p>Dana Alokasi Umum (DAU);</p> <p>Dana Alokasi Khusus (DAK)</p>	Daftar tilik: Dokumen Laporan Dinas Pendapatan Daerah	Telaah Dokumen	Dalam Rupiah	Nominal
13.	Lain-lain Pendapatan Daerah yang Sah	<p>Kelompok lain-lain pendapatan daerah yang sah dibagi menurut jenis pendapatan yang mencakup:</p> <p>hibah berasal dari pemerintah, pemerintah daerah lainnya, badan/lembaga/ organisasi swasta dalam negeri, kelompok masyarakat/perorangan, dan lembaga luar negeri yang tidak mengikat; Hibah adalah penerimaan daerah yang berasal dari pemerintah negara asing, badan/lembaga asing, badan/lembaga internasional, pemerintah, badan/lembaga dalam negeri atau perorangan, baik dalam bentuk devisa, rupiah maupun barang dan/atau jasa, termasuk tenaga ahli dan pelatihan yang tidak perlu dibayar kembali.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dana darurat dari pemerintah dalam rangka penanggulangan korban/kerusakan akibat bencana alam; 	Daftar tilik: Dokumen Laporan Dinas Pendapatan Daerah	Telaah Dokumen	Dalam Rupiah	Nominal

No	VARIABEL	DEFINISI OPERASIONAL	ALAT UKUR	CARA UKUR	HASIL UKUR	SKALA
		<ul style="list-style-type: none"> • Dana bagi hasil pajak dari provinsi kepada kabupaten/kota; • Dana penyesuaian dan dana otonomi khusus yang ditetapkan oleh pemerintah; • Bantuan keuangan dari provinsi atau dari pemerintah daerah lainnya. 				

BAB 3

PELAKSANAAN STUDI

3.1 METODE STUDI

- Studi dilakukan dengan mengumpulkan data sekunder dari instansi daerah (kota) yang terkait dengan penerimaan pendapatan dari iklan advertensi tembakau. Adapun instansi yang dimintai datanya adalah:
 - Dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah
 - Dinas Kesehatan
 - Dinas Sosial
 - Dinas Pemuda dan Olahraga
 - Dinas Pendidikan
 - Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Deperindag)
 - Dinas Koperasi
- Untuk menjamin bahwa institusi di daerah yang akan dimintai data bersedia melakukan kerja sama, maka sebelumnya telah dilakukan pre-survei sekaligus untuk analisis situasi di lapangan. Untuk lebih memudahkan pengumpulan data, pihak internal institusi dilibatkan sebagai subyek penelitian.
- Kriteria pengumpulan data adalah:
 1. Data yang dikumpulkan adalah data Januari 2008 – Desember 2010.
 2. Advertensi yang dimaksud mencakup:
 - Advertensi di media luar ruang seperti billboard, LCD dan LDD screen, running text, poster, dan sebagainya
 - Selain advertensi juga harus dicakup pendapatan daerah dari sponsorship berbagai pertunjukan musik, kesenian dan kegiatan masyarakat lainnya serta kegiatan CSR industri rokok.
- Data yang telah dianalisis kemudian didiseminasikan dalam bentuk dokumen kepada daerah sampel studi yaitu Semarang, Surabaya dan Pontianak untuk mendapatkan masukan ataupun revisi terkait temuan studi. Adapun jumlah bahan yang didiseminasikan sejumlah 5-10 rangkap per Pemerintah Kota yaitu untuk Walikota, DPRD, Bappeda, Dinas-dinas terkait.
- Hasil studi ini kemudian didiseminasikan dalam sebuah workshop nasional dengan jumlah peserta sekitar 75 orang. Peserta berasal dari unsur Bappenas, Kementerian Kesehatan RI, Kementerian Keuangan (termasuk Ditjen Bea dan Cukai), Kementerian Pemuda dan Olahraga, Kementerian Pendidikan, Kementerian Sosial, Pemerintah Daerah yang menjadi sampel penelitian, pihak Universitas, LSM, media massa dan stakeholder terkait lainnya.
- Advokasi yang berisi rekomendasi kepada pemerintah daerah/kota tentang melakukan perubahan dari advertensi rokok ke advertensi lain berdasarkan hasil studi, dilakukan kerjasama dengan Universitas, LSM dan institusi lainnya di daerah sampel studi tersebut yang mendukung pelarangan menyeluruh terhadap iklan, promosi dan sponsorship dari industri rokok. Untuk advokasi ke level kementerian akan dikirimkan dokumen rekomendasi ke Bappenas, Kementerian Kesehatan,

Kementerian Keuangan (Ditjen Bea & Cukai), Kementerian Pemuda dan Olah Raga, Kementerian Pendidikan dan Kementerian Sosial.

3.2 PENELITI

Peneliti Utama (*PI*) : Vetty Yulianty Permanasari, SSi, MPH
 Wakil Peneliti Utama (*Co-PI*) : Santy Yudiastuti, SKM, MARS
 Tim Peneliti : Dr. Setya Haksama, drg, MKes
 Tresnasari Satya Putri, SKM
 Enumerator lapangan : Frida Aini Noor, SKM
 Lintang Dian, SKM, MKes
 Drg. Tina

3.3 ANGGARAN STUDI

Studi ini memerlukan anggaran Rp 137.540.000,- (seratus tiga puluh tujuh juta lima ratus empat puluh ribu rupiah). Anggaran selengkapnya tercantum dalam Lampiran 1.

3.4 PLAN OF ACTION

Tabel 3.1 Plan of Action

NO.	KEGIATAN	PENJELASAN KEGIATAN	SUMBER DAYA YANG DIPERLUKAN	WAKTU YANG DIPERLUKAN
1	Finalisasi Proposal dan Instrumen pre survey	Pembuatan proposal dan instrumen sampai instrumen siap digunakan di lapangan. Setelah pre-survei ada kemungkinan akan ada revisi instrumen lagi.	- SDM: PI, Co-PI dan tim peneliti - Dilakukan dalam 3 kali rapat/meeting	3 hari kerja
2	Perijinan	Melakukan perijinan ke Kesbang dan Dinas terkait di daerah penelitian.	- SDM: 1 orang tim peneliti	10 hari kerja
3	Pre-survei	Dilakukan di Bogor, untuk memastikan bahwa data dapat diakses.	- SDM: 4 orang (PI, Co-PI dan tim peneliti)	4 hari kerja
4	Analisa dan Revisi Instrument Pasca Pre Survey	Analisa hasil pre survey dan perbaikan instrument pasca pre survey	- SDM: PI, Co-PI dan tim peneliti - Dilakukan dalam 3 kali rapat/meeting	3 hari kerja
5	Rapat persiapan pengumpulan data	Merupakan rapat akhir sebelum turun lapangan, untuk mempersiapkan bahan dan materil yang akan dibawa ke lapangan.	- SDM: PI, Co-PI dan tim peneliti	1 hari kerja

NO.	KEGIATAN	PENJELASAN KEGIATAN	SUMBER DAYA YANG DIPERLUKAN	WAKTU YANG DIPERLUKAN
6	Pengumpulan data ke daerah	Mengumpulkan data di 3 kota yaitu Semarang, Surabaya dan Pontianak, dengan mendatangi 5-10 instansi di tiap daerah	- SDM: 3 peneliti dan melibatkan 3 enumerator setempat	maksimal 5 hari kerja
7	Analisis data	Rapat maraton untuk menganalisis data yang didapat sampai kemudian menjadi dokumen yang siap didiseminasi. Termasuk membuat 1 artikel ilmiah terkait studi ini.	SDM: aktor utamanya adalah PI dan dibantu Co-PI serta tim peneliti	15 hari kerja
8	Diseminasi hasil studi ke daerah	Dalam bentuk pengiriman dokumen tertulis ke 3 kota sampel studi, kemudian menunggu feedback.	SDM: staf administrasi, dimonitor oleh PI	5 hari kerja
9	Workshop nasional	Diadakan di Jakarta dengan mengundang 2 orang dari tiap kota sampel studi, selebihnya dari K/L terkait, akademisi, LSM, dll	SDM: PI, Co-PI, tim peneliti, staf administrasi	3 hari kerja (dari persiapan workshop sampai pelaksanaan)
10	Finalisasi laporan studi	Memperbaiki hasil studi dengan memasukkan feedback yang didapat ketika workshop nasional	SDM: aktor utamanya adalah PI dan dibantu Co-PI serta tim peneliti	5 hari kerja

3.5 WAKTU PELAKSANAAN

Tabel 3.2 Waktu Pelaksanaan Kegiatan

NO	KEGIATAN	JANUARI				FEBRUARI				MARET			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Finalisasi Proposal dan Instrumen pre survey	■											
2	Perijinan	■	■										
3	Pre-survei			■									
4	Analisa dan Revisi Instrument Pasca Pre Survey				■								
5	Rapat persiapan pengumpulan data					■							
6	Pengumpulan data ke daerah						■						
7	Analisis data							■	■	■			
8	Diseminasi hasil studi ke daerah										■		
9	Workshop nasional											■	
10	Finalisasi laporan studi											■	■

BAB 4

HASIL STUDI

4.1 STRUKTUR PENDAPATAN DAERAH

Sebagaimana diatur dalam Undang – undang No 33 tahun 2004 Tentang Perimbangan Keuangan Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah ditetapkan bahwa Sumber Penerimaan Daerah dalam Pelaksanaan Desentralisasi terdiri atas **Pendapatan Daerah** dan **Pembiayaan**. Kota Semarang, Surabaya dan Pontianak memiliki struktur pendapatan daerah yang sama.

Pendapatan Daerah bersumber dari:

- a. Pendapatan Asli Daerah
- b. Dana Perimbangan, dan
- c. Lain-lain Pendapatan Daerah Yang Sah

Pembiayaan bersumber dari:

- a. Sisa lebih perhitungan anggaran daerah
- b. Penerimaan pinjaman daerah
- c. Dana cadangan daerah
- d. Hasil penjualan kekayaan daerah yang dipisahkan

4.1.1 Pendapatan Asli Daerah

Pendapatan Asli Daerah (PAD) bertujuan memberikan kewenangan kepada Pemerintah Daerah untuk mendanai pelaksanaan otonomi daerah sesuai dengan potensi daerah sebagai perwujudan Desentralisasi.

Pendapatan Asli Daerah (PAD) bersumber dari:

- a. Pajak Daerah
- b. Retribusi Daerah
- c. Hasil Pengelolaan Kekayaan Daerah yang dipisahkan dan
- d. Lain - lain PAD yang sah.

Undang – undang Nomor 34 tahun 2000 tentang perubahan atas Undang – undang No 18 tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah telah mengamanatkan bahwa

Pajak Daerah dan Retribusi Daerah merupakan salah satu sumber pendapatan Daerah yang penting guna membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah untuk memantapkan Otonomi Daerah yang luas nyata dan bertanggung jawab.

Pajak Daerah merupakan salah satu Pendapatan Asli Daerah Sendiri (PADS) yang merupakan iuran wajib yang dilakukan oleh pribadi atau badan kepada daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang – undangan yang berlaku, yang digunakan untuk membiayai Penyelenggaraan Pemerintah Daerah, yang pelaksanaannya diatur dalam Peraturan Pemerintah No 65 tahun 2001 tentang Pajak Daerah.

Retribusi Daerah adalah pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian ijin tertentu yang khusus disediakan dan/atau diberikan oleh Pemerintah Daerah untuk kepentingan orang pribadi atau badan. Penyelenggaraan Retribusi Daerah diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 66 Tahun 2001 tentang Retribusi Daerah. Pelaksanaan Retribusi Daerah di Kota Semarang, Surabaya dan Pontianak ditetapkan melalui Peraturan Daerah.

4.1.2 Dana Perimbangan

Dalam Undang-undang nomor 33 tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah dijelaskan pula bahwa **Dana Perimbangan** terdiri atas:

- a. Dana Bagi Hasil
- b. Dana Alokasi Umum (DAU), dan
- c. Dana Alokasi Khusus (DAK)

Dana Bagi Hasil bersumber dari pajak dan sumber daya alam. Dana Bagi Hasil yang bersumber dari pajak terdiri atas:

- a. Pajak Bumi dan Bangunan (PBB)
- b. Bea perolehan atas hak tanah dan bangunan (BPHTB)
- c. Pajak penghasilan (PPh) Pasal 25 dan Pasal 29 Wajib Pajak Orang Pribadi Dalam Negeri dan PPh Pasal 21.

Dana Bagi hasil Propinsi:

- a. Pajak PKB/BBNKB
- b. PBBKB
- c. Pajak Pem. Air Bawah Tanah dan Pajak Pem. Air Permukaan.

Dana Alokasi Umum (DAU) untuk suatu daerah dialokasikan atas dasar formula yang terdiri atas **Celah Fiskal** dan **Alokasi Dasar**, dengan keterangan sebagai berikut:

- Celah fiskal daerah provinsi, kabupaten dan kota dihitung dari kebutuhan fiskal dikurangi dengan kapasitas fiskal masing-masing daerah provinsi, kabupaten, dan kota.
- Kebutuhan fiskal daerah dihitung berdasarkan perkalian antara total belanja daerah rata-rata dengan penjumlahan dari perkalian masing-masing bobot variabel dengan indeks jumlah penduduk, indeks luas wilayah, indeks kemahalan konstruksi (IKK), indeks pembangunan manusia (IPM), dan indeks produk domestik regional bruto (PDRB) per kapita.
- Kapasitas fiskal daerah merupakan penjumlahan dari Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan Dana Bagi Hasil.
- DAU atas dasar celah fiskal dihitung berdasarkan perkalian bobot celah fiskal masing-masing daerah provinsi, kabupaten, dan kota dengan jumlah DAU seluruh daerah provinsi atau DAU seluruh kabupaten dan kota.
- DAU atas dasar alokasi dasar dihitung berdasarkan jumlah gaji Pegawai Negeri Sipil Daerah (PNSD) secara proporsional termasuk kenaikan gaji pokok, pemberian gaji bulan ke-13, dan gaji bagi Calon Pegawai Negeri Sipil Daerah.
- Daerah yang memiliki nilai celah fiskal lebih besar dari 0 (nol), menerima DAU sebesar alokasi dasar ditambah celah fiskal.
- Daerah yang memiliki nilai celah fiskal sama dengan 0 (nol), menerima DAU sebesar alokasi dasar.
- Daerah yang memiliki nilai celah fiskal negatif dan nilai negatif tersebut lebih kecil dari alokasi dasar, menerima DAU sebesar alokasi dasar setelah diperhitungkan nilai celah fiskal.
- Daerah yang memiliki nilai celah fiskal negatif dan nilai negatif tersebut sama atau lebih besar dari alokasi dasar, tidak menerima DAU.

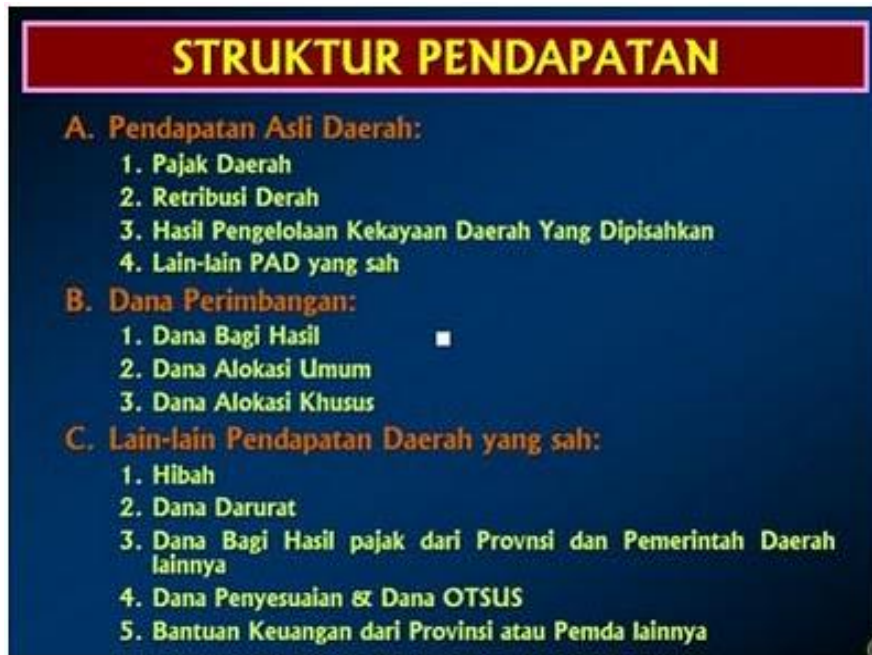
Dana Alokasi Khusus (DAK) merupakan salah satu mekanisme transfer keuangan Pemerintah Pusat ke daerah (bersumber dari APBN) yang bertujuan antara lain untuk meningkatkan penyediaan sarana dan prasarana fisik daerah sesuai prioritas nasional serta mengurangi kesenjangan laju pertumbuhan antardaerah dan pelayanan antarbidang. DAK memainkan peran penting dalam dinamika pembangunan sarana dan prasarana pelayanan dasar di daerah karena-sesuai dengan prinsip desentralisasi-tanggung jawab dan akuntabilitas bagi penyediaan pelayanan dasar masyarakat telah dialihkan kepada pemerintah daerah.

4.1.3 Lain-lain Pendapatan Daerah Yang Sah

Sementara itu, **Lain-lain pendapatan daerah yang sah** dibagi menurut jenis pendapatan yang mencakup:

- Hibah berasal dari pemerintah, pemerintah daerah lainnya, badan / lembaga / organisasi swasta dalam negeri, kelompok masyarakat / perorangan, dan lembaga luar negeri yang tidak mengikat; Hibah adalah penerimaan daerah yang berasal dari pemerintah negara asing, badan / lembaga asing, badan / lembaga internasional, pemerintah, badan / lembaga dalam negeri atau perorangan, baik dalam bentuk devisa, rupiah maupun barang dan/atau jasa, termasuk tenaga ahli dan pelatihan yang tidak perlu dibayar kembali.
- Dana darurat dari pemerintah dalam rangka penanggulangan korban / kerusakan akibat bencana alam;
- Dana bagi hasil pajak dari provinsi kepada kabupaten/kota;
- Dana penyesuaian dan dana otonomi khusus yang ditetapkan oleh pemerintah;
- Bantuan keuangan dari Provinsi atau dari Pemerintah Daerah lainnya.

Jadi secara ringkasnya, struktur pendapatan daerah terlihat pada gambar 4.1 berikut ini.



Gambar 4.1 Struktur Pendapatan Daerah

4.2 PENDAPATAN DAERAH DARI REKLAME ROKOK DAN PRODUK SELAIN ROKOK

4.2.1 Pendapatan Daerah dari Reklame Rokok dan Produk Selain Rokok di Kota Semarang

Pajak Reklame di Kota Semarang di atur dalam Peraturan Daerah Nomor 2 tahun 2002 tentang Pajak Reklame. Pajak Reklame merupakan pajak yang dipungut atas setiap penyelenggaraan reklame. Objek pajak reklame adalah semua penyelenggaraan reklame yang meliputi:

1. Reklame bando, adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan besi dan sejenisnya, kayu kertas, plastik, *fibre glass*, kaca, batu, logam, alat penyinar atau alat lain yang bersinar yang dipasang pada tempat yang disediakan (berdiri sendiri) atau dengan cara digantungkan atau ditempelkan, melintang/bersebrangan di atas jalan di dalam sarana dan prasarana kota.
2. Reklame megatron, adalah reklame yang bersifat tetap (tidak dapat dipindahkan) menggunakan layar monitor maupun tidak, berupa gambar dan/atau tulisan yang dapat berubah-ubah, terprogram dan menggunakan tenaga listrik. Termasuk didalamnya Videotron dan *Electronic Display*.

3. Reklame papan (Billboard), adalah reklame yang bersifat tetap (tidak dapat dipindahkan) terbuat dari papan, kayu, seng, tinsplate, collibrite, vnil, aluminium, fiber glass, kaca, batu, tembok atau beton, logam atau bahan lain yang sejenis, dipasang pada tempat yang disediakan (berdiri sendiri) atau digantung atau ditempel atau dibuat pada bangunan tembok, dinding, pagar, tiang dan sebagainya baik bersinar, disinari maupun yang tidak bersinar.
4. Reklame berjalan, adalah reklame yang ditempatkan pada kendaraan atau benda yang dapat bergerak, yang diselenggarakan dengan menggunakan kendaraan atau dengan cara dibawa/didorong/ditarik oleh orang. Termasuk di dalamnya reklame pada gerobak/rombong, kendaraan baik bermotor ataupun tidak.
5. Reklame baliho, adalah reklame yang terbuat dari papan kayu atau bahan lain dan dipasang pada konstruksi yang tidak permanen dan tujuan materinya mempromosikan suatu even atau kegiatan yang bersifat insidentil.
6. Reklame kain, adalah reklame yang tujuan materinya jangka pendek atau mempromosikan suatu even atau kegiatan yang bersifat insidentil dengan menggunakan bahan kain, termasuk plastik atau bahan lain yang sejenis. Termasuk di dalamnya adalah spanduk, umbul-umbul, bendera, flag chain (rangkaian bendera), tenda, krey, banner, giant banner dan standing banner.
7. Reklame selebaran, adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantung pada suatu benda lain, termasuk di dalamnya adalah brosur, leaflet, dan reklame dalam undangan.
8. Reklame melekat atau stiker, adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas diselenggarakan dengan cara ditempelkan, dilekatkan, dipasang atau digantung pada suatu benda.
9. Reklame film atau slide, adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara menggunakan klise (celluloide) berupa kaca atau film, ataupun bahan-bahan lain yang sejenis, sebagai alat untuk diproyeksikan dan/atau dipancarkan.
10. Reklame udara, adalah reklame yang diselenggarakan di udara dengan menggunakan balon, gas, laser, pesawat atau alat lain yang sejenis.

11. Reklame suara, adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari atau oleh perantaraan alat.
12. Reklame peragaan, adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara.
13. Reklame sign net, adalah reklame jenis papan yang diselenggarakan secara berjajar di lokasi bukan persil dengan jumlah lebih dari satu dan memiliki elevasi rendah.

Subjek pajaknya adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan atau melakukan pemesanan reklame. Sedangkan wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame. Pengenaan Pajak didasarkan pada nilai sewa reklame (NSR) yang dihitung dengan memperhatikan lokasi penempatan, jalur jalan, ketinggian, sudut pandang posisi, jenis, jangka waktu penyelenggaraan dan ukuran media.

Tarif pajak ditetapkan sebesar 25% dari nilai sewa reklame dan untuk **reklame produk rokok** dikenakan tambahan pajak sebesar 25% dari pokok pajak. Besarnya pajak yang terutang dihitung dengan cara mengalikan tarif dengan dasar pengenaan pajak.

Di kota Semarang, pemohon reklame rokok dapat dirinci dalam tabel di bawah ini.

Tabel 4.1 Daftar Pemohon Reklame Rokok di kota Semarang

Tahun	Naskah Perusahaan	Jumlah Pemohon
2008	Bentoel	73
	Country	65
	Class Mild	7
	Djarum	140
	Dji Sam Soe	164
	Gudang Garam	74
	LA Light	6
	Lucky Strike	49
	Marlboro	156
	Sampoerna	59
	Star Mild	22

Tahun	Naskah Perusahaan	Jumlah Pemohon
	A Mild	126
	Total Pemohon	941
2009	Bentoel	102
	Country	66
	Class Mild	11
	Djarum	114
	Dji Sam Soe	89
	Gudang Garam	77
	LA Light	8
	Lucky Strike	56
	Marlboro	113
	Sampoerna	69
	Star Mild	10
	A Mild	118
	Neo Mild	1
	Total Pemohon	834
2010	Bentoel	115
	Country	58
	Class Mild	9
	Djarum	140
	Dji Sam Soe	25
	Gudang Garam	203
	LA Light	5
	Lucky Strike	21
	Marlboro	32
	Sampoerna	40
	Star Mild	4
	A Mild	85
	Sejati	33
	Total Pemohon	770

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa untuk tahun 2008, tiga pemohon reklame rokok terbanyak adalah Dji Sam Soe (164), diikuti oleh Marlboro (156) dan Djarum (140). Sementara itu pada tahun 2009, pemohon terbanyak adalah A-Mild (118), diikuti oleh Djarum (114) dan Marlboro (113). Pada tahun 2010, pemohon terbanyak yaitu Gudang Garam (203), Djarum (140) dan Bentoel (115).

Jika dilihat dari pendapatan daerah yang diperoleh dari pajak reklame rokok maka untuk periode 2008 hingga 2010, yang tertinggi memberikan pendapatan yaitu Djarum, Gudang Garam dan Sampoerna. Secara rinci tergambar pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.2 Pemohon yang memberikan pemasukan pajak reklame tertinggi

Tahun	Nama Pemohon	Jumlah Pajak (Rupiah)
2008	Djarum	1.117.796.500
	Gudang Garam	301.257.000
	Sampoerna	177.200.500
2009	Djarum	1.028.084.500
	Sampoerna	189.250.500
	Gudang Garam	186.231.000
2010	Djarum	1.026.547.500
	Gudang Garam	209.308.000
	Sampoerna	158.402.000

Sementara itu, jumlah unit dan pajak reklame rokok di kota Semarang adalah seperti pada tabel berikut ini.

Tabel 4.3 Jumlah Unit dan Pajak Reklame Produk Rokok Tahun 2008-2010

Pajak Reklame Rokok	2008	2009	2010
Jumlah Unit	941	834	770
Jumlah Pajak (Rupiah)	2.129.502.500	1.892.377.500	1.876.719.500

Dari tabel di atas terlihat penurunan pengguna lahan untuk reklame rokok selama tiga tahun terakhir. Dengan demikian hal ini berpengaruh terhadap jumlah pajak yang diterima oleh Pemerintah Kota Semarang. Dari tahun 2008 ke 2009 terjadi penurunan sekitar 11% sedangkan dari tahun 2009 ke 2010 terjadi sedikit penurunan yaitu 1%.

4.2.1.1 Pendapatan per bulan dari reklame produk rokok dan selain rokok di kota Semarang

Tabel di bawah ini menggambarkan perbandingan penerimaan dari reklame rokok dan reklame produk selain rokok untuk tahun 2008-2010.

Tabel 4.4 Realisasi Pajak Reklame Produk Rokok dan Produk Selain Rokok Di kota Semarang Tahun 2008-2010

Pajak Reklame	2008	2009	2010
Total	16.824.197.531	16.063.853.958	Data sedang diaudit
Iklan Rokok	2.129.502.500	1.892.377.500	1.876.719.500
Selain Iklan Rokok	14.694.695.031	14.171.476.458	Data sedang diaudit

Dari tabel di atas terlihat selama 3 tahun terjadi penurunan untuk reklame rokok, sedangkan untuk reklame non rokok data tahun 2010 belum bisa diperoleh karena belum selesai diaudit, namun terlihat ada penurunan juga sekitar 3,5%.

Dengan melihat tabel 4.4, maka dapat dihitung pendapatan rata-rata per bulan dari pajak reklame rokok dan produk selain rokok yaitu seperti tercantum pada tabel berikut ini.

Tabel 4.5 Pendapatan per bulan dari Pajak Reklame Rokok dan Produk Selain Rokok di kota Semarang Tahun 2008 – 2010

Tahun	Pendapatan rata-rata per bulan produk rokok (Rupiah)	Pendapatan rata-rata per bulan produk selain rokok (Rupiah)
2008	177.458.542	1.224.557.919
2009	157.698.125	1.180.956.372
2010	156.393.292	Data sedang diaudit

4.2.1.2 *Forecasting* tren tahunan pendapatan daerah dari reklame rokok dan produk selain rokok di Kota Semarang

Untuk pendapatan daerah dari reklame rokok di Kota Semarang, jika kita buat prediksi (*forecasting*) tren tahunan, maka akan didapat tabel seperti berikut ini:

Tabel 4.6 *Forecasting* tren tahunan pendapatan dari reklame rokok di kota Semarang hingga tahun 2014

Tahun	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Pendapatan dari reklame rokok	2.129.502.500	1.892.377.500	1.876.719.500	1.713.416.833	1.648.543.944	1.518.051.204	1.431.305.031

Sementara itu, prediksi tren tahunan untuk pendapatan daerah dari pajak reklame non rokok belum bisa ditampilkan karena data tahun 2010 belum ada, sedangkan untuk membuat prediksi (*forecasting*) diperlukan minimal data selama 3 tahun berturut-turut. Perhitungan forecasting ini berdasarkan formula dalam Microsoft Excel dan biasanya dipakai juga untuk pembuatan Rencana Strategis (Renstra), Studi Kelayakan (*Feasibility Study*), dan lain-lain.

4.2.2 Pendapatan Daerah dari Reklame Rokok dan Produk Selain Rokok di Kota Surabaya

Pajak Reklame di Kota Surabaya di atur dalam Peraturan Daerah Nomor 8 tahun 2006 tentang Penyelenggaraan Reklame dan Pajak Reklame. Pajak Reklame merupakan pajak yang dipungut atas setiap penyelenggaraan reklame. Objek pajak reklame adalah semua penyelenggaraan reklame yang meliputi:

1. Reklame megatron, adalah reklame yang bersifat tetap (tidak dapat dipindahkan) menggunakan layar monitor maupun tidak, berupa gambar dan/atau tulisan yang dapat berubah-ubah, terprogram dan menggunakan tenaga listrik. Termasuk didalamnya Videotron dan *Electronic Display*.
2. Reklame papan (Billboard), adalah reklame yang bersifat tetap (tidak dapat dipindahkan) terbuat dari papan, kayu, seng, timplat, collibrite, vnil, aluminium, fiber glass, kaca, batu, tembok atau beton, logam atau bahan lain yang sejenis,

dipasang pada tempat yang disediakan (berdiri sendiri) atau digantung atau ditempel atau dibuat pada bangunan tembok, dinding, pagar, tiang dan sebagainya baik bersinar, disinari maupun yang tidak bersinar.

3. Reklame berjalan, adalah reklame yang ditempatkan pada kendaraan atau benda yang dapat bergerak, yang diselenggarakan dengan menggunakan kendaraan atau dengan cara dibawa/didorong/ditarik oleh orang. Termasuk di dalamnya reklame pada gerobak/rombong, kendaraan baik bermotor ataupun tidak.
4. Reklame baliho, adalah reklame yang terbuat dari papan kayu atau bahan lain dan dipasang pada konstruksi yang tidak permanen dan tujuan materinya mempromosikan suatu even atau kegiatan yang bersifat insidentil.
5. Reklame kain, adalah reklame yang tujuan materinya jangka pendek atau mempromosikan suatu even atau kegiatan yang bersifat insidentil dengan menggunakan bahan kain, termasuk plastik atau bahan lain yang sejenis. Termasuk di dalamnya adalah spanduk, umbul-umbul, bendera, flag chain (rangkain bendera), tenda, krey, banner, giant banner dan standing banner.
6. Reklame selebaran, adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantung pada suatu benda lain, termasuk di dalamnya adalah brosur, leaflet, dan reklame dalam undangan.
7. Reklame melekat atau stiker, adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas diselenggarakan dengan cara ditempelkan, dilekatkan, dipasang atau digantung pada suatu benda.
8. Reklame film atau slide, adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara menggunakan klise (celluloide) berupa kaca atau film, ataupun bahan-bahan lain yang sejenis, sebagai alat untuk diproyeksikan dan/atau dipancarkan.
9. Reklame udara, adalah reklame yang diselenggarakan di udara dengan menggunakan balon, gas, laser, pesawat atau alat lain yang sejenis.
10. Reklame suara, adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari atau oleh perantaraan alat.

11. Reklame peragaan, adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara.
12. Reklame sign net, adalah reklame jenis papan yang diselenggarakan secara berjajar di lokasi bukan persil dengan jumlah lebih dari satu dan memiliki elevasi rendah.

Subjek pajaknya adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan atau melakukan pemesanan reklame. Sedangkan wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame. Pengenaan Pajak didasarkan pada nilai sewa reklame (NSR) yang dihitung dengan memperhatikan lokasi penempatan, jalur jalan, ketinggian, sudut pandang posisi, jenis, jangka waktu penyelenggaraan dan ukuran media.

Tarif pajak ditetapkan sebesar 25% dari nilai sewa reklame dan untuk **reklame produk rokok** dikenakan tambahan pajak sebesar 25% dari pokok pajak. Besarnya pajak yang terutang dihitung dengan cara mengalikan tarif dengan dasar pengenaan pajak.

Sementara itu, jumlah unit dan pajak reklame rokok adalah seperti pada tabel 4.7 berikut ini.

**Tabel 4.7 Jumlah Unit dan Pajak Reklame Produk Rokok di kota Surabaya
Tahun 2008-2010**

Pajak Reklame Rokok	2008	2009	2010
Jumlah Unit	1596	1938	2403
Jumlah Pajak (Rupiah)	22.321.452.072	25.451.099.755	33.054.321.529

Dari tabel di atas terlihat kenaikan pendapatan dari pajak reklame produk rokok selama 3 tahun terakhir. Dari tahun 2008 ke 2009 terjadi kenaikan sekitar 14% sedangkan dari tahun 2009 ke 2010 terjadi kenaikan yaitu 30%.

4.2.2.1 Pendapatan per bulan dari reklame produk rokok dan selain rokok di kota Surabaya

Tabel di bawah ini menggambarkan perbandingan penerimaan dari reklame rokok dan reklame produk selain rokok untuk tahun 2008-2010.

Tabel 4.8 Realisasi Pajak Reklame Produk Rokok dan Produk Selain Rokok di Kota Surabaya Tahun 2008-2010

Pajak Reklame	2008	2009	2010
Total	62.755.912.631	76.223.405.856	85.537.370.414
Iklan Rokok	22.321.452.072	25.451.099.755	33.054.321.529
Selain Iklan Rokok	40.434.460.559	50.772.306.101	52.483.048.885

Dari tabel di atas terlihat selama tiga tahun terjadi kenaikan untuk reklame rokok maupun reklame non rokok. Untuk pendapatan dari pajak reklame non rokok, dari tahun 2008 ke 2009 terjadi kenaikan sekitar 26% sedangkan dari tahun 2009 ke 2010 terjadi kenaikan yaitu 3,4%.

Dengan melihat tabel 4.8 maka dapat dihitung pendapatan rata-rata per bulan dari pajak reklame rokok dan produk selain rokok yaitu seperti tercantum pada tabel berikut ini.

Tabel 4.9 Pendapatan per bulan dari Pajak Reklame Rokok dan Produk Selain Rokok di kota Surabaya Tahun 2008 – 2010

Tahun	Pendapatan rata-rata per bulan produk rokok (Rupiah)	Pendapatan rata-rata per bulan produk selain rokok (Rupiah)
2008	1.860.121.006	3.369.538.380
2009	2.120.924.980	4.231.025.508
2010	2.754.526.794	4.373.587.407

4.2.2.2 Tren tahunan pendapatan daerah dari reklame rokok dan produk selain rokok di kota Surabaya

Untuk pendapatan daerah dari reklame rokok dan non rokok di Kota Surabaya, jika kita buat prediksi (*forecasting*) maka akan didapat tabel seperti berikut ini:

Tabel 4.10 Forecasting pendapatan dari reklame rokok di kota Surabaya hingga tahun 2014

Tahun	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Pendapatan dari reklame rokok (Rupiah)	1.860.121.006	2.120.924.980	2.754.526.794	3.139.596.715	3.690.354.564	4.130.653.795	4.644.592.104
Pendapatan dari reklame non rokok (Rupiah)	3.369.538.380	4.231.025.508	4.373.587.407	4.995.432.792	5.297.755.853	5.813.093.797	6.186.421.819

4.2.3 Pendapatan Daerah dari Reklame Rokok dan Produk Selain Rokok di Kota Pontianak

Pajak Reklame di Kota Pontianak di atur dalam Peraturan Daerah Nomor 10 tahun 2005 tentang Pajak Reklame. Adanya perubahan sistem tentang pajak daerah dan retribusi daerah maka dibentuklah peraturan baru Peraturan Daerah Kota Pontianak No.6 Tahun 2010 tentang Pajak Daerah Kota Pontianak.

Pajak reklame adalah 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.

Objek pajak reklame adalah semua penyelenggaraan reklame yang meliputi:

1. Reklame papan/*billboard*/*videotron*/*megatron* dan sejenisnya;
 - a. Reklame papan/*billboard*, adalah reklame yang bersifat tetap (tidak dapat dipindahkan) terbuat dari papan, kayu, seng, tinsplate, collibrite, vnil, aluminium, fiber glass, kaca, batu, tembok atau beton, logam atau bahan lain yang sejenis, dipasang pada tempat yang disediakan (berdiri sendiri) atau digantung atau ditempel atau dibuat pada bangunan tembok, dinding, pagar, tiang dan sebagainya baik bersinar, disinari maupun yang tidak bersinar.

- b. Reklame megatron, adalah reklame yang bersifat tetap (tidak dapat dipindahkan) menggunakan layar monitor maupun tidak, berupa gambar dan/atau tulisan yang dapat berubah-ubah, terprogram dan menggunakan tenaga listrik. Termasuk didalamnya Videotron dan *Electronic Display*.
2. Reklame kain, adalah reklame yang tujuan materinya jangka pendek atau mempromosikan suatu even atau kegiatan yang bersifat insidental dengan menggunakan bahan kain, termasuk plastik atau bahan lain yang sejenis. Termasuk di dalamnya adalah spanduk, umbul-umbul, bendera, flag chain (rangkain bendera), tenda, krey, banner, giant banner dan standing banner.
3. Reklame melekat atau stiker, adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas diselenggarakan dengan cara ditempelkan, dilekatkan, dipasang atau digantung pada suatu benda.
4. Reklame selebaran, adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantung pada suatu benda lain, termasuk di dalamnya adalah brosur, leaflet, dan reklame dalam undangan.
5. Reklame berjalan, adalah reklame yang ditempatkan pada kendaraan atau benda yang dapat bergerak, yang diselenggarakan dengan menggunakan kendaraan atau dengan cara dibawa/didorong/ditarik oleh orang. Termasuk di dalamnya reklame pada gerobak/rombong, kendaraan baik bermotor ataupun tidak.
6. Reklame udara, adalah reklame yang diselenggarakan di udara dengan menggunakan balon, gas, laser, pesawat atau alat lain yang sejenis.
7. Reklame apung, adalah reklame dalam bentuk tertentu, dengan bahan plastik, kain, kertas dan sejenisnya sesuai perkembangan zaman, yang pemasangannya dikaitkan pada kendaraan di atas air dan bersifat semi permanen.
8. Reklame suara, adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari atau oleh perantaraan alat.

9. Reklame film/*slide*, adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara menggunakan klise (celluloide) berupa kaca atau film, ataupun bahan-bahan lain yang sejenis, sebagai alat untuk diproyeksikan dan/atau dipancarkan.
10. Reklame peragaan, adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara.

Tidak termasuk sebagai objek pajak reklame adalah:

- a. Penyelenggaraan reklame melalui internet, televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan dan sejenisnya.
- b. Label/merek produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan, yang berfungsi untuk membedakan dari produk sejenis lainnya;
- c. Nama pengenal usaha atau profesi yang dipasang melekat pada bangunan tempat usaha atau profesi diselenggarakan sesuai dengan ketentuan yang mengatur nama pengenal usaha atau profesi tersebut;
- d. Reklame yang diselenggarakan oleh Pemerintah atau Pemerintah Daerah; dan
- e. Reklame yang ditempatkan pada kendaraan dan tidak bersifat komersial.
- f. Atribut atau gambar orang dari partai politik yang diselenggarakan dalam rangka kampanye pemilihan umum dan organisasi sosial kemasyarakatan serta tidak ada unsur komersial.
- g. Penyelenggaraan reklame lainnya yang ditetapkan dengan peraturan daerah.

Tarif pajak reklame ditetapkan, untuk reklame produk rokok ditetapkan 25% (dua puluh lima persen), untuk reklame di luar produk rokok ditetapkan 20%. Tarif pajak reklame ditetapkan dengan Peraturan Daerah.

Tata cara pemasangan reklame diatur lebih lanjut dalam Peraturan Walikota dengan memperhatikan keamanan, konstruksi, estetika dan perlindungan masyarakat. Peraturan Walikota Pontianak No. 13 Tahun 2008 berisi tentang Petunjuk Pelaksanaan Ijin Mendirikan Bangunan Reklame di Kota Pontianak, sedangkan Peraturan Walikota Pontianak No. 14 Tahun 2008 berisi tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame di Kota Pontianak.

Dari tabel 4.11 berikut ini, diketahui secara lengkap pemohon reklame rokok di kota Pontianak dari tahun 2008 hingga 2010.

Tabel 4.11 Daftar Pemohon Reklame Rokok di kota Pontianak

TAHUN	NASKAH	PEMOHON
2008	A MILD	32
	BENTOEL	6
	BLACK	18
	BHETA	1
	CLAS MILD	14
	DJARUM	19
	DJARUM LA	7
	DJARUM SUPER	11
	DJIE SAM SOE KRETEK	8
	GUDANG GARAM	22
	LA	67
	MARLBORO	13
	MASTER MILD M2	4
	NAGA	4
	SAMPOERNA	9
	SAMPOERNA HIJAU	7
	U MILD	19
	WISMILAK	2
	X MILD	5
	LAINNYA	76
TOTAL PEMOHON	344	
2009	A MILD	40
	ABSOLUT	4
	BLACK	7
	BHETA	7
	CLAS MILD	9
	COUNTRY	10
	DJARUM	18
	DJARUM BLACK	3
	DJARUM LA	6
	DJARUM SUPER	11

TAHUN	NASKAH	PEMOHON
	DJIE SAM SOE	16
	GUDANG GARAM	9
	L & M	19
	LA	43
	MARLBORO	11
	NEO MILD	9
	PRODUK L & M	8
	SAMPOERNA	4
	SAMPOERNA HIJAU	5
	SURYA PRO	3
	U MILD	8
	WIN MILD	6
	WISMILAK	11
	X MILD	2
	LAINNYA	57
	TOTAL PEMOHON	326
2010	A MILD	24
	BHETA	14
	BLACK	3
	CLAS MILD	7
	COUNTRY	3
	DJARUM	16
	DJARUM BLACK	4
	DJARUM LA	6
	DJARUM SUPER	7
	DJIE SAM SOE	23
	GUDANG GARAM	14
	L & M	20
	LA	71
	MARLBORO	10
	NIKI SUPER	6
	NEO MILD	1

TAHUN	NASKAH	PEMOHON
	SAMPOERNA	5
	STAR MILD	6
	SURYA PRO MILD	9
	U MILD	24
	WIN MILD	14
	WISMILAK	14
	LAINNYA	81
	TOTAL PEMOHON	382

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa untuk tahun 2008, tiga pemohon reklame rokok terbanyak adalah LA (67), diikuti oleh A-Mild (32) dan Gudang Garam (22). Sementara itu pada tahun 2009, pemohon terbanyak adalah LA (43), A-Mild (40) dan L & M (19). Pada tahun 2010, pemohon terbanyak yaitu LA (71), A-Mild (24) dan U-Mild (24).

Tabel 4.12 berikut ini menggambarkan jumlah pemohon reklame rokok dan jumlah pajak yang didapat pemerintah kota Pontianak dari pemasangan reklame rokok tersebut.

**Tabel 4.12 Jumlah Unit dan Pajak Reklame Produk Rokok di kota Pontianak
Tahun 2008-2010**

Pajak Reklame Rokok	2008	2009	2010
	SWASTA	SWASTA	SWASTA
Jumlah Unit	345	327	382
Jumlah Pajak	1.054.577.082	1.620.366.541	1.534.243.524

Dari table di atas, tampak terjadi kenaikan pendapatan yaitu sebesar 54% pada tahun 2009 dibandingkan tahun 2008, namun kemudian di tahun 2010 terjadi sedikit penurunan pendapatan yaitu sebesar 5,5%.

Selanjutnya tabel 4.13 menggambarkan pendapatan dari pajak reklame berdasarkan jenis reklamenya.

**Tabel 4.13 Pendapatan dari Pajak Reklame Berdasarkan Jenis Reklame
di kota Pontianak Tahun 2008 – 2010**

Jenis Reklame	2008		2009		2010	
	Non Rokok	Rokok	Non Rokok	Rokok	Non Rokok	Rokok
Baliho	77.922.600	14.478.750	42.790.200	46.316.250	107.645.792	23.143.500
Banner	0	0	55.763.850	36.558.750	196.580.310	118.115.625
Bendera	2.835.000	6.418.750	0	203.750	2.000.000	2.184.375
Bilboard dengan penerangan	756.992.824	480.945.227	883.719.339	584.306.813	1.328.840.680	646.724.361
Bilboard tanpa penerangan	268.087.341	206.949.197	368.516.298	276.183.385	546.497.097	325.512.882
Kain	90.899.220	82.797.000	25.926.300	189.027.750	0	
Kendaraan	26.642.804	7.162.500	50.922.498	4.329.263	38.694.111	10.920.900
Papan	10.791.338	7.720.313	0	0	0	0
Papan dengan penerangan	296.968.809	2.524.922	306.144.729	8.481.095	394.972.343	14.671.880
Papan tanpa penerangan	1.085.847.258	58.234.172	1.196.418.470	106.980.941	1.363.860.793	153.274.854
Peragaan-temp	1.950.000	0	5.400.000	1.406.250	1.950.000	0
Spanduk	125.079.540	74.707.501	154.508.600	124.961.252	296.176.151	119.721.457
Sun Screen	0	0	218.400	107.946.787	4.593.000	56.335.335
Umbul-umbul	46.736.700	104.979.375	131.350.560	126.004.880	149.938.242	50.747.730
Videotron	0	7.659.375	0	7.659.375	0	12.890.625
Jumlah	2.790.753.434	1.054.577.082	3.221.679.244	1.620.366.541	4.431.748.519	1.534.243.524

Dari tabel di atas diketahui bahwa jenis reklame billboard dengan penerangan memberikan pendapatan yang terbesar, diikuti jenis reklame billboard tanpa penerangan dan papan tanpa penerangan. Khusus untuk reklame rokok, jenis reklame umbul-umbul dan spanduk juga memberikan pendapatan yang cukup besar. Data lain yang perlu dicermati adalah terjadi kenaikan pendapatan dari tahun 2008 hingga 2010 di semua jenis reklame produk non rokok, kecuali pada jenis reklame bendera, kain dan kendaraan. Ini menunjukkan masih terdapat ruang untuk meningkatnya pendapatan dari pajak reklame produk non rokok.

4.2.3.1 Pendapatan per bulan dari reklame produk rokok dan selain rokok di kota Pontianak

Pada tabel 4.14, 4.15 dan 4.16 di bawah ini dapat diketahui rincian pendapatan per bulan, baik dari pajak reklame produk rokok maupun non rokok.

Tabel 4.14 Pendapatan per bulan dari reklame produk rokok dan non rokok tahun 2008

2008	Reklame Rokok (Rp)	Relame Non Rokok (Rp)	Total Reklame (Rp)
Jan	93.289.547	338.232.314	431.521.861
Feb	19.156.875	213.294.879	232.451.754
Mar	76.076.813	122.185.186	198.261.999
Apr	22.288.050	176.859.179	199.147.229
Mei	175.400.912	375.223.526	550.624.438
Jun	129.845.391	235.995.466	365.840.857
Jul	92.214.302	298.975.975	391.190.277
Agust	101.684.814	378.822.153	480.506.967
Sep	124.418.750	242.370.050	366.788.800
Okt	82.598.628	136.461.728	219.060.356
Nop	37.953.750	152.721.758	190.675.508
Des	99.649.250	119.611.220	219.260.470
Total	1.054.577.082	2.790.753.434	3.845.330.516

Dari tabel di atas terlihat bahwa pendapatan tiap bulan bervariasi baik untuk produk rokok maupun non rokok, namun pendapatan tertinggi diperoleh sekitar bulan Mei hingga September. Jika dihitung rata-ratanya yaitu sebesar Rp 87,9 juta per bulan untuk produk rokok dan Rp 232,6 juta per bulan untuk produk non rokok.

Tabel 4.15 Pendapatan per bulan dari reklame produk rokok dan non rokok tahun 2009

2009	Reklame Rokok (Rp)	Relame Non Rokok (Rp)	Total Reklame (Rp)
Jan	79.081.505	176.737.770	255.819.275
Feb	133.005.376	207.319.880	340.325.256
Mar	209.829.688	157.457.514	367.287.202
Apr	103.118.438	196.235.293	299.353.731

2009	Reklame Rokok (Rp)	Relame Non Rokok (Rp)	Total Reklame (Rp)
Mei	53.392.032	268.022.308	321.414.340
Jun	106.890.263	246.193.921	353.084.184
Jul	87.660.002	237.287.170	324.947.172
Agust	91.261.130	208.294.642	299.555.772
Sep	89.945.250	404.199.407	494.144.657
Okt	48.685.350	267.083.668	315.769.018
Nop	242.024.444	267.649.334	509.673.778
Des	375.473.063	585.198.337	960.671.400
Total	1.620.366.541	3.221.679.244	4.842.045.785

Dari tabel di atas terlihat bahwa pendapatan tiap bulan bervariasi baik untuk produk rokok maupun non rokok. Pendapatan tertinggi untuk produk rokok diperoleh pada bulan November dan Desember, sedangkan untuk produk non rokok pada bulan September dan Desember. Jika dihitung rata-ratanya yaitu sebesar Rp 135 juta per bulan untuk produk rokok dan Rp 268,5 juta per bulan untuk produk non rokok.

Tabel 4.16 Pendapatan per bulan dari reklame produk rokok dan non rokok tahun 2010

2010	Reklame Rokok(Rp)	Relame Non Rokok (Rp)	Total Reklame (Rp)
Jan	36.065.625	410.113.582	446.179.207
Feb	60.035.025	189.109.954	249.144.979
Mar	99.696.579	290.688.679	390.385.258
Apr	113.428.610	253.926.469	367.355.079
Mei	158.325.019	397.510.624	555.835.643
Jun	169.472.271	380.138.968	549.611.239
Jul	61.206.102	334.976.958	396.183.060
Agust	293.058.342	510.144.981	803.203.323
Sep	60.724.500	276.748.279	337.472.779
Okt	99.927.470	447.169.345	547.096.815
Nop	102.563.423	284.161.291	386.724.714
Des	279.740.558	657.059.389	936.799.947
Total	1.534.243.524	4.431.748.519	5.965.992.043

Dari tabel di atas terlihat bahwa pendapatan tiap bulan bervariasi baik untuk produk rokok maupun non rokok. Pendapatan tertinggi dari pajak reklame diperoleh pada bulan Agustus dan Desember. Jika dihitung rata-ratanya yaitu sebesar Rp 127,9 juta per bulan untuk produk rokok dan Rp 369,3 juta per bulan untuk produk non rokok.

4.2.3.2 *Forecasting* tren tahunan pendapatan daerah dari reklame rokok dan produk selain rokok di kota Pontianak

Untuk pendapatan daerah dari reklame rokok dan non rokok di Kota Pontianak, jika kita buat prediksi (*forecasting*) maka akan didapat tabel seperti berikut ini:

Tabel 4.17 *Forecasting* tren tahunan pendapatan dari reklame rokok hingga tahun 2014

Tahun	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Pendapatan dari reklame rokok	1.054.577.082	1.620.366.541	1.534.243.524	1.882.728.824	2.122.562.045	2.362.395.266	2.602.228.487
Pendapatan dari reklame non rokok	2.790.753.434	3.221.679.244	4.431.748.519	5.006.435.532	5.803.692.011	6.600.948.489	7.398.204.968

4.3 PENDAPATAN DAERAH DARI SPONSORSHIP DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) INDUSTRI ROKOK

Di Kota Semarang dan Pontianak tidak didapatkan data tentang sponsorship dan CSR dari industri rokok, karena Dinas Pendapatan Daerah tidak mengurus masalah sponsorship dan CSR, namun hanya ijin pajak reklame. Untuk urusan sponsorship biasanya industri rokok langsung berhubungan dengan *event organizer* kegiatan/program yang disponsori.

Sementara di kota Surabaya, hanya Dinas Pendidikan Kota Surabaya yang mendapatkan dana CSR yaitu dari Yayasan Sampoerna:

- Rp 750.000.000,- per tahun yang dialokasikan untuk peningkatan kapasitas guru, kepala sekolah dan pengawas melalui pembinaan, penyediaan TLC dan pengawasan.
- Rp 600.000.000,- sebanyak satu kali yang dialokasikan untuk sarana dan prasarana pendidikan.

Namun dana tersebut di atas langsung diberikan oleh Yayasan Sampoerna Foundation ke Dinas Pendidikan dan tidak masuk ke dalam Pendapatan Daerah. Dengan demikian tidak ada pendapatan daerah yang berasal dari CSR dan sponsorship industri rokok, baik di kota Semarang, Surabaya ataupun Pontianak.

4.4 TOTAL PENDAPATAN DAERAH SELAIN DARI ADVERTENSI TEMBAKAU

4.4.1 Pendapatan Daerah Selain dari Advertensi Tembakau di kota Semarang

Seperti diketahui, pendapatan daerah terdiri dari Pendapatan Asli Daerah (PAD), Dana Perimbangan dan Lain-lain Pendapatan Daerah Yang Sah. Pada tabel di bawah ini digambarkan pendapatan daerah Kota Semarang untuk tahun 2008 hingga 2010.

Tabel 4.18 Pendapatan Daerah Kota Semarang Tahun 2008 – 2010

No. Urut	Jenis Pendapatan	Jumlah Pendapatan (Rp)
1	Pendapatan Asli Daerah periode Januari-Desember 2008	266.380.929.097
2	Pendapatan Asli Daerah periode Januari-Desember 2009	306.112.422.821
3	Pendapatan Asli Daerah periode Januari-Desember 2010	Data sedang diaudit
4	Total Pendapatan Asli Daerah periode Januari 2008 – Desember 2010	
5	Dana Perimbangan periode Januari-Desember 2008	887.424.863.439
6	Dana Perimbangan periode Januari-Desember 2009	1.006.576.475.543
7	Dana Perimbangan periode Januari-Desember 2010	Data sedang diaudit
8	Total Dana Perimbangan periode Januari 2008 – Desember 2010	
9	Lain-lain Pendapatan Daerah yang Sah periode Januari-Desember 2008	183.871.039.695
10	Lain-lain Pendapatan Daerah yang Sah periode Januari-Desember 2009	225.801.639.152
11	Lain-lain Pendapatan Daerah yang Sah periode Januari-Desember 2010	Data sedang diaudit
12	Total Lain-lain Pendapatan Daerah yang Sah periode Januari 2008 - Desember 2010	

Dari tabel di atas maka dapat dihitung total pendapatan daerah selain dari advertensi tembakau, yaitu dengan mengurangi jumlah pendapatan asli daerah dengan pendapatan dari advertensi tembakau. Hasilnya seperti pada tabel berikut ini.

Tabel 4.19 Pendapatan daerah selain dari advertensi tembakau

Jenis Pendapatan Daerah	2008 (Rp)	2009 (Rp)	2010 (Rp)
Pendapatan Asli Daerah Selain dari Advertensi Tembakau	264.251.426.597	304.220.045.321	Data sedang diaudit
Dana Perimbangan	887.424.863.439	1.006.576.475.543	Data sedang diaudit
Lain-lain Pendapatan Daerah Yang Sah	183.871.039.695	225.801.639.152	Data sedang diaudit
Total Pendapatan Daerah Selain dari Advertensi Tembakau	1.335.547.329.731	1.536.598.160.016	Data sedang diaudit

Tabel di atas menunjukkan bahwa walaupun terjadi penurunan pendapatan dari advertensi tembakau dari tahun 2008 ke 2009, namun hal itu tertutupi dengan kenaikan yang cukup signifikan pada jenis pendapatan daerah lainnya yaitu melalui Pendapatan Asli Daerah selain dari Advertensi Tembakau, Dana Perimbangan maupun Lain-lain Pendapatan Daerah Yang Sah.

4.4.1.1 Persentase/Perbandingan Pendapatan dari Advertensi Tembakau dengan Jenis Pendapatan Daerah Lainnya di Kota Semarang

Pada tabel berikut ini akan dibandingkan pendapatan daerah dari advertensi tembakau dengan jenis-jenis pendapatan daerah lainnya. Perbandingan kemudian ditampilkan dalam bentuk persentase (%).

Tabel 4.20 Perbandingan Pendapatan dari Advertensi Tembakau dengan Jenis Pendapatan Daerah Lainnya

Jenis Pendapatan Daerah	2008		2009		2010	
	Jumlah (Rp)	Persentase (%)	Jumlah (Rp)	Persentase (%)	Jumlah (Rp)	Persentase (%)
Pendapatan daerah dari advertensi tembakau	2.129.502.500		1.892.377.500		1.876.719.500	
Pendapatan daerah dari	14.694.695.031	87,5	14.171.476.458	88,1		

Jenis Pendapatan Daerah	2008		2009		2010	
	Jumlah (Rp)	Persentase (%)	Jumlah (Rp)	Persentase (%)	Jumlah (Rp)	Persentase (%)
advertisi produk selain tembakau/rokok						
Pendapatan Asli Daerah selain dari advertensi tembakau	264.251.426.597	99,2	304.220.045.321	99,4		
Total Pendapatan Daerah selain dari advertensi tembakau	1.335.547.329.731	99,85	1.536.598.160.016	99,88		

Dari tabel di atas diketahui bahwa pendapatan daerah dari advertensi tembakau pada tahun 2008 hanya sebesar:

- 0,15% dari total pendapatan daerah tahun 2008
- 0,8% dari pendapatan asli daerah (PAD) tahun 2008, dan
- 12,5% dari pendapatan total dari advertensi semua produk (rokok dan non rokok) tahun 2008

Sedangkan untuk tahun 2009, pendapatan daerah dari advertensi tembakau pada tahun 2009 hanya sebesar:

- 0,12% dari total pendapatan daerah tahun 2009
- 0,6% dari pendapatan asli daerah (PAD) tahun 2009, dan
- 11,9% dari pendapatan total dari advertensi semua produk (rokok dan non rokok) tahun 2009

4.4.2 Pendapatan Daerah Selain dari Advertensi Tembakau di kota Surabaya

Seperti diketahui, pendapatan daerah terdiri dari Pendapatan Asli Daerah (PAD), Dana Perimbangan dan Lain-lain Pendapatan Daerah Yang Sah. Pada tabel berikut ini digambarkan pendapatan daerah Kota Surabaya untuk tahun 2008 hingga 2010.

Tabel 4.21 Pendapatan Daerah Kota Surabaya Tahun 2008 - 2010

No. Urut	Jenis Pendapatan	Jumlah Pendapatan (Rp)
1	Pendapatan Asli Daerah periode Januari-Desember 2008	764.225.258.372
2	Pendapatan Asli Daerah periode Januari-Desember 2009	882.616.888.644
3	Pendapatan Asli Daerah periode Januari-Desember 2010	1.059.891.415.591
4	Total Pendapatan Asli Daerah periode Januari 2008 – Desember 2010	2.706.733.562.607
5	Dana Perimbangan periode Januari-Desember 2008	1.308.486.621.208
6	Dana Perimbangan periode Januari-Desember 2009	1.542.368.257.097
7	Dana Perimbangan periode Januari-Desember 2010	1.593.973.028.548
8	Total Dana Perimbangan periode Januari 2008 – Desember 2010	4.444.827.906.853
9	Lain-lain Pendapatan Daerah yang Sah periode Januari-Desember 2008	290.493.997.870
10	Lain-lain Pendapatan Daerah yang Sah periode Januari-Desember 2009	360.299.521.575
11	Lain-lain Pendapatan Daerah yang Sah periode Januari-Desember 2010	617.556.788.729
12	Total Lain-lain Pendapatan Daerah yang Sah periode Januari 2008 - Desember 2010	1.268.350.308.174

Dari tabel di atas maka dapat dihitung total pendapatan daerah selain dari advertensi tembakau, yaitu dengan mengurangi jumlah pendapatan asli daerah dengan pendapatan dari advertensi tembakau. Hasilnya seperti pada tabel berikut ini.

Tabel 4.22 Pendapatan daerah selain dari advertensi tembakau

Jenis Pendapatan Daerah	2008 (Rp)	2009 (Rp)	2010 (Rp)	Total 2008-2010 (Rp)
Pendapatan Asli Daerah Selain dari Advertensi Tembakau	741.903.806.300	857.165.788.889	1.026.837.094.062	2.625.906.689.251
Dana Perimbangan	1.308.486.621.208	1.542.368.257.097	1.593.973.028.548	4.444.827.906.853
Lain-lain Pendapatan Daerah Yang Sah	290.493.997.870	360.299.521.575	617.556.788.729	1.268.350.308.174
Total Pendapatan Daerah Selain dari Advertensi Tembakau	2.340.884.425.378	2.759.833.567.561	3.238.366.911.339	8.339.084.904.278

Tabel di atas menunjukkan terjadinya kenaikan pendapatan dari tahun 2008 hingga 2010 yaitu pada Pendapatan Asli Daerah (PAD) selain dari advertensi tembakau, Dana Perimbangan dan Lain-lain Pendapatan Daerah Yang Sah.

4.4.2.1 Persentase/Perbandingan Pendapatan dari Advertensi Tembakau dengan Jenis Pendapatan Daerah Lainnya di Kota Surabaya

Pada tabel berikut ini akan dibandingkan pendapatan daerah dari advertensi tembakau dengan jenis-jenis pendapatan daerah lainnya. Perbandingan kemudian ditampilkan dalam bentuk persentase (%).

Tabel 4.23 Perbandingan Pendapatan dari Advertensi Tembakau dengan Jenis Pendapatan Daerah Lainnya di kota Surabaya

Jenis Pendapatan Daerah	2008		2009		2010	
	Jumlah (Rp)	Persentase (%)	Jumlah (Rp)	Persentase (%)	Jumlah (Rp)	Persentase (%)
Pendapatan daerah dari advertensi tembakau	22.321.452.072		25.451.099.755		33.054.321.529	
Pendapatan daerah dari advertensi produk selain tembakau	40.434.460.559	64,44	50.772.306.101	66,56	52.483.048.885	61,36
Pendapatan Asli Daerah selain dari advertensi tembakau	741.903.806.300	97,09	857.165.788.889	97,12	1.026.837.094.062	96,89
Total Pendapatan Daerah selain dari advertensi tembakau	2.340.884.425.378	99,06	2.759.833.567.561	99,09	3.238.366.911.339	98,99

Dari tabel di atas diketahui bahwa pendapatan daerah dari advertensi tembakau pada tahun 2008 hanya sebesar:

- 0,94% dari total pendapatan daerah tahun 2008
- 2,91% dari pendapatan asli daerah (PAD) tahun 2008, dan

- 35,56% dari pendapatan total dari advertensi semua produk (rokok dan non rokok) tahun 2008

Sedangkan untuk tahun 2009, pendapatan daerah dari advertensi tembakau pada tahun 2009 hanya sebesar:

- 0,91% dari total pendapatan daerah tahun 2009
- 2,88% dari pendapatan asli daerah (PAD) tahun 2009, dan
- 33,44% dari pendapatan total dari advertensi semua produk (rokok dan non rokok) tahun 2009

Untuk tahun 2010, pendapatan daerah dari advertensi tembakau pada tahun 2010 hanya sebesar:

- 1,01% dari total pendapatan daerah tahun 2010
- 3,11% dari pendapatan asli daerah (PAD) tahun 2010, dan
- 38,64% dari pendapatan total dari advertensi semua produk (rokok dan non rokok) tahun 2010

4.4.3 Pendapatan Daerah Selain dari Advertensi Tembakau di kota Pontianak

Pendapatan daerah terdiri dari Pendapatan Asli Daerah (PAD), Dana Perimbangan dan Lain-lain Pendapatan Daerah Yang Sah. Pada tabel di bawah ini digambarkan pendapatan daerah Kota Pontianak untuk tahun 2008 hingga 2010.

Tabel 4.24 Pendapatan Daerah Kota Pontianak Tahun 2008 – 2010

No. Urut	Jenis Pendapatan	Jumlah Pendapatan (Rp)
1	Pendapatan Asli Daerah periode Januari-Desember 2008	64.207.342.982
2	Pendapatan Asli Daerah periode Januari-Desember 2009	65.847.726.760
3	Pendapatan Asli Daerah periode Januari-Desember 2010	87.368.264.213
4	Total Pendapatan Asli Daerah periode Januari 2008 – Desember 2010	217.423.333.955
5	Dana Perimbangan periode Januari-Desember 2008	490.179.216.424
6	Dana Perimbangan periode Januari-Desember 2009	499.640.062.069

No. Urut	Jenis Pendapatan	Jumlah Pendapatan (Rp)
7	Dana Perimbangan periode Januari-Desember 2010	499.166.051.965
8	Total Dana Perimbangan periode Januari 2008 – Desember 2010	1.488.985.330.458
9	Lain-lain Pendapatan Daerah yang Sah periode Januari-Desember 2008	64.302.785.648
10	Lain-lain Pendapatan Daerah yang Sah periode Januari-Desember 2009	100.183.965.095
11	Lain-lain Pendapatan Daerah yang Sah periode Januari-Desember 2010	179.165.772.015
12	Total Lain-lain Pendapatan Daerah yang Sah periode Januari 2008 - Desember 2010	172.880.732.277

Dari tabel di atas maka dapat dihitung total pendapatan daerah selain dari advertensi tembakau, yaitu dengan mengurangi jumlah pendapatan asli daerah dengan pendapatan dari advertensi tembakau. Hasilnya seperti pada tabel berikut ini.

Tabel 4.25 Pendapatan daerah selain dari advertensi tembakau

Jenis Pendapatan Daerah	2008 (Rp)	2009 (Rp)	2010 (Rp)	Total 2008-2010 (Rp)
Pendapatan Asli Daerah Selain dari Advertensi Tembakau	63.152.765.900	64.227.360.219	85.834.020.689	213.214.146.808
Dana Perimbangan	490.179.216.424	499.640.062.069	499.166.051.965	1.488.985.330.458
Lain-lain Pendapatan Daerah Yang Sah	64.302.785.648	100.183.965.095	179.165.772.015	343.652.522.758
Total Pendapatan Daerah Selain dari Advertensi Tembakau	617.634.767.972	664.051.387.383	764.165.844.669	2.045.852.000.024

Tabel di atas menunjukkan terjadinya kenaikan PAD antara tahun 2008 hingga 2010, sedangkan dana perimbangan relatif sama dalam 3 tahun terakhir. Lain-lain pendapatan daerah yang sah juga mengalami peningkatan yang cukup tajam dari tahun 2008 ke 2010.

4.4.3.1 Persentase/Perbandingan Pendapatan dari Advertensi Tembakau dengan Jenis Pendapatan Daerah Lainnya di Kota Pontianak

Pada tabel berikut ini akan dibandingkan pendapatan daerah dari advertensi tembakau dengan jenis-jenis pendapatan daerah lainnya. Perbandingan kemudian ditampilkan dalam bentuk persentase (%).

Tabel 4.26 Perbandingan Pendapatan dari Advertensi Tembakau dengan Jenis Pendapatan Daerah Lainnya

Jenis Pendapatan Daerah	2008		2009		2010	
	Jumlah (Rp)	Persentase (%)	Jumlah (Rp)	Persentase (%)	Jumlah (Rp)	Persentase (%)
Pendapatan daerah dari advertensi tembakau	1.054.577.082		1.620.366.541		1.534.243.524	
Pendapatan daerah dari advertensi produk selain tembakau/rokok	2.743.162.543	72,30	3.154.929.682	66,07	4.337.675.500	73,87
Pendapatan Asli Daerah selain dari advertensi tembakau	63.152.765.900	98,36	64.227.360.219	97,54	85.834.020.689	98,24
Total Pendapatan Daerah selain dari advertensi tembakau	617.634.767.972	99,84	664.051.387.387	99,76	764.165.844.670	99,80

Dari tabel di atas diketahui bahwa pendapatan daerah dari advertensi tembakau pada tahun 2008 hanya sebesar:

- 0,16% dari total pendapatan daerah tahun 2008
- 1,64% dari pendapatan asli daerah (PAD) tahun 2008, dan
- 27,70% dari pendapatan total dari advertensi semua produk (rokok dan non rokok) tahun 2008

Sedangkan untuk tahun 2009, pendapatan daerah dari advertensi tembakau pada tahun 2009 hanya sebesar:

- 0,24% dari total pendapatan daerah tahun 2009
- 2,46% dari pendapatan asli daerah (PAD) tahun 2009, dan
- 33,93% dari pendapatan total dari advertensi semua produk (rokok dan non rokok) tahun 2009

Untuk tahun 2010, pendapatan daerah dari advertensi tembakau pada tahun 2010 hanya sebesar:

- 0,20% dari total pendapatan daerah tahun 2010
- 1,76% dari pendapatan asli daerah (PAD) tahun 2010, dan
- 26,13% dari pendapatan total dari advertensi semua produk (rokok dan non rokok) tahun 2010

4.5 DANA BAGI HASIL CUKAI HASIL TEMBAKAU (DBHCHT)

Dana bagi hasil cukai hasil tembakau (DBHCHT) dialokasikan dalam undang-undang mengenai Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara dan perubahannya. Alokasi DBHCHT kepada daerah provinsi/kabupaten/kota ditetapkan oleh Menteri Keuangan dalam Peraturan Menteri Keuangan tersendiri. Untuk penggunaan DBHCHT, diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 84/PMK.07/2008 tentang Penggunaan Dana Bagi Hasil Cukai Hasil Tembakau dan Sanksi Atas Penyalahgunaan Alokasi Dana Bagi Hasil Cukai Hasil Tembakau.

4.5.1 Dana Bagi Hasil Cukai Hasil Tembakau (DBHCHT) yang Diterima Kota Semarang

Cukai yang diterima Kota Semarang selama tahun 2008 hingga 2010 tergambar pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.27 Pendapatan dari DBHCHT tahun 2008-2010

No. Urut	Jenis Pendapatan	Jumlah Pendapatan (Rp)
1	DBHCHT tahun 2008	Tidak dapat
2	DBHCHT tahun 2009	9.546.746.210
3	DBHCHT tahun 2010	4.878.333.702

Pendapatan dari dana bagi hasil cukai hasil tembakau tersebut kemudian penggunaannya dialokasikan untuk :

Dinas Koperasi

- Pembinaan lingkungan sosial meliputi pelatihan akses permodalan, pelatihan strategi pemasaran, pelatihan peningkatan mutu produk, pelatihan manajemen

usaha kecil bagi usaha mikro, pembinaan manajemen administrasi bagi pelaku usaha mikro, kegiatan koordinasi pemberdayaan potensi ekonomi, penyaluran bantuan sarana usaha bagi kelompok pelaku usaha mikro

- Membina masyarakat dengan prioritas masyarakat yang ada di lingkungan usaha rokok, cengkeh, tembakau dalam bentuk :
 1. Bimbingan teknis (bintek) akses permodalan (contoh : manajemen usaha
 2. Memberi bantuan sarana prasarana produksi (contoh : magic com, mesin jahit, oven, blender)

Dinas Perindustrian dan Perdagangan

1. Pembinaan lingkungan sosial meliputi :

- a) Pembinaan kemampuan dan keterampilan di lingkungan industri hasil tembakau dan/atau daerah penghasil bahan baku industri hasil tembakau
- b) Penerapan manajemen limbah industri hasil tembakau yang mengacu pada AMDAL
- c) Penetapan Kawasan Tanpa Asap Rokok dan pengadaan tempat khusus untuk merokok di tempat umum
- d) Penyediaan fasilitas perawatan kesehatan bagi penderita akibat dampak rokok
- e) Penguatan sarana dan prasarana pelatihan bagi tenaga kerja industri hasil tembakau dan/atau
- f) Penguatan ekonomi masyarakat di lingkungan industri hasil tembakau dalam rangka pengentasan kemiskinan, mengurangi pengangguran, dan mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, dilaksanakan melalui bantuan permodalan dan sarana produksi

2. Pemberantasan barang kena cukai illegal

3. Peningkatan kualitas bahan baku

4. Pembinaan industri

5. Sosialisasi ketentuan di bidang cukai

Dinas Tenaga Kerja

Pembinaan lingkungan sosial meliputi :

- a) Pemberian fasilitasi dan mendorong system pendanaan berbasis masyarakat
- b) Pemberdayaan koperasi pekerja sektor rokok, tembakau, dan cengkeh

- c) Peningkatan pengawasan dan perlindungan tenaga kerja di sektor rokok tembakau makanan dan minuman

Dinas Kesehatan

Pengendalian penyakit tidak menular dan promosi akibat rokok

Dinas Pendidikan

Sosialisasi bahaya rokok bagi kesehatan

Selain itu, dana cukai juga digunakan untuk Pembentukan Kawasan Tanpa Rokok, sesuai dengan PERWAL (Peraturan Walikota) No. 12/2009 tentang Kawasan Tanpa Rokok dan Kawasan Terbatas Merokok Kota Semarang. Kegiatan yang didanai antara lain:

- Menyediakan tempat khusus untuk merokok
- Membuat dan memasang tanda/petunjuk/peringatan larangan merokok

Secara rinci alokasi dari dana bagi hasil cukai hasil tembakau (DBHCHT) di kota Semarang adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.28 Alokasi Dana Bagi Hasil Cukai Hasil Tembakau (DBHCHT)
Kota Semarang Tahun 2009**

NO.	SKPD	JUMLAH
1.	DISPERINDAG	1.000.000.000,-
2.	BADAN LINGKUNGAN HIDUP	1.400.000.000,-
3.	RUMAH SAKIT UMUM DAERAH	850.000.000,-
4.	BAGIAN HUMAS	190.000.000,-
5.	BAGIAN PEREKONOMIAN	451.835.400,-
6.	DINAS KOPERASI & UMKM	950.000.000,-
7.	DISNAKERTRANS	954.910.810,-
8.	DINAS KESEHATAN	1.100.000.000,-
9.	DINAS PENDIDIKAN	400.000.000,-

NO.	SKPD	JUMLAH
10.	DISHUBKOMINFO	80.000.000,-
11.	DINSOSPORA	1.000.000.000,-
12.	DINAS PERTANIAN	370.000.000,-
13.	DTKP	800.000.000,-
	JUMLAH	9.546.746.210,-

Dari alokasi DBHCHT tahun 2009 tersebut yang berhasil diserap hanya Rp 1.000.000.000,- (satu milyar rupiah) oleh Disperindag. Dana yang belum terserap kemudian seluruhnya ditambahkan kepada alokasi DBHCHT tahun 2010, sehingga DBHCHT tahun 2010 untuk Kota Semarang sebesar Rp 13.425.079.912,- Alokasi secara rinci seperti tergambar di tabel berikut ini.

**Tabel 4.29 Alokasi Dana Bagi Hasil Cukai Hasil Tembakau (DBHCHT)
Kota Semarang Tahun 2010**

NO.	SKPD	JUMLAH
1.	DISPERINDAG	400.000.000,-
1.	BADAN LINGKUNGAN HIDUP	1.900.000.000,-
2.	RUMAH SAKIT UMUM DAERAH	1.350.000.000,-
3.	BAGIAN PEREKONOMIAN SETDA	704.695.700,-
4.	BAGIAN HUMAS SETDA	390.473.402
5.	DINAS KOPERASI UMUM DAN UMKM	1.350.000.000,-
6.	DINAS TENAGA KERJA DAN TRANSMIGRASI	1.354.910.810,-
7.	DINAS KESEHATAN	1.700.000.000,-
9.	DINAS PENDIDIKAN	650.000.000,-
10.	DINAS PERHUBUNGAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA	180.000.000,-
11.	DINAS SOSIAL, PEMUDA DAN OLAHRAGA	1.550.000.000,-

12.	DINAS PERTANIAN	670.000.000,-
13.	DINAS TATA KOTA DAN PERUMAHAN	1.225.000.000,-
	JUMLAH	13.425.079.912,-

4.5.2 Dana Bagi Hasil Cukai Hasil Tembakau (DBHCHT) yang Diterima Kota Surabaya

Cukai yang diterima Kota Surabaya selama tahun 2008 hingga 2010 tergambar pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.30 Pendapatan dari DBHCHT Kota Surabaya tahun 2008-2010

No. Urut	Jenis Pendapatan	Jumlah Pendapatan (Rp)
1	Bagi hasil cukai rokok tahun 2008	3.590.836.463
2	Bagi hasil cukai rokok tahun 2009	17.151.241.458
3	Bagi hasil cukai rokok tahun 2010	10.251.872.684

Di kota Surabaya pendapatan DBHCHT dari tahun 2008 ke 2009 terjadi kenaikan hampir 500% atau 5 kali lipat, sedangkan dari tahun 2009 ke 2010 terjadi penurunan pendapatan dari bagi hasil cukai rokok sebesar 40%.

Pendapatan dari DBHCHT pada tahun 2008 penggunaannya dialokasikan kepada Dinas-dinas seperti tergambar pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.31 Alokasi pendapatan dari DBHCHT di kota Surabaya

TAHUN	DINAS	KEGIATAN	JUMLAH CUKAI ROKOK (Rupiah)
2008	Dinas Perdagangan, Perindustrian dan Penanaman Modal	Pembinaan industri rokok dan hasil cukai tembakau	222.266.350,-
	Bagian umum	Rehabilitasi ruangan untuk merokok di gedung Balai Kota Surabaya	44.417.350,-
	RSUD M. Soewandhie	Penyediaan fasilitas perawatan kesehatan bagi penderita akibat dampak	3.077.615.415,-

TAHUN	DINAS	KEGIATAN	JUMLAH CUKAI ROKOK (Rupiah)
		asap rokok	
	Sekretariat DPRD	Pemeliharaan dan pengadaan sarana dan prasarana perkantoran di sub kegiatan pembuatan ruang untuk merokok	246.537.348,-
JUMLAH			3.590.836.463,-
2009	Bagian Perlengkapan	Pemeliharaan dan pengadaan sarana dan prasarana perkantoran di sub kegiatan pembuatan ruang untuk merokok	367.967.600,-
	Dinas Kesehatan	Penyediaan fasilitas perawatan kesehatan bagi penderita akibat dampak asap rokok	11.902.381.000,-
	RSUD M. Soewandhie	Penyediaan fasilitas perawatan kesehatan bagi penderita akibat dampak asap rokok	3.980.615.415,-
	Dinas Pendidikan	Pemeliharaan dan pengadaan sarana dan prasarana perkantoran di sub kegiatan pembuatan ruang untuk merokok	49.999.975,-
	Dinas Kebersihan dan Pertamanan	Pemeliharaan dan pengadaan sarana dan prasarana perkantoran di sub kegiatan pembuatan ruang untuk merokok	49.999.975,-
	Badan Koordinasi dan Penanaman Modal	Pemeliharaan dan pengadaan sarana dan prasarana perkantoran di sub kegiatan pembuatan ruang untuk merokok	49.999.975,-
	Inspektorat	Pemeliharaan dan pengadaan sarana dan prasarana perkantoran di sub kegiatan pembuatan ruang untuk merokok	49.999.975,-
	Dinas PU Bina Marga	Pemeliharaan dan pengadaan sarana dan prasarana perkantoran di sub kegiatan pembuatan ruang untuk merokok	49.999.975,-

TAHUN	DINAS	KEGIATAN	JUMLAH CUKAI ROKOK (Rupiah)
	Bagian Humas	Pemeliharaan dan pengadaan sarana dan prasarana perkantoran di sub kegiatan pembuatan ruang untuk merokok	49.999.975,-
	Bagian umum	Pemeliharaan dan pengadaan sarana dan prasarana perkantoran di sub kegiatan pembuatan ruang untuk merokok	49.999.975,-
	Dinas Perdagangan dan Perindustrian	Pemeliharaan dan pengadaan sarana dan prasarana perkantoran di sub kegiatan pembuatan ruang untuk merokok	353.740.245,-
	Sekretariat DPRD	Pemeliharaan dan pengadaan sarana dan prasarana perkantoran di sub kegiatan pembuatan ruang untuk merokok	246.537.348,-
JUMLAH			17.151.241.458,-
2010	Dinas Perdagangan dan Perindustrian	Pembinaan industri rokok dan cukai hasil tembakau	305.477.126,-
	RSUD M. Soewandhie	Penyediaan fasilitas perawatan kesehatan bagi penderita akibat dampak asap rokok	3.400.759.792,-
	RS Bhakti Darma Husada	Penyediaan fasilitas perawatan kesehatan bagi penderita akibat dampak asap rokok	2.247.098.650,-
	Dinas Pertanian	Pemeliharaan dan pengadaan sarana dan prasarana perkantoran di sub kegiatan pembuatan ruang untuk merokok	41.533.216,-
	Dinas Tenaga Kerja	Pemeliharaan dan pengadaan sarana dan prasarana perkantoran di sub kegiatan pembuatan ruang untuk merokok	50.326.428,-
	Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah	Pemeliharaan dan pengadaan sarana dan prasarana perkantoran di sub kegiatan pembuatan ruang untuk	43.516.428,-

TAHUN	DINAS	KEGIATAN	JUMLAH CUKAI ROKOK (Rupiah)
		merokok	
	Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil	Pemeliharaan dan pengadaan sarana dan prasarana perkantoran di sub kegiatan pembuatan ruang untuk merokok	48.593.928,-
	Badan Arsip dan Perpustakaan	Pemeliharaan dan pengadaan sarana dan prasarana perkantoran di sub kegiatan pembuatan ruang untuk merokok	48.593.928,-
	Bagian Perlengkapan	Pemeliharaan dan pengadaan sarana dan prasarana perkantoran di sub kegiatan pembuatan ruang untuk merokok	262.834.000,-
	BAPEMAS	Pembinaan kemampuan dan ketrampilan kerja keluarga miskin di lingkungan industri hasil tembakau	288.743.768,-
	Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah	Fasilitasi kewirausahaan usaha skala mikro kelompok masyarakat miskin di lingkungan industri hasil tembakau	2.469.175.866,-
	Dinas Pertanian	Pemberdayaan keluarga miskin di lingkungan industri hasil tembakau	1.045.219.554,-
JUMLAH			10.251.872.684,-

4.5.4 Dana Bagi Hasil Cukai Hasil Tembakau (DBHCHT) yang Diterima Kota Pontianak

Hingga tahun 2010, kota Pontianak belum mendapatkan dana bagi hasil cukai rokok.

BAB 5

PEMBAHASAN DAN KESIMPULAN

Iklan, promosi dan sponsor rokok terbukti berkontribusi pada perilaku remaja untuk merokok. Sekitar 46,3% remaja berpendapat iklan rokok memiliki pengaruh besar untuk memulai merokok dan 41,5% remaja berpendapat keterlibatan dalam kegiatan yang disponsori industri rokok memilikipengaruh untuk mulai merokok. Sembilan persen remaja perokok menyalakan rokoknya ketika melihat iklan rokok pada saat tidak merokok dan 8% remaja perokok menyatakan mereka kembali merokok setelah berhenti merokok karena mengikuti kegiatan yang disponsori industri rokok (Susenas, 2004).

Iklan juga secara efektif telah mempengaruhi persepsi remaja. Hampir 70% remaja memiliki kesan positif terhadap iklan rokok, 50% remaja perokok merasa dirinya lebih percaya diri seperti yang dicitrakan iklan rokok dan 37% remaja perokok merasa dirinya keren seperti yang dicitrakan iklan rokok (Susenas, 2004). Pada remaja putri terdapat persepsi pula bahwa perokok cenderung memiliki banyak teman (Koalisi Indonesia Sehat, 2008).

Mengingat dampak iklan rokok yang sangat besar inilah maka diperlukan pelarangan menyeluruh terhadap iklan, promosi dan sponsor rokok sebagai salah satu bentuk pengendalian dampak produk tembakau. Studi ini ingin mengetahui besarnya potensi kehilangan pendapatan daerah jika larangan iklan rokok diterapkan di daerah kabupaten/kota tersebut.

5.1 PENDAPATAN PER BULAN UNTUK MASING-MASING KATEGORI ADVERTENSI DAN BESAR DANA SPONSORSHIP

Dari ketiga kota yaitu Semarang, Surabaya dan Pontianak, hanya kota Pontianak yang dapat memberikan pendapatan sampai ke data per bulan (tabel 4.14, 4.15 dan 4.16), sedangkan kota lainnya hanya memberikan data pendapatan dalam setahun. Pada tabel 5.1 di bawah ini, ditampilkan pendapatan per bulan yaitu rata-rata dari pendapatan setahun dibagi dengan 12 bulan.

Tabel 5.1 Pendapatan rata-rata per bulan dari pajak reklame rokok dan non rokok di kota Semarang, Surabaya dan Pontianak

Kota	Pendapatan rata-rata per bulan dari pajak reklame (Rupiah)					
	2008		2009		2010	
	Rokok	Non Rokok	Rokok	Non Rokok	Rokok	Non Rokok
Semarang	177.458.542	1.224.557.919	157.698.125	1.180.956.372	156.393.292	Belum diaudit
Surabaya	1.860.121.006	3.369.538.380	2.120.924.980	4.231.025.508	2.754.526.794	4.373.587.407
Pontianak	87.881.424	232.562.786	135.030.545	268.473.270	127.853.627	369.312.377

Pendapatan yang cukup tinggi dari pajak reklame rokok di Surabaya kemungkinan disebabkan karena Surabaya adalah kota terbesar ke-2 setelah Jakarta dengan jumlah penduduk 2,8 juta dan luas kota 374 km². Berbeda dengan kota Semarang yang walaupun memiliki luas hampir sama dengan Surabaya yaitu 373,7 km² namun jumlah penduduknya hanya 1,5 juta jiwa, hampir separuh dari kota Surabaya. Apalagi jika dibandingkan dengan kota Pontianak yang luasnya hanya 107,8 km² dan jumlah penduduknya 500 ribu jiwa.

Selain itu, Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas dasar harga berlaku (ADHB) berturut-turut untuk kota Semarang, Surabaya dan Pontianak adalah Rp 38,4 Triliun; Rp 154,2 Triliun; dan Rp 10,4 Triliun. Sementara PDRB per kapita berturut-turut untuk kota Semarang, Surabaya dan Pontianak adalah Rp 23,4 Juta; Rp 52,5 Juta; dan Rp 19,7 Juta. Kondisi perekonomian makro yang lebih baik itulah yang merupakan salah satu faktor penyebab lebih tingginya pendapatan pajak reklame di kota Surabaya dibanding kota Semarang dan Pontianak.

Di samping itu, Jawa Timur merupakan penghasil tembakau terbesar di Indonesia dan memiliki industri rokok terbanyak. Dari industri rokok yang banyak ini tentunya volume pemohon pajak reklame rokok akan cukup tinggi.

Dari table 5.1 di atas terlihat untuk kota Semarang terjadi penurunan pendapatan dari pajak reklame rokok dari tahun 2008 hingga 2010, sedangkan dari pajak reklame non rokok juga terjadi penurunan pendapatan pada tahun 2009, namun belum didapat data untuk tahun 2010 karena masih dalam proses audit. Jika kita lihat jumlah Rupiahnya, pendapatan dari non rokok jauh lebih besar dibandingkan produk rokok, tentunya ini

peluang untuk lebih meningkatkan lagi pendapatan dari pajak reklame non rokok. Dari hasil wawancara dengan Dinas Pendapatan Daerah Kota Semarang, pajak reklame produk perbankan, telepon seluler, makanan dan otomotif memberikan pendapatan tertinggi untuk produk non rokok.

Di kota Surabaya dari tahun 2008 hingga 2010 terjadi peningkatan pajak reklame baik produk rokok maupun non rokok. Jika dilihat jumlah Rupiahnya, pendapatan dari produk rokok cukup besar yaitu sekitar sepertiga dari total pendapatan pajak reklame, namun jika kita lihat dari total pendapatan daerah (lihat tabel 5.6), pendapatan dari pajak reklame produk rokok hanya sekitar 1% dari total pendapatan daerah.

Di kota Pontianak, terjadi kenaikan pendapatan dari pajak reklame rokok di tahun 2009, namun kemudian pendapatan menurun kembali di tahun 2010. Sementara itu, pendapatan dari pajak reklame non rokok terus meningkat dari tahun 2008 hingga 2010. Ini menjadi peluang untuk lebih meningkatkan lagi pendapatan dari pajak reklame produk non rokok.

Selanjutnya pada tabel 5.2 ditampilkan rata-rata pendapatan per bulan dari total pendapatan daerah di kota Semarang, Surabaya dan Pontianak.

Tabel 5.2 Rata-rata pendapatan per bulan dari total pendapatan daerah di kota Semarang, Surabaya dan Pontianak

Kota	Pendapatan rata-rata per bulan dari total pendapatan daerah (Rupiah)		
	2008	2009	2010
Semarang	111,473,069,352	128,207,544,793	Sedang diaudit
Surabaya	196,933,823,120	232,107,055,609	272,618,436,072
Pontianak	51,557,445,421	55,472,646,160	49,577,358,142

Jika kita bandingkan pendapatan per bulan dari pajak reklame rokok (tabel 5.1) dengan total pendapatan daerah (tabel 5.2) maka terlihat sekali bahwa pendapatan dari pajak reklame rokok sangat kecil. Contohnya di kota Semarang pada tahun 2008, pendapatan per bulan dari pajak reklame rokok adalah Rp 177 juta sedangkan

pendapatan per bulan dari total pendapatan daerah adalah Rp 111 milyar. Data di kota Surabaya dan Pontianak pun memberikan gambaran bahwa pendapatan per bulan dari pajak reklame rokok sangat kecil jika dibandingkan dengan pendapatan per bulan dari total pendapatan daerah.

Prevalensi konsumen rokok di Jawa Tengah sejumlah 34,3%, Jawa Timur 32,6% dan Kalimantan Barat 32,4%. Dari persentase konsumen rokok di Jawa Timur dan dari jumlah penduduk kota Surabaya sejumlah 2,8 juta jiwa, maka dapat diasumsikan jumlah konsumen rokok di kota Surabaya lebih tinggi dibanding kota lainnya, dan prevalensi penyakit terkait rokok kemungkinan juga lebih tinggi. Jadi walaupun persentase pendapatan pajak reklame rokok di kota Surabaya paling besar jika dibandingkan dengan dua kota lainnya jika dibandingkan dengan total pendapatan daerah yaitu sekitar 1%, namun beban ekonomi akibat penyakit terkait rokok bisa diasumsikan akan lebih besar juga.

Pada tabel 5.3 di bawah ini, tergambar pendapatan dari pajak reklame di kota Bogor yang sudah menerapkan larangan terhadap iklan atau reklame rokok.

Tabel 5.3 Pendapatan per bulan dari pajak reklame rokok dan non rokok di kota Bogor

Tahun	Pendapatan rata-rata per bulan produk rokok (Rupiah)	Pendapatan rata-rata per bulan produk selain rokok (Rupiah)
2008	250.137.403	584.553.055
2009	235.213.184	453.141.340
2010	138.948.225	589.718.311

Dari tabel di atas, terlihat pendapatan dari pajak reklame rokok terus menurun seiring diterapkannya larangan iklan rokok tersebut, namun pendapatan dari pajak reklame non rokok sudah terlihat kenaikannya di tahun 2010. Menurut hasil wawancara dengan Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor, produk non rokok yang memberikan pendapatan tertinggi dari pajak reklame tahun 2010 adalah produk telepon seluler, properti, perbankan, *food & beverage* dan otomotif. Peluang untuk lebih meningkatkan pendapatan dari pajak reklame produk non rokok inipun masih besar untuk tahun-tahun mendatang.

5.2 FORECASTING TREN TAHUNAN PENDAPATAN DAERAH UNTUK MASING-MASING KATEGORI ADVERTENSI DAN SPONSORSHIP

Untuk kota Semarang, *forecasting* tren pendapatan daerah dari pajak reklame rokok dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 5.4 Forecasting tren pendapatan kota Semarang dari reklame rokok hingga tahun 2014

Tahun	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Pendapatan dari reklame rokok	2.129.502.500	1.892.377.500	1.876.719.500	1.713.416.833	1.648.543.944	1.518.051.204	1.431.305.031

Pada tabel 5.4 di atas terlihat bahwa pendapatan dari pajak reklame rokok, trennya terus menurun dari tahun ke tahun. Jika prediksi dilanjutkan maka pada tahun 2027, pendapatan dari pajak reklame rokok mendekati titik nol. Sementara itu, pendapatan dari pajak reklame non rokok belum bisa dibuat trennya karena data yang tersedia hanya dua tahun, sedangkan untuk membuat prediksi tren, harus tersedia minimal data tiga tahun.

Di kota Surabaya, pendapatan dari pajak reklame produk rokok dan non rokok trennya terus naik dari tahun ke tahun (lihat tabel 5.5), namun demikian, persentase kenaikan pendapatan untuk produk rokok lebih tinggi dibanding produk non rokok. Hal ini dapat dipahami mengingat di Jawa Timur banyak terdapat industri rokok dari skala kecil hingga besar. Industri rokok skala besar ini tentunya tidak keberatan membayar tinggi untuk mengiklankan produk rokoknya. Hal ini tentunya menjadi tantangan yang cukup besar bagi pemerintah daerah jika ingin menerapkan larangan iklan rokok di kota Surabaya.

Tabel 5.5 Forecasting tren pendapatan kota Surabaya dari reklame rokok dan non rokok hingga tahun 2014

Tahun	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Pendapatan dari reklame rokok (Rupiah)	1.860.121.006	2.120.924.980	2.754.526.794	3.139.596.715	3.690.354.564	4.130.653.795	4.644.592.104
Pendapatan dari reklame non rokok (Rupiah)	3.369.538.380	4.231.025.508	4.373.587.407	4.995.432.792	5.297.755.853	5.813.093.797	6.186.421.819

Untuk kota Pontianak, tren pendapatan dari pajak reklame rokok dan non rokok terus naik dari tahun ke tahun (tabel 5.6), namun kenaikan lebih tajam terjadi pada produk non rokok. Hal ini tentunya merupakan peluang pendapatan yang dapat digarap lebih intensif, apalagi jika pemerintah daerah ingin menerapkan larangan iklan rokok di Kota Pontianak.

Tabel 5.6 *Forecasting* tren pendapatan kota Pontianak dari reklame rokok dan non rokok hingga tahun 2014

Tahun	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Pendapatan dari reklame rokok	1.054.577.082	1.620.366.541	1.534.243.524	1.882.728.824	2.122.562.045	2.362.395.266	2.602.228.487
Pendapatan dari reklame non rokok	2.790.753.434	3.221.679.244	4.431.748.519	5.006.435.532	5.803.692.011	6.600.948.489	7.398.204.968

5.3 PERSENTASE PENDAPATAN DAERAH DARI ADVERTENSI TEMBAKAU DIBANDINGKAN DENGAN TOTAL PENDAPATAN DAERAH

Dari tabel 5.7 di bawah ini, terlihat bahwa di kota Semarang, Surabaya dan Pontianak, pendapatan dari pajak reklame rokok hanya sebesar 0,12% hingga 1,01% dari total pendapatan daerah, dengan pendapatan terkecil di kota Semarang dan pendapatan terbesar yaitu di kota Surabaya. Dari gambaran ini semestinya pemerintah daerah berani untuk menerapkan larangan menyeluruh terhadap iklan rokok, karena hilangnya pendapatan daerah tidak akan terlalu besar, dan banyak cara untuk menutup kehilangan pendapatan tersebut dengan menggali sumber pendapatan daerah lainnya, baik dari pajak reklame produk non rokok, dari dana perimbangan maupun lain-lain pendapatan daerah yang sah. Hanya diperlukan keinginan politik yang kuat untuk menerapkan larangan terhadap iklan rokok tersebut.

Tabel 5.7 Persentase pendapatan dari reklame rokok dibandingkan dengan total pendapatan daerah di kota Semarang, Surabaya dan Pontianak

Kota	2008	2009	2010
Semarang	0,15% dari total pendapatan daerah	0,12% dari total pendapatan daerah	Data belum diaudit
Surabaya	0,94% dari total pendapatan daerah	0,91% dari total pendapatan daerah	1,01% dari total pendapatan daerah
Pontianak	0,16% dari total pendapatan daerah	0,24% dari total pendapatan daerah	0,20% dari total pendapatan daerah

5.4 BESAR DANA BAGI HASIL CUKAI HASIL TEMBAKAU (DBHCHT) YANG DITERIMA DAERAH (KOTA) PER TAHUN

Pada tabel 5.8, kita mendapatkan gambaran bahwa pendapatan kota Semarang dan Surabaya dari dana bagi hasil cukai rokok dari pemerintah pusat cukup besar. Untuk kota Pontianak tidak pernah mendapatkan dana tersebut karena tidak terdapat petani tembakau maupun industri rokok di kota ini. Walaupun alokasi dari dana ini sebagian besar diperuntukkan bagi kegiatan yang berkaitan dengan penanggulangan bahaya rokok/akibat rokok, namun dana ini tetap merupakan pendapatan daerah yang cukup besar. Terlebih lagi jika pemerintah kota Semarang, Surabaya dan Pontianak mendukung dinaikkannya persentase cukai rokok oleh pemerintah pusat (Ditjen Bea dan Cukai Kementerian Keuangan), maka pendapatan daerah dari dana bagi hasil cukai rokok ini kemungkinan akan semakin besar.

Tabel 5.8 Pendapatan dari dana bagi hasil cukai rokok di kota Semarang, Surabaya dan Pontianak

Kota	Pendapatan dari dana bagi hasil cukai rokok (Rupiah)		
	2008	2009	2010
Semarang	Tidak mendapat DBHCHT	9.546.746.210	13.425.079.912
Surabaya	3.590.836.463	17.151.241.458	10.251.872.684
Pontianak	-	-	-

Yang perlu dikritisi disini adalah alokasi dana bagi hasil cukai hasil tembakau yang sebagian besar dialokasikan untuk:

- Peningkatan kualitas bahan baku tembakau
- Pembinaan industri tembakau dan produknya
- Pembinaan lingkungan sosial
- Sosialisasi ketentuan di bidang cukai
- Pemberantasan barang kena cukai ilegal

Walaupun ini sesuai dengan Peraturan Menteri Keuangan No. 84/PMK.07/2008, namun jelas sekali bahwa tidak ada alokasi khusus untuk pengendalian dampak produk tembakau seperti yang disepakati dalam FCTC (Framework Convention on Tobacco Control). Hal ini kemungkinan karena Indonesia belum menandatangani atau meratifikasi FCTC sampai saat ini.

Dalam PMK No. 84/PMK.07/2008 tersebut penggunaan DBHCHT untuk bidang kesehatan ada dalam bidang Pembinaan Lingkungan Sosial yaitu:

- Penetapan kawasan tanpa asap rokok dan pengadaan tempat khusus untuk merokok di tempat umum
- Peningkatan derajat kesehatan masyarakat dengan penyediaan fasilitas perawatan kesehatan bagi penderita akibat dampak asap rokok

Jadi penggunaan DBHCHT oleh kota Semarang dan Surabaya memang tidak menyimpang dari PMK tersebut, namun studi ini menghimbau agar Menteri Keuangan merubah PMK terkait penggunaan DBHCHT yang lebih sesuai untuk pengendalian dampak produk tembakau seperti yang disepakati dalam FCTC.

5.5 KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari studi ini adalah sebagai berikut:

1. Pendapatan dari pajak reklame produk rokok sangat kecil yaitu hanya memberikan kontribusi 0,12%-1,01% kepada total pendapatan daerah.
2. Tren pendapatan dari pajak reklame produk non rokok sangat menjanjikan, karena mengalami kenaikan dari tahun ke tahun yaitu di kota Surabaya dan Pontianak.

Sementara di kota Semarang pada tahun 2009 juga meningkat dibandingkan tahun 2008.

3. Dengan pendapatan yang kecil dari pajak reklame produk rokok tersebut, yang tidak begitu mempengaruhi total pendapatan daerah, maka studi ini memberikan rekomendasi kepada pemerintah kota Semarang, Surabaya dan Pontianak untuk menerapkan larangan terhadap iklan rokok.
4. Potensi untuk reklame produk non rokok yang dapat digali lebih jauh di kota Semarang, Surabaya dan Pontianak adalah dari sektor telepon seluler, otomotif, makanan & minuman, serta perbankan.
5. DBHCHT digunakan tidak untuk pengendalian dampak produk tembakau, namun ini memang sesuai dengan Peraturan Menteri Keuangan No. 84/PMK.07/2008. Oleh sebab itu studi ini menghimbau Menteri Keuangan agar mengeluarkan peraturan tentang penggunaan DBHCHT yang lebih menunjang pengendalian dampak produk tembakau seperti yang disepakati dalam FCTC.

BAB 6

REKOMENDASI

Dari seluruh data yang berhasil dikumpulkan melalui studi ini, maka diketahui bahwa pendapatan kota Semarang, Surabaya dan Pontianak dari pajak reklame rokok hanya 0,12% - 1,01% dari total pendapatan daerah. Selain itu, pendapatan dari pajak reklame non rokok di kota Surabaya dan Pontianak trennya terus naik dari tahun ke tahun, sedangkan untuk kota Semarang belum didapatkan data di tahun 2010, sehingga tidak dapat diprediksi trennya. Kenaikan pendapatan dari pajak reklame non rokok ini tentunya merupakan peluang yang perlu diberi perhatian oleh pemerintah daerah. Berikut disampaikan rekomendasi untuk pemerintah kota Semarang, Surabaya dan Pontianak.

Dengan kecilnya persentase pendapatan dari pajak reklame rokok dibandingkan dengan total pendapatan daerah, serta mengingat dampak buruk akibat rokok, maka studi ini merekomendasikan diterapkannya larangan iklan rokok di kota Semarang, Surabaya dan Pontianak karena kehilangan pendapatan yang terjadi dapat ditutupi dari sumber pendapatan daerah lainnya seperti dari pajak reklame non rokok, pendapatan asli daerah lainnya, dana perimbangan maupun lain-lain pendapatan daerah yang sah.

Tahapan untuk penerapan larangan iklan rokok adalah sebagai berikut:

1. Tidak memperpanjang ijin reklame produk rokok.
2. Mengganti reklame produk rokok dengan produk non rokok yang selama ini sudah memberikan pendapatan tertinggi bagi daerah, seperti produk telepon seluler, perbankan, makanan & minuman serta otomotif (untuk kota Semarang); telepon seluler dan otomotif (untuk kota Surabaya dan Pontianak).
3. Memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada industri non rokok untuk memasang reklame di waktu/momen tertentu yang memberikan pendapatan pajak reklame non rokok tertinggi, sehingga nantinya dapat digunakan sebagai strategi untuk menaikkan pajak reklame produk non rokok. Untuk kota Pontianak, terlihat bahwa bulan Desember/akhir tahun, pendapatan dari pajak reklame selalu memberikan pendapatan tertinggi.

4. Menggalakkan pemasangan reklame non rokok pada jenis reklame tertentu (videotron, papan dengan penerangan, papan tanpa penerangan, umbul-umbul, dll) yang memberikan pendapatan pajak tertinggi, sehingga nantinya dapat digunakan sebagai strategi untuk menaikkan pajak reklame non rokok dari jenis reklame tersebut. Untuk kota Pontianak, billboard dan papan dengan penerangan dan papan tanpa penerangan memberikan pendapatan tertinggi dari pajak reklame.
5. Adanya penerapan Peraturan Walikota No. 12 tahun 2009 tentang Kawasan Tanpa Rokok (KTR) dan Kawasan Terbatas Merokok (KTM) Kota Semarang, Peraturan Daerah Kota Surabaya No. 5 Tahun 2008 tentang KTR dan KTM di Surabaya dan Peraturan Daerah No. 10 Tahun 2010 tentang KTR di Kota Pontianak, tentunya harus diimbangi dengan strategi pengendalian dampak produk tembakau yang lain, salah satunya adalah penerapan larangan secara menyeluruh iklan, promosi dan sponsor rokok. Dengan perpaduan dua strategi tersebut diharapkan akan dapat lebih menekan jumlah perokok, terutama perokok pemula, hal ini akan memberikan hasil yang lebih baik dalam usaha pengendalian dampak produk tembakau.
6. Walikota (yang merupakan *key person* untuk penerapan larangan iklan rokok) dibantu jajarannya diharapkan dapat mengadvokasi pihak-pihak pembuat kebijakan lainnya agar mendukung diterapkannya larangan terhadap iklan, promosi dan sponsor rokok.
7. Walikota diharapkan dapat mengeluarkan Peraturan Walikota, sambil terus mengusahakan dikeluarkannya Peraturan Daerah (PERDA) tentang larangan menyeluruh terhadap iklan, promosi dan sponsor rokok.
8. Menghimbau Menteri Keuangan agar mengeluarkan peraturan baru tentang penggunaan DBHCHT yang sesuai dengan pengendalian dampak produk tembakau yang disepakati dalam FCTC.

Saran lain yang diberikan dari studi ini yaitu:

1. Menghimbau pihak Universitas, LSM, Organisasi Profesi dan pihak-pihak lainnya untuk mendukung diterapkannya larangan terhadap iklan rokok, dengan

menyediakan data-data ilmiah yang diperlukan, serta bantuan mengadvokasi pihak-pihak terkait.

2. Menghimbau peneliti-peneliti lainnya untuk membuat studi tentang pajak reklame rokok maupun non rokok di kota-kota lainnya di Indonesia, sehingga dapat memberikan data akurat terkait pendapatan dari iklan rokok/tembakau dan pendapatan dari iklan non rokok. Studi semacam ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi kepada pemerintah daerah (kota/kabupaten) tentang memungkinkan atau tidaknya diterapkan larangan menyeluruh terhadap iklan, promosi dan sponsor rokok.