

PENINGKATAN PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD) MELALUI PENGEMBANGAN PARIWISATA KOTA MATARAM TAHUN 2018

Fakihi Rahman¹

¹Administrasi Bisnis Universitas Muhammadiyah Mataram

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengembangan pariwisata, dan untuk mengetahui jumlah kontribusi pajak pariwisata untuk PAD Kota Mataram serta kendala-kendala kontribusi pajak pariwisata. Peneliti menggunakan Pendekatan Kualitatif dengan Metode Deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Program pembangunan kepariwisataan dan rencana indikator yang dituangkan dalam Rencana Strategis Disbudpar Kota Mataram Tahun Anggaran 2016-2021 disusun dengan mengacu dan berpedoman pada Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daeran (RPJMK) Kota Mataram Tahun 2016-2021. Dalam kontribusinya terhadap PAD Kota Mataram, pajak pariwisata tidak di pungut langsung pada setiap obyek wisata yang ada di Kota Mataram. Namun pajak pariwisata dapat dilihat melalui beberapa hasil pajak daerah yakni pajak hotel, pajak restoran, pajak hiburan dan pajak parkir. Dari ke empat jenis pajak tersebut, kontribusi terbesar terhadap PAD adalah pajak hotel dan yang paling rendah adalah pajak parkir. Kendala yang dihadapi dalam peningkatan kontribusi melalui pajak pariwisata adalah menurunnya minat wisatawan untuk mengunjungi pariwisata yang ada di kota mataram. Jika jumlah wisatawan menurun secara otomatis kontribusi pajak pariwisata akan menurun karna tinggi rendahnya kontribusi pajak pariwisata tergantung pada jumlah pengunjung wisatawan.

Kata Kunci: Pengembangan Pariwisata, Pajak Daerah, Pajak Pariwisata, Persentase Kontribusi Pajak Pariwisata

Terhadap Pajak Daerah.

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PAD merupakan sumber yang mempunyai arti penting karena mencerminkan kemandirian daerah. Pendapatan asli daerah merupakan usaha daerah guna memperkecil ketergantungan dalam mendapatkan dana dari pemerintah tingkat atas (subsidi).

Pembangunan pada umumnya dan pembangunan pariwisata pada khususnya perlu memperhatikan kondisi daerah serta faktor fisik dan non fisik. Hal ini untuk menghindari kerusakan lingkungan yang berlebihan, oleh karena itu pembangunan di sektor pariwisata hendaknya memperhatikan prinsip pembangunan yang berwawasan lingkungan dan pengembangan masyarakat local, sehingga pengembangan tersebut dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dengan tetap mempertahankan kelestarian lingkungan dan nilai budaya.

Kota Mataram disebut dengan Kota Multi Etnik terkenal dengan berbagai ciri dan keunikannya yang tidak dimiliki kota-kota lain. Secara administratif meliputi 6 (enam) wilayah kecamatan, masing-masing kecamatan Ampenan, Sekarbela, Selaparang, Mataram, Cakranegara dan Sanubaya. Terdiri dari 50 kelurahan. Berdasarkan data terakhir dari Biro Pusat Statistik (BPS: 2010), penduduk Kota Mataram dihuni sekitar 402.843 jiwa. Selain itu juga dengan peninggalan sejarah yang masih berdiri tegak dan menjadi tonggak dan saksi berdirinya Kota Mataram serta destinasi objek wisata yang dimilikinya. Pesona objek wisata bahari, wisata budaya dan wisata sejarah Kota Mataram, memang tak ada habisnya. Beragam tempat wisata dan atraksibudayanya yang dapat dinikmati oleh para wisatawan. Wisatawan tinggal memilih, ingin berwisata sejarah/budaya, berwisata bahari atau berwisata belanja Kota Mataram. Kota Mataram memiliki magnet tersendiri bagi para pelancong yang ingin menikmati nuansa wisata yang berbeda.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Mataram memiliki tantangan mendatangkan jumlah wisatawan ke Kota Mataram, membuat Pemerintah Kota Mataram harus meningkatkan promosi, dengan berbagai macam promosi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Mataram. Sebagai salah satu industri jasa, Pariwisata sangat berperan

sebagai sumber penghasil devisa bagi Kota Mataram dan Nusa Tenggara Barat (NTB) secara umum. Sektor pariwisata ini mempunyai potensi baik untuk menciptakan kesempatan kerja dan kesempatan berusaha serta untuk meningkatkan dan pemeratakan pendapatan masyarakat dan daerah.

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, penulis merumuskan masalah dalam bentuk pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana peningkatan PAD Kota Mataram melalui pengembangan pariwisata Kota Mataram?
2. Berapa persentase kontribusi pajak pariwisata terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Mataram?
3. Apa Saja kendala-kendala dalam peningkatan pariwisata Kota Mataram?

LANDASAN TEORI

2.1 Konsep Otonomi Daerah

Menurut UU No. 22 Tahun 1999 Tentang Otonomi Daerah bahwa daerah otonom adalah kesatuan masyarakat hukum yang mempunyai batas tertentu berwenang mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat menurut prakarsa sendiri berdasarkan aspirasi masyarakat dalam ikatan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Sedangkan menurut UU No. 32 Tahun 2004 Tentang Otonomi Daerah bahwa daerah otonom adalah kesatuan masyarakat hukum yang mempunyai batas-batas wilayah yang berwenang mengatur dan mengurus urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat menurut prakarsa sendiri berdasarkan aspirasi dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia.

2.2 Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Pengertian pendapatan asli daerah berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pusat dan Daerah Pasal 1 angka 18 bahwa "Pendapatan asli daerah, selanjutnya disebut PAD adalah pendapatan yang diperoleh daerah yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan".

Pasal 157 UU No. 32 Tahun 2004 menyebutkan bahwa sumber pendapatan asli daerah terdiri atas pajak hasil daerah. Menurut UU No 34 Tahun 2000, jenis pajak kabupaten atau kota terdiri dari Pajak Hotel, Pajak Restoran, Pajak Hiburan, Pajak

Reklame, Pajak Penerangan, Pajak Pengambilan Bahan Galian Golongan C, Pajak Parkir.

2.3 Pariwisata

Undang-undang Nomor 9 Tahun 1990 penyelenggaraan kepariwisataan dilaksanakan berdasarkan asas manfaat, usaha bersama dan kekeluargaan, adil dan merata, berperikehidupan dalam keseimbangan dan kepercayaan pada diri sendiri. Tujuan penyelenggaraan kepariwisataan yang ingin dicapai oleh UU ini adalah sebagai berikut :

1. Memperkenalkan, mendayagunakan, melestarikan, dan meningkatkan mutu obyek dan daya tarik wisata.
2. Memupuk rasa cinta tanah air dan meningkatkan persahabatan antar bangsa.
3. Memperluas dan meratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja.
4. Meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat.
5. Mendorong pendayagunaan produksi nasional.

2.4 Manfaat Pariwisata

- a. Meningkatnya kesempatan berusaha bagi penduduk area masyarakat yang linggal di sekitar objek wisata.
- b. Sektor pariwisata dapat menyerap tenaga kerja yang dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan penduduk.
- c. Pendapatan negara meningkat berupa pajak baik dari para wisatawan yang datang maupun pajak dari fasilitas sosial di daerah objek wisata, serta keuntungan dari pertukaran mata uang asing dengan mata uang Indonesia untuk keperluan para wisatawan.
- d. Terpeliharanya kelestarian lingkungan hidup dan kebudayaan nasional. Dengan adanya pariwisata, masyarakat senantiasa menjaga keutuhan dan kelestarian objek wisata, baik objek wisata keindahan alam, bangunan-bangunan tradisional masyarakat.

2.5 Pengembangan Obyek Wisata

Menurut Salah Wahab dalam Wahyuni (2007:16) ada dua hal yang dapat ditawarkan kepada wisatawan sehingga menarik wisatawan untuk berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata, dimana kedua hal tersebut dapat berupa alamiah atau buatan manusia, yaitu :

1. Sumber-Sumber Alam

- a. Iklim: udara lembut, bersinar matahari, kering dan bersih.
- b. Tata letak tanah dan pemandangan alam: dataran, pegunungan yang berpanorama indah, danau, sungai, pantai, bentuk-bentuk yang unik, pemandangan yang indah, air terjun, daerah gunung berapi, gua dan lain-lain.
- c. Unsur rimba: hutan-hutan lebat, pohon-pohon langka, dan sebagainya.
- d. Flora dan fauna: tumbuhan aneh, barang-barang beragam jenis dan warna, kemungkinan memancing, berburu dan bersafari foto binatang buas, taman nasional dan taman suaka binatang buas dan sebagainya.
- e. Pusat-pusat kesehatan: sumber air mineral alam, kolam lumpur berkhasiat untuk mandi, sumber air panas alam untuk penyembuhan penyakit dan sebagainya.

2. Hasil karya buatan manusia yang ditawarkan

- a. Yang berciri sejarah, budaya dan agama :
 - 1) Monumen-monumen dan peninggalan-peninggalan bersejarah dari peradaban masa lalu
 - 2) Tempat-tempat budaya seperti museum, gedung kesenian, tugu peringatan, perpustakaan, pentas-pentas budaya rakyat, industri seni kerajinan tangan dan lain-lain.
 - 3) Perayaan-perayaan tradisional, pameran-pameran, eksibisi, karnaval, upacara-upacara adat, ziarah-ziarah dan sebagainya.
 - 4) Bangunan-bangunan raksasa dan biara-biara keagamaan
- b. Prasarana-prasarana
 - 1) Prasarana umum yang meliputi : Sistem penyediaan air bersih, kelistrikan, jalur-jalur lalu lintas, sistem pembangunan limbah, sistem telekomunikasi dan lain-lain.
 - 2) Kebutuhan pokok pola hidup modern misalnya Rumah sakit, apotik, bank, pusat-pusat pembelanjaan, rumah-rumah penata rambut, toko-toko bahan makanan, kantor-kantor pemerintahan (polisi, penguasa setempat, pengadilan dan sebagainya), toko-toko rokok,

kedai-kedai obat, toko-toko kacamata, warung-warung surat kabar, toko-toko buku, bengkel-bengkel kendaraan bermotor, pompa-pompa bensin dan lain-lain.

- 3) Prasarana wisata yang meliputi Tempat-tempat penginapan wisatawan, bangunan-bangunan wisata sosial (desa wisata, tempat-tempat kemah, tempat-tempat karavan, pondok remaja dan sebagainya), rumah rumah katering (restoran, kedai-kedai minuman, rumah makan sederhana, warung-warung sate dan sebagainya), Agen-agen perjalanan, badan usaha perjalanan, usaha sewamenyewa kendaraan serta agen-agen yang mengatur ekskursi dan jalan-jalan keliling kota, untuk menyampaikan informasi dan propaganda Kantor-kantor penerangan wisata di pintu-pintu masuk suatu negara, kota atau daerah tertentu, fasilitas sport untuk musim dingin dan panas, fasilitas perlengkapan sport darat dan air dan lain-lain.
- c. Sarana pencapaian dan alat transportasi penunjang meliputi : pelabuhan udara, laut bagi negara-negara yang berbatasan dengan laut, sungai, atau danau multinasional, kereta api dan alat transportasi darat lainnya, kapal-kapal, sistem angkutan udara, angkutan di pegunungan dan lain-lain.
- d. Sarana pelengkap : seperti halnya prasarana, maka sarana pelengkap ini berbeda menurut keadaan perkembangan suatu negara. Pada umumnya sarana ini meliputi gedung-gedung yang menjadi sumber produksi jasa-jasa yang cukup penting tetapi tidak mutlak diperlukan oleh wisatawan. Umumnya sarana pelengkap ini bersifat rekreasi dan hiburan seperti misalnya : gedung-gedung sandiwara, bioskop, kasino, nightclub, kedai-kedai minum, warung-warung kopi, klub-klub dan lain-lain
- e. Pola hidup masyarakat yang sudah menjadi salah satu khasanah wisata yang sangat penting. Cara hidup bangsa, sikap, makanan dan sikap pandangan hidup, kebiasaannya, tradisinya, adat istiadatnya,

semua itu menjadi kekayaan budaya yang menarik wisatawan ke negara mereka. Hal ini berlaku khususnya bagi negara-negara sedang berkembang yang masyarakat tradisionalnya berbeda dari masyarakat tempat wisatawan itu berasal. Modal dasar yang penting lainnya yakni sikap bangsa dari negara tersebut terhadap wisatawan; keramah tamahan, keakraban, rasa suka menolong dan tidak bertindak mengeksploitasi dan lain-lain.

2.6 Strategi Promosi

Setiap promosi yang dijalankan tentu memiliki berbagai tujuan yang khusus dilakukan untuk menarik konsumen. Tujuan utama dari kegiatan promosi menurut Basu Swastha dan Irawan (1983: 353), antara lain:

- 1) Modifikasi Tingkah Laku
Orang-orang melakukan komunikasi selalu mempunyai beberapa alasan, misalnya mencari kesenangan, mencari bantuan, memberikan pertolongan atau instruksi, memberikan informasi, mengemukakan ide dan pendapat. Promosi dari segi lain, berusaha merubah tingkah laku, pendapat dan memperkuat tingkah laku yang ada.
- 2) Memberitahu
Kegiatan promosi dapat dilakukan untuk memberitahu pasar yang dituju tentang penawaran perusahaan. Sebelum mereka mengetahui produk dan apa faedahnya maka mereka tidak akan membeli barang atau jasa tersebut. Promosi yang bersifat memberi tahu ini juga penting bagi konsumen karena dapat membantu dalam pengambilan keputusan untuk membeli.
- 3) Membujuk
Promosi yang bersifat membujuk ini diarahkan untuk mendorong pembelian. Sifat membujuk ini akan menjadi dominan jika produk yang bersangkutan mulai memasuki tahap pertumbuhan didalam siklus kehidupan.
- 4) Mengingatkan
Tujuan promosi yang bersifat mengingatkan dilakukan untuk mempertahankan merek produk di hati masyarakat dan perusahaan berusaha untuk mempertahankan pembeli yang ada.

2.7 Media Promosi (*Promotion Mix*)

Berkaitan dengan promosi maka akan berkaitan dengan berbagai kegiatan dan model yang memiliki berbagai unsur yang dapat dikombinasikan, kondisi ini dinamakan media promosi (*promotional mix*). Menurut Basu Swastha dan Irawan (1983: 349) *Promotional mix* adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, *personal selling* dan alat promosi yang lain, yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan. Keterangan variabel *promotional mix* menurut Basu Swastha dan Irawan (1983: 349) di atas, antara lain:

1. Periklanan

Adalah bentuk presentasi dan promosi non pribadi tentang ide, barang, dan jasa yang dibayarkan oleh sponsor tertentu.

2. *Personal Selling*

Adalah presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan satu calon pembeli atau lebih yang ditujukan untuk menciptakan penjualan.

3. Publisitas

Adalah pendorongan permintaan secara non pribadi untuk suatu produk, jasa, atau ide dengan menggunakan berita komersial di dalam media massa dan sponsor tidak dibebani sejumlah bayaran secara langsung.

4. Promosi Penjualan

Adalah kegiatan pemasaran, selain *personal selling*, periklanan dan publisitas yang mendorong pembelian konsumen dan efektifitas pengecer. Kegiatan-kegiatan tersebut antara lain: peragaan, pertunjukan atau pameran, dan demonstrasi.

2.8 Kaitan Pariwisata dan Strategi Promosi

Nyoman S. Pendit (2002: 34) merumuskan pengertian pariwisata dalam arti modern yaitu pariwisata merupakan fenomena dari jaman sekarang yang didasarkan atas kebutuhan akan kesehatan dan pergantian hawa, penilaian yang sadar dan menumbuhkan (cinta) terhadap keindahan alam dan pada khususnya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas masyarakat manusia sebagai hasil daripada perkembangan perniagaan, industri, perdagangan serta penyempurnaan daripada alat-alat pengangkutan.

Menurut David W. Cravens (1998:77), Strategi promosi adalah suatu perencanaan, implementasi, dan pengendalian komunikasi dari suatu organisasi kepada para konsumen dan sasaran lainnya. Dengan menggunakan strategi maka suatu perusahaan dapat merencanakan bagaimana produk atau jasa bisa bersaing dengan yang lain. dan memposisikan produknya di benak konsumen.

Jadi pariwisata dan strategi promosi mempunyai keterkaitan, karena dengan strategi promosi yang baik dan cocok akan memberikan pengaruh yang baik bagi kepariwisataan dalam menarik wisatawan yang berkunjung dan sebaliknya strategi promosi yang kurang terhadap pariwisata akan berdampak pada menurunnya wisatawan yang berkunjung.

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, dengan model deskriptif, berhubungan dengan nilai misalnya adanya kenyataan sebagai keutuhan pada konteks dari suatu keutuhan tersebut (Moleong, 2005:6). Dalam penelitian ini, penulis memilih kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Mataram sebagai lokasi penelitian. Penetapan lokasi didasarkan pada pertimbangan bahwa lokasi tersebut lokasi yang sangat tepat untuk memperoleh data atau informasi yang akurat dan relevan dengan permasalahan penelitian yang ada.

Dalam kegiatan penelitian yang menjadi sumber informasi adalah para informan yang berkompeten dan mempunyai relevansi dengan penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan menggunakan *purposive sampling*, adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah staf-staf yang bersangkutan pada kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, sengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi

Dalam penelitian ini, tehnik analisis data yang akan digunakan adalah tehnik kualitatif, dengan mengikuti alur kegiatan miles dan huberman, (1984) dalam (Sugiyono, 2013 : 246 – 252) yang terdiri dari beberapa tahap, yakni :

1. Data Reduksi (*Data Reduction*), dengan peralatan elektronik seperti komputer mini,

dengan memberikan kode pada aspek-aspek tertentu.

2. Penyajian Data (*Data Display*), dalam hal ini yang digunakan untuk penyajian data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.
3. Penarikan Kesimpulan (*Verification/Conclusion Drowing*) dan verifikasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Potensi yang di miliki kota mataram dapat menjadi produktivitas yang bermanfaat apabila potensi tersebut khususnya pada pariwisata dapat dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya. Salah satu pemanfaatan potensi wisata yang dapat dilakukan yaitu pengembangan sektor pariwisata khususnya kota mataram, hal ini dilakukan untuk menarik wisatawan baik itu wisatawan lokal maupun mancanegara terhadap tempat wisata kota mataram dapat meningkat.

Peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ketempat-tempat wisata di kota mataram tentunya akan berpengaruh besar terhadap peningkatan pendapatan asli daerah kota mataram. Sarana prasarana yang telah di sediakan oleh pemerintah kota mataram juga menjadi salah satu faktor dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di kota mataram. Beberapa sarana prasarana yang di maksud di antaranya : pertama, Hotel : merupakan sarana yang di sajikan sebagai tempat persinggahan para wisatawan yang berkunjung di kota mataram. Kedua, Restaurant : merupakan tempat dimana para wisatawan dapat menikmati kuliner khas daerah yang terdapat di kota mataram. Ketiga, Tempat hiburan atau berbelanja salah satunya adalah Mall.

Dengan meningkatnya kunjungan wisatawan dan penggunaan sarana prasarana di kota mataram tentunya dipastikan pendapatan asli daerah (PAD) kota mataram meningkat karna dapat di lihat dari penyajian fasilitas yang disediakan oleh pemerintah daerah dan karna fasilitas tersebut tidak luput dari adanya pengambil/pemungutan pajak yang sudah ditentukan oleh pemerintah daerah.

Semua instansi memiliki harapan tujuan yang diharapkan akan dicapai kesemuanya itu dituangkan dalam visi misi dan tujuan instansi, hal ini juga berlaku untuk kota Mataram. Adapun visi, misi dan tujuannya antara lain :

4.1 VISI, Misi dan Tujuan Kota Mataram

Visi pembangunan Kota Mataram Tahun 2011-2015 adalah “Terwujudnya Kota Mataram yang Maju, Religius dan Berbudaya”. Untuk mencapai Visi “**Terwujudnya Kota Mataram yang Maju,Religius dan Berbudaya**”, Pemerintah Kota Mataram telah menetapkan lima Misi yaitu :

- a. Meningkatkan rasa “AMAN” masyarakat Kota Mataram yang ditunjukkan dengan kehidupan yang kondusif, dinamis, dan harmonis dilandasi nilai agama dan budaya.
- b. Meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia yang handal dan religious untuk mendorong daya saing daerah.
- c. Memberdayakan ekonomi rakyat berbasis potensi lokal yang berkelanjutan untuk meningkatkan kemandirian daerah.
- d. Meningkatkan kualitas pelayanan publik dan pemenuhan kebutuhan dasar masyarakat berdasarkan prinsip tata pemerintahan yang baik (Good Governance).
- e. Meningkatkan kualitas dan kuantitas sarana dan prasarana perkotaan.

Tujuan pembangunan Kota Mataram dalam pencapaian Visi, ditetapkan sebagai berikut :

- a. Menciptakan suasana Kota Mataram yang kondusif, dinamis dan harmonis yang dilandasi nilai agama dan budaya.
- b. Mewujudkan sumberdaya manusia yang berkualitas.
- c. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
- d. Meningkatkan kapasitas dan kemandirian ekonomi daerah.
- e. Meningkatkan investasi.
- f. Peningkatan kemitraan antara pemerintah, masyarakat dan swasta dalam pelayanan publik dan pemenuhan kebutuhan dasar masyarakat.
- g. Peningkatan kualitas pelayanan publik berdasarkan prinsip tata pemerintahan yang baik (Good Governance).
- h. Perluasaan akses masyarakat terhadap pelayanan pendidikan, Kesehatan, air bersih, persampahan, sanitasi, perijinan, transportasi, kependudukan dan catatan sipil.
- i. Mengurangi luas wilayah genangan dan abrasi di wilayah kota.
Meningkatkan kualitas lingkungan Padat, Kumuh dan Miskin (PAKUMIS).

- j. Meningkatkan media ekspresi dan ruang publik,
- k. Mewujudkan pembangunan berwawasan lingkungan dan berkelanjutan.

4.2 Potensi Wisata Kota Mataram

A.Hari Karyono (1997: 28) mengungkapkan bahwa “Agar suatu daerah tujuan wisata mempunyai daya tarik maka harus mempunyai 3 syarat daya tarik yaitu : ada sesuatu yang bisa dilihat (*something to see*), ada sesuatu yang dapat dikerjakan (*something to do*) dan ada sesuatu yang bisa dibeli (*something to buy*)”.

Potensi wisata yang dimiliki oleh Kota Mataram secara garis besar terdiri dari potensi alam, potensi non alam. Berikut adalah potensi wisata yang dimiliki oleh Kota Mataram, disajikan dalam bentuk tabel dibawah ini :

Tabel 4.2

Wisata Non Alam Kota Mataram

No	Nama Wisata Non Alam	Jenis Wisata
1.	Taman Mayura	Wisata budaya, Wisata Sejarah, Taman Rekreasi
2.	Makam Bintaro	Taman Sejarah
3.	Makam Van Ham	Taman Sejarah
4.	Pasar Mandalika	Pasar Induk Tradisional
5.	Taman Bumi Gora	Taman Rekreasi, Arena bermain dan Olahraga, Wisata Kuliner
6.	Mataram Mall	Wisata Belanja
7.	Sentra Industri Kotak Antik	Pasar Seni

	Rungkang Jangkuk	
8.	Taman Sangkareang	Taman Bermain dan Olahraga
9.	Taman Selakalas	Taman Bermain dan Olahraga
10.	Makam Loang baloq (Makam Keramat)	Wisata Budaya, Wisata Sejarah
11.	Taman Rekreasi Loang Baloq	Wisata Religi
12.	Sentra Industri Kerajinan Mutiara,Emas dan Perak	Pusat Aksesoris dan Souvenir

Sumber : Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Mataram Tahun 2018

Tabel 4.2.1

Wisata Alam Kota Mataram

No	Nama Obyek Wisata Kota Mataram	Jenis Obyek Wisata
	Taman Rekreasi Pantai Ampenan	Wisata Bahari,Sunset, Arena bermain dan Olahraga
	Tanjung Karang Beach	Wisata Bahari, Pemandangan Pantai/Sunset, Arena Bermain dan Olahraga,

		Wisata Kuliner
	Pantai Loang Baloq	Wisata Bahari, Sunset, Arena Bermain dan Olahraga, Pemandangan, Wisata Kuliner
	Kuranji Beach	Wisata Bahari, Sunset, Arena bermain dan Olahraga, Wisata Kuliner
	Pantai Gading	Wisata Bahari, Sunset, Arena bermain dan Olahraga, Wisata Kuliner

Sumber : Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Mataram Tahun 2018

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengembangan Pariwisata Kota Mataram

Pengembangan pariwisata di Kota Mataram merupakan langkah strategis yang ditetapkan oleh pemerintah kota untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat dan peningkatan Pendapatan Asli Daerah. Keputusan tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa Kota Mataram memiliki potensi yang cukup dalam di bidang kepariwisataan seperti obyek dan dayatarik wisata yang didukung oleh prasarana wisata, sarana wisata, infrastruktur dan masyarakat atau lingkungan. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Gamal Suwanto (2004: 19) dikutip oleh Tri Wahyuni, yang menjelaskan bahwa “Unsur pokok yang harus mendapat perhatian guna menunjang pengembangan pariwisata di daerah tujuan wisata

yang menyangkut perencanaan, pelaksanaan, pembangunan dan pengembangannya meliputi lima unsur, yaitu obyek dan daya tarik wisata, prasarana wisata, sarana wisata, tata laksana (infrastruktur) dan masyarakat (lingkungan).

Program pembangunan kepariwisataan dan rencana indikator yang dituangkan dalam Rencana Strategis Disbudpar Kota Mataram Tahun Anggaran 2016-2021 disusun dengan mengacu dan berpedoman pada Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMK) Kota Mataram Tahun 2016-2021.

Untuk mewujudkan dan guna memberikan arah serta tujuan yang ingin dicapai, dipandang perlu untuk memberikan fokus terhadap program yang akan dilaksanakan maupun untuk menumbuhkan partisipasi semua pihak, maka ditetapkan beberapa program yang menjadi prioritas utama Pariwisata dan Budaya. Program tersebut antara lain:

1. Program Pengembangan Pemasaran Pariwisata, yang menitik beratkan pada kegiatan Promosi Pariwisata di Dalam dan di Luar Daerah.
2. Program Pengembangan Destinasi Pariwisata, yang menitik beratkan pada kegiatan penataan dan pembangunan sarana dan prasarana pariwisata serta meningkatkan PAD melalui proses pemberian izin usaha pariwisata.
3. Program Pengelolaan Keragaman Budaya Daerah, yang menitikberatkan pada kegiatan pembinaan dan pengembangan kesenian serta pelestarian Adat Budaya Daerah.

Agar pengembangan kepariwisataan dapat berhasil, maka Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Mataram perlu melibatkan berbagai pihak melalui upaya kerjasama antara pemerintah, masyarakat dan pelaku usaha jasa pariwisata. Keberhasilan pengembangan pariwisata di Kota Mataram dapat diukur dengan tingkat kunjungan wisatawan yang datang ke Kota Mataram dan jumlah pendapatan dari obyek wisata. Dengan terjadinya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan dan pendapatan, diharapkan akan meningkatkan pendapatan masyarakat melalui perluasan lapangan kerja serta meningkatkan Pendapatan Asli Daerah.

Dengan adanya pengembangan khususnya pada pariwisata di kota mataram dan yang sudah dijelaskan pada teori di atas bahwa dalam pengembangan pariwisata dibutuhkan strategi yang ditetapkan oleh pemerintah tentunya.

Pengembangan pariwisata di kota Mataram berkembang dengan baik, melihat apa yang menjadi program pemerintah daerah dan penerapannya dari segi pemasaran (promosi), penataan dan pembangunan, serta pemberdayaan seni dan budaya daerah yang masih kuat. Dengan ini, untuk memperkuat penelitian peneliti dalam penelitian peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui Pengembangan Pariwisata Kota Mataram menunjukkan bahwa apa yang menjadi program pemerintah yang sudah di jelaskan di atas terlaksana dengan baik, dengan adanya fasilitas-fasilitas dalam setiap obyek wisata, seperti penyediaan tempat sampah untuk membuang sampah dan secara tidak langsung memberi pemahaman kepada masyarakat akan menjaga lingkungan wisata, berugak untuk tempat beristirahatnya pengunjung serta sebagai tempat pengunjung untuk menikmati pesona alam dan kuliner khas yang sudah tersedia di tempat wisata tersebut, arena bermain yang tidak hanya dapat di nikmati oleh anak-anak tetapi juga bagi kaum remaja bahkan juga orang dewasa, dan penyediaan UKM yang menyediakan berbagai macam kuliner khas Lombok dan kuliner daerah tersebut. Dengan ini tidak lain untuk meningkatkan pengunjung untuk berkunjung ke obyek wisata ini yang didominasi kunjungan wisatawan lokal baik itu dari daerah wisata itu sendiri maupun daerah luar obyek wisata tersebut, tetapi tidak sedikit pula wisatawan mancanegara yang berkunjung ke obyek wisata tersebut. Peningkatan pengunjung pada obyek wisata ini biasanya terjadi pada hari libur tetapi pada hari-hari biasa tidak jauh berbeda dengan hari libur. Obyek wisata loang balok contohnya kunjungan wisatawan bisa mencapai 1000-2000 pengunjung perbulan dengan melihat pemasukan dari tiket yang habis terjual (ujar Burhan selaku penjaga sekaligus penjualan tiket). Beda halnya dengan obyek wisata non alam (Taman Mayure Dan Taman Sangkareang), peneliti tidak bisa melampirkan angka kunjungan dari obyek wisata ini karna peneliti tidak menemukan penjualan tiket masuk yang dapat membantu dalam penyimpulan data kunjungan pada obyek ini.

Obyek wisata ini, tidak hanya berdampak pada tingkat kunjungan wisatawan tetapi juga berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat sekitar obyek wisata, sekaligus meningkatkan perekonomian masyarakat yang tinggal pada daerah wisata tersebut.

Dari beberapa hasil baik itu dari wawancara maupun observasi beberapa obyek wisata dapat disimpulkan bahwa, dalam pengembangan pariwisata perlu adanya strategi yang di tetapkan oleh pemerintah untuk lebih memudahkan dalam menjalankan program-program yang di rencanakan ataupun yang sudah ada. Tidak hanya itu, penataan dan pembangunan sarana prasarana perlu dilakukan baik itu dari segi obyek wisata dan fasilitas pendukung seperti : pembangunan fasilitas pada setiap obyek wisata, pelayanan, perizinan, serta penyediaan hotel, restoran, prastruktur jalan yang memadai, dan sebagainya. Dengan adanya hal tersebut dengan otomatis tingkat kunjungan wisatawan baik itu wisatawan lokal maupun mancanegara akan mengalami peningkatan dan tentunya meningkatkan Pendapatan Asli Daerah kota Mataram dari sektor pajak pariwisata terhadap pajak daerah kota Mataram.

Tingkat kunjungan tidak hanya berdampak pada peningkatan pajak pariwisata yang secara otomatis juga dapat meningkatkan pajak daerah melalui pariwisata tersebut tetapi, sangat berpengaruh juga terhadap perekonomian masyarakat sekitar dari peningkatan pendapatan masyarakat melalui adanya UKM-UKM di obyek wisata.

Dalam hal ini, melihat dari jumlah kunjungan peneliti menyimpulkan untuk sementara bahwa, dari sekian obyek wisata yang ada di kota Mataram peneliti mengambil sample obyek wisata pantai loang balok, taman mayura, taman sangkareang, menyimpulkan obyek wisata yang menjadi unggulan yaitu wisata alam yang dimana data kunjungan dapat di lihat dari penjualan tiket masuk, sedangkan obyek wisata non alam peneliti tidak menemukan data karna tidak di kenakannya tiket masuk pada obyek wisata non alam tersebut.

4.3.2 Presentase Kontribusi Pajak Pariwisata Terhadap PAD Kota Mataram

Sebagaimana yang telah dibahas pada bab sebelumnya bahwa penelitian ini akan membahas tentang berapa persentase kontribusi yang dihasilkan pariwisata Kota Mataram terhadap PAD kota Mataram. Tetapi setelah melakukan penelitian, baik pada kantor Dinas Pendapatan Daerah maupun pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, sektor pariwisata tidak dipungut pajak untuk Pendapatan Asli Daerah Kota Mataram. Dari pernyataan

tersebut, peneliti menanyakan bagaimana peningkatan pendapatan asli daerah yang diperoleh dari retribusi pariwisata melalui setiap obyek wisata khususnya kota mataram yang dimana peneliti mengetahui bahwa setiap obyek wisata adanya pemungutan yang berupa tiket masuk, parkir, dan sebagainya. Tetapi jawaban atas pertanyaan peneliti tidak diklarifikasi oleh pihak Dispenda Kota Mataram karena pihaknya tidak tahu-menahu tentang adanya pemungutan yang berupa tiket masuk, parkir, dan sebagainya, ataupun pengelolaan obyek wisata tersebut.

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa tidak ada pungutan pajak oleh pemerintah daerah. Pungutan pajak parkir dan tiket masuk suatu obyek wisata yang ada di Kota Mataram semata-mata untuk menggaji pihak pengelola obyek wisata, sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar obyek wisata.

Tabel PAD dan Realisasi Pajak Hotel yang di kelola Dinas Pendapatan Kota Mataram

Tahun	Target PAD	Realisasi	%
2013	3.698.400.000	4.964.855.752	134.24
2014	5.200.000.000	5.929.938.014	114.06
2015	9.000.000.000	10.355.439.068	115.06
2016	9.500.000.000	10.791.412.715	113.59
2017	10.500.000.000	12.412.894.021	118.22
Jumlah	37.898.400.000	44.454.539.570	117,29

Sumber: Dinas Pendapatan Kota Mataram Tahun 2018

Dari tabel PAD dan Realisasi Pajak Hotel yang di kelola Dinas Pendapatan Kota Mataram diatas, dapat di jelaskan bahwa target PAD dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Pada tahun 2013, target PAD untuk pajak hotel adalah Rp. 3.698.400.000 dan terus meningkat hingga tahun 2017 mencapai Rp. 10.500.000.000. Meski demikian, realisasi pajak hotel di setiap tahun selalu melebihi target PAD yang telah ditentukan meskipun target setiap tahunnya tetap meningkat. Dengan demikian jumlah PAD menunjukkan pada Rp. 37.898.400.000 dan realisasinya Rp. 44.454.539.570.

Tabel PAD dan Realisasi Pajak Restoran yang di kelola Dinas Pendapatan Kota Mataram

Tahun	Target PAD	Realisasi	%
2013	6.376.248.000	7.058.184.942	110.69
2014	7.300.000.000	7.525.423.164	103.09
2015	7.800.000.000	9.603.797.073	123.13
2016	9.500.000.000	10.831.060.378	114.01
2017	10.500.000.000	11.438.711.583	108.94
Jumlah	41.476.248.000	46.457.177.140	112,00

Sumber: Dinas Pendapatan Kota Mataram Tahun 2018

Dari tabel PAD dan Realisasi Pajak restoran yang di kelola Dinas Pendapatan Kota Mataram diatas, dapat di jelaskan bahwa target PAD dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Pada tahun 2013, target PAD untuk pajak restoran adalah Rp. 6.376.248.000 dan terus meningkat hingga tahun 2017 mencapai Rp. 10.500.000.000. Meski demikian, realisasi pajak restoran di setiap tahun selalu melebihi target PAD yang telah ditentukan meskipun target setiap tahunnya tetap meningkat. Dengan demikian jumlah PAD menunjukkan pada Rp. 41.476.248.000 dan realisasinya Rp. 46.457.177.140.

Tabel PAD dan Realisasi Pajak Hiburan yang di kelola Dinas Pendapatan Kota Mataram

Tahun	Target PAD	Realisasi	%
2013	250.000.000	352.129.000	140.85
2014	317.320.000	398.541.661	124.63
2015	319.000.000	486.588.295	139.03
2016	600.000.000	721.642.282	120.27
2017	1.000.000.000	1.466.622.671	146.66
Jumlah	2.486.320.000	3.425.523.909	137,77

Sumber: Dinas Pendapatan Kota Mataram Tahun 2018

Dari tabel PAD dan Realisasi Pajak hiburan yang di kelola Dinas Pendapatan Kota Mataram diatas, dapat di jelaskan bahwa target PAD dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Pada tahun 2013, target PAD untuk pajak hiburan adalah Rp. 250.000.000 dan terus meningkat hingga tahun 2017 mencapai Rp. 1.000.000.000. Meski demikian, realisasi pajak hiburan di setiap tahun selalu melebihi target PAD yang telah ditentukan meskipun target setiap tahunnya tetap meningkat. Dengan demikian jumlah PAD menunjukkan pada Rp.2.486.320.000 dan realisasinya Rp. 3.425.523.909.

Tabel 4.3.2.4 PAD dan Realisasi Pajak Parkiryang di kelola Dinas Pendapatan Kota Mataram

Tahun	Target PAD	Realisasi	%
2013	765.000.000	811.364.886	106.05
2014	375.000.000	395.712.777	105.52
2015	400.000.000	443.836.886	110.96
2016	425.000.000	587.903.160	138.33
2017	650.000.000	660.157.990	101.56
Jumlah	2.615.000.000	2.898.975.699	

Sumber: Dinas Pendapatan Kota Mataram Tahun 2018

Dari tabel PAD dan Realisasi Pajak parkir yang di kelola Dinas Pendapatan Kota Mataram diatas, dapat di jelaskan bahwa target PAD dari tahun ke tahun mengalami peningkatan, tetapi tidak untuk tahun 2014. Dapat di lihat bahwa pada tahun 2013, target PAD mencapai Rp.765.000.000. Dan pada tahun 2014 target PAD menurut mencapai Rp. 375.000.000. meski demikian, target PAD untuk tahun 2015-2017 mengalami peningkatan dan realisasi retribusi tetap mencapai lebih dari target PAD yang ditetapkan. Dengan demikian jumlah PAD menunjukkan pada Rp.2.615.000.000 dan realisasinya Rp. 2.898.975.699

Jadi, dari keempat Tabel Target PAD dan Realisasi Pajak yang di kelola Dinas Pendapatan Kota Mataram di atas dapat disimpulkan bahwa keempat jenis pajak yang dikategorikan Dispenda

untuk pajak pariwisata tergolong sangat tinggi karena rata-rata melebihi target PAD setiap tahunnya. Jadi dapat dikatakan bahwa keempat tersebut sangat berperan dalam membantu meningkatkan PAD Kota Mataram.

Dari keempat pajak di atas, target dan realisasi pajak yang mencapai angka maksimum terdapat pada tahun 2017, di uraikan sebagai berikut :

Tabel Target dan Realisasi Pajak Daerah yang dikelola Dinas Pendapatan Kota Mataram Tahun 2017

Jenis Pajak	Target	Realisasi	%
Hotel	10.500.000.000	12.412.894.021	118.22
Restoran	10.500.000.000	11.438.711.582	108.94
Hiburan	1.000.000.000	1.466.622.671	146.66
Parkir	650.000.000	660.156.990	101.55
Jumlah	22.650.000.000	25.978.385.264	114,69

Sumber : Dinas Pendapatan Kota Mataram Tahun 2018

Dari tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2017, angka target tertinggi untuk PAD kota Mataram adalah pajak hotel dan pajak restoran yakni mencapai Rp. 10.500.000.000. Kemudian target PAD untuk pajak hiburan mencapai Rp. 1.000.000.000, dan Rp. 650.000.000 untuk target PAD pajak parkir. Selanjutnya dapat di lihat bahwa angka realisasi tertinggi dari ke empat jenis pajak di atas, meskipun target PAD untuk pajak restoran sama dengan pajak hotel, realisasi menunjukkan bahwa pajak Hotel adalah yang paling tinggi yakni Rp. 12.412.894.021 dengan efektifitas 118,22 % dan untuk pajak restoran mencapai realisasi Rp. 11.438.711.582 dengan efektifitas mencapai 108,94 %. Rp. 1.466.622.671 untuk pajak hiburan dengan efektifitas 146,66 % realisasi paling rendah ditunjukkan oleh realisasi untuk pajak parkir yakni Rp. 660.156.990 dengan efektifitas 101,55 % . Meski demikian, target dan realisasi untuk PAD Kota Mataram melalui ke empat pajak di atas mengalami peningkatan secara terus menerus dari tahun-tahun sebelumnya.

4.3.3 Kontribusi PAD Kota Mataram Melalui Masing-Masing Pajak Pariwisata Dari Unsur Pajak Daerah.

Dari data persentase kontribusi PAD yang di atas peneliti belum menemukan kontribusi PAD dari masing-masing pajak pariwisata yang memberikan berapa persentasi terhadap PAD Kota Mataram. Oleh karnanya peneliti mencoba melampirkan data-data atau perhitungan persentasi kontribusi dari masing-masing pajak pariwisata dari pajak daerah. Berikut tabel hasil data kontribusi PAD Kota Mataram melalui masing-masing pajak pariwisata dari unsur pajak daerah.

Tabel 4.3.3.1 Kontribusi PAD Kota Mataram Dari Sektor Pajak Perhotelan

Tahun	Jumlah PAD	Realisasi	%
2013	42.171.198.442	4.964.855.752	11,77
2014	46.343.206.065	5.929.938.014	12,79
2015	60.449.655.086	10.355.439.068	17,13
2016	66.971.429.671	10.791.412.715	16,11
2017	66.267.245.420	12.412.894.021	18,73
Jumlah	282.202.734.684	44.454.539.570	15,75

Sumber : Dinas Pendapatan Kota Mataram Tahun 2018

Pada tabel di atas menunjukkan PAD Kota Mataram pada tahun 2013 sebesar Rp.42.171.198.442, sehingga untuk pajak perhotelan tahun 2013 sebesar Rp.4.964.855.752. Artinya pajak pariwisata memberikan kontribusi 11,77 % dari 9 sektor pajak terhadap PAD Kota Mataram. Pada tahun 2014 dan 2015 PAD untuk pajak perhotelan meningkat sebesar Rp. 46.343.206.065 untuk tahun 2014 dan Rp. 60.449.655.086 untuk tahun 2015 dan mendapat realisasi dari pajak perhotelan sebesar Rp.5.929.938.014 pada tahun 2014, dan Rp.10.355.439.068 pada tahun 2015. Jadi, kontribusi yang diberikan pajak perhotelan untuk PAD Kota Mataram secara berturut-turut sebesar 12,79 % dan 17,13%. Pada tahun 2016 PAD Kota sebesar Rp.66.971.429.671, artinya meningkat dari tahun sebelumnya. Tetapi realisasi yang di berikan sebesar Rp. 10.791.412.715. jika di bandingkan dengan tahun sebelumnya, jumlah kontribusi yang diberikan Pajak Perhotelan untuk PAD Kota Mataram menurun menjadi 16,11 %. Namun pada tahun 2017 realisasi pajak perhotelan untuk PAD

Kota Mataram sebesar Rp.12.412.894.021 dari PAD yang meningkat sebesar Rp.66.267.245.420. Artinya kontribusi yang diberikan adalah 18,73 % dari 9 sektor pajak yang ada.

Tabel Kontribusi PAD Kota Mataram Dari Sektor Pajak Restoran.

Tahun	Jumlah PAD	Realisasi	%
2013	42.171.198.442	7.058.184.942	16,73
2014	46.343.206.065	7.525.423.164	16,23
2015	60.449.655.086	9.603.797.073	15,88
2016	66.971.429.671	10.831.060.378	16,17
2017	66.267.245.420	11.438.711.582	17,26
Jumlah	282.202.734.684	46.457.177.139	16,46

Sumber : Dinas Pendapatan Kota Mataram Tahun 2018

Dari tabel di atas, menunjukkan bahwa kontribusi yang diberikan pajak restoran untuk PAD Kota Mataram tidak stabil yang artinya mengalami penurunan dan peningkatan. Dari tahun 2013 realisasi pajak restoran sebesar Rp. 7.058.184.942 sehingga persentase kontribusinya sebesar 16,73 % dari 9 sektor pajak yang ada. Pada tahun 2014 realisasi pajak restoran sebesar Rp. 7.525.423.164 dan kontribusinya sebesar 16,23 %. Namun pada tahun 2015 dari realisasi Rp. 9.603.797.073 memberikan kontribusi 15,88 % yang artinya mengalami penurunan tetapi pada tahun 2016 sampai 2017 kembali mengalami peningkatan sampai mencapai persentase 16,17 dari Rp. 10.831.060.378 tahun 2016 dan 17,26 % dari Rp. 11.438.711.582 pada tahun 2017.

Tabel 4.3.3.3 Kontribusi PAD Kota Mataram Dari Sektor Pajak Hiburan

Tahun	Jumlah PAD	Realisasi	%
2013	42.171.198.442	352.129.000	0,83
2014	46.343.206.065	398.541.661	0,85
2015	60.449.655.086	486.588.295	0,86

2016	66.971.429.671	721.642.282	1.07
2017	66.267.245.420	1.466.622.671	2.21
Jumlah	282.202.734.684	3.425.523.909	1.21

Sumber : Dinas Pendapatan Kota Mataram Tahun 2018

Pada tabel ini menunjukkan berbeda dengan tabel kontribusi dari pajak hotel dan restoran, tabel ini hampir menunjukkan peningkatan tanpa mengalami penurunan dari masing-masing tahun yakni 0.83 % dari raelisasi Rp. 352.129.000 tahun 2013, 0.85 % dari Rp. 398.541.661 tahun 2014, 0.86 % dari Rp. 486.588.295 tahun 2015, 1.07 % dari Rp. 721.642.282 tahun 2016, 2.21 dari Rp. 1.466.622.671 tahun 2017.

Tabel 4.3.3.4 Kontribusi PAD Kota Mataram Dari Sektor Pajak Parkir

Tahun	Jumlah PAD	Realisasi	%
2013	42.171.198.442	811.364.886	1.92
2014	46.343.206.065	395.712.777	0.85
2015	60.449.655.086	443.838.886	0.73
2016	66.971.429.671	587.903.160	0.87
2017	66.267.245.420	660.156.990	0.99
Jumlah	282.202.734.684	2.898.976.699	1.02

Sumber : Dinas Pendapatan Kota Mataram Tahun 2017

Tabel di atas menunjukkan raelisasi untuk pajak parkir terhadap PAD Kota Mataram mengalami tidak kestabilan kontribusi pada tahun 2013 yakni 1.92 % dari Rp. 811.364.886 dan 0.85 % dari Rp. 395.712.777 tahun 2014, 0.73 % dari Rp. 443.838.886 tahun 2015, 0.87 % dari Rp. 587.903.160 tahun 2016, 0.99 % dari Rp. 660.156.990 tahun 2017.

4.3.4 Kontribusi PAD Kota Mataram Setiap Tahun

Kontribusi PAD Kota Mataram belum menemukan berapa persentasi yang diberikan terhadap PAD Kota Mataram pertahunnya. Oleh karnanya peneliti mencoba melampirkan data-data atau perhitungan persentasi kontribusi yang

diberikan oleh pajak pariwisata dari pajak daerah pertahunnya. Berikut tabel hasil data kontribusi PAD Kota Mataram pertahunnya dari pajak pariwisata yang berunsur dari pajak daerah (9 sektor pajak).

Tabel Kontribusi PAD Kota Mataram Setiap Tahun melalui Pajak Pariwisata

Tahun	Jumlah PAD	Realisasi Jumlah Pajak Pariwisata	%
2013	42.171.198.442	13.186.534.581	31.26
2014	46.343.206.065	14.247.651.616	30.74
2015	60.449.655.086	20.890.616.322	34.55
2016	66.971.429.671	22.932.081.535	34.74
2017	66.267.245.420	25.978.385.264	39.20
Jumlah	282.202.734.684	97.235.269.318	34.45

Sumber : Dinas Pendapatan Kota Mataram Tahun 2017

Pada tabel di atas menunjukkan PAD dan kontribusi pajak pariwisata tahun 2013-2017. Tabel di atas menunjukkan PAD meningkat secara terus-menerus. Realisasi pajak juga semakin meningkat kecuali pada tahun 2014 yang menunjukkan efektifitas realisasi pajaknya menurun yakni dari 31.26% pada tahun 2013 menjadi 30.74% tahun 2014. Pada tahun selanjutnya meningkat stabil dari tahun 2015 sebesar Rp.20.890.616.322; tahun 2016 sebesar Rp22.932.081.535; dan Rp.25.978.385.264 tahun 2017. Sehingga kontribusinya meningkat berturut-turut 34.24%, 34.74%, dan menjadi 39.20% tahun 2017.

Dapat disimpulkan bahwa, empat dari sembilan sektor pajak daerah yakni pajak hotel, restoran, hiburan, dan pajak parkir yang dimana keempat pajak daerah tersebut di klasifikasikan menjadi pajak pariwisata memberikan kontribusi yang paling besar pada tahun 2017 yakni mencapai 39.20%. Hal ini menunjukkan bahwa efektifnya kontribusi pajak pariwisata untuk PAD Kota Mataram karna mendekati capaian 100% dari

seluruh pajak daerah untuk PAD Kota Mataram dari tahun 2013-2017.

Dari keempat pajak diatas, dapat diketahui bahwa pajak yang memberikan kontribusi paling banyak adalah hotel, selanjutnya restoran, tempat hiburan dan parkir. Seperti yang kita ketahui, masing-masing dari penghasil pajak tersebut, memiliki fungsi yang berbeda-beda.

Selain tempat untuk menginap, hotel juga memberikan fasilitas yang cukup memadai. Mulai dari tempat tidur yang nyaman, ruangan yang ber AC, hidangan makanan yang lezat, suguhan pemandangan yang indah dan lain sebagainya. Semuanya dapat dinikmati sesuai tarif yang sudah ditentukan. Semakin tinggi tarif yang kita ambil, maka semakin banyak fasilitas-fasilitas yang kita dapatkan. Setiap hotel, rata-rata memberikan tarif kamar paling rendah yakni berkisar Rp. 100.000 perhari dengan fasilitas yang biasa. Semakin lama menginap dan menginginkan fasilitas terbaik, maka akan semakin tinggi tarifnya.

Restoran sebagaimana yang kita tahu, merupakan tempat berbagai kuliner yang disuguhkan dengan baik dan lezat. Biasanya juga menyediakan kuliner-kuliner khas daerah setempat. Tarif yang ditentukan juga berbeda-beda, tergantung harga pasarannya. Makanan dalam kategori sayur, tentu akan lebih murah harganya dari makanan yang termasuk kategori daging ataupun *seafood*. Makanan dalam kategori sayuran, biasanya di tarifkan sekitar Rp. 15.000 per porsi. Daging akan lebih mahal berkisar Rp. 35.000. dan *seafood* berkisar Rp. 50.000.

Salah satu tempat hiburan adalah bioskop. Bioskop merupakan tempat pemutaran film-film perdana. Biasanya pemutaran film di tempat ini diperuntukkan untuk film-film yang ratingnya tinggi. biasanya Penentuan tarif untuk satu kali pemutaran film berkisar Rp. 35.000, dan tarifnya akan meningkat pada *weekend*, berkisar Rp. Rp.50.000

Parkir merupakan tempat ditertibkannya kendaraan-kendaraan yang mengunjungi tempat-tempat tertentu. Tarif yang di tentukan dalam pemarkiran biasanya berkisar Rp. 1000 untuk kendaraan roda dua, dan Rp. 3000 – Rp. 5000 untuk kendaran roda empat.

Dari keempat penghasil pajak di atas, sangat mudah untuk menganalisis hasil kontribusinya,yakni Dengan kita menentukan jumlah pengunjung untuk masing-masing tempat. Jika kita menentukan pengunjung untuk setiap penghasil pajak berjumlah 10 orang, maka akan jelas terlihat urutan-urutan penghasil pajak dari yang paling besar dan yang paling kecil.

Kendala-kendala dalam Peningkatan Pariwisata

Dalam usaha pengembangan yang telah dilakukan oleh Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kota Mataram ternyata masih ada terdapat hambatan yang dihadapi terutama dalam peningkatan obyek wisata. Hasil wawancara peneliti dengan pihak terkait adalah kurangnya kesadaran masyarakat akan kebersihan dan pemeliharaan. Masyarakat seringkali membuang sampah sembarangan, dan ini yang paling sering terjadi dilokasi obyek-obyek wisata serta kurangnya keinginan masyarakat untuk menjaga fasilitas yang di sediakan dalam obyek wisata tersebut.

solusi untuk kendala tersebut, diantaranya memberikan penyuluhan akan pentingnya lingkungan yang bersih. Serta pentingnya fasilitas dalam mendukung peningkatan tempat-tempatwisata. Dan terkait dengan itu, Dinas Kebersihan juga berperan dalam mengatasi kendala ini, dengan cara memperbanyak tong sampah di area obyek-obyek wisata, memberikan beberapa spanduk atau poster dalam memberitahukan secara tidak langsung tentang pentingnya kebersihan dan pemeliharaan lingkungan.

Dalam peningkatan kontribusi pajak tentunya terdapat kendala-kendala yang di hadapi pihak Dispenda adalah menurunnya minat wisatawan untuk mengunjungi pariwisata yang ada di kota mataram. Jika jumlah wisatawan menurun secara otomatis kontribusi pajak pariwisata akan menurun karna tinggi rendahnya kontribusi pajak pariwisata tergantung pada jumlah pengunjung wisatawan

Solusi dari kendala tersebut tentunya harus ada tindakan dalam meningkatkan kualitas segi fisik dari setiap obyek wisata, karna jika obyek wisata di indahkan maka tentunya peminatnya akan semakin meningkat. Dan untuk itu di perlukan kerja sama antara dinas-dinas yang terkait dalam pengelolaan pariwisata.

Kesimpulan

Untuk hambatan pengembangan pariwisata, dari wawancara peneliti pada pihak Dispenda, kendala yang dihadapi adalah kendala dari masyarakat sendiri, yakni kurangnya kesadaran akan kebersihan di semua obyek wisata yang ada. Masyarakat selalu membuang sampah di tempat yang mereka inginkan. Untuk mengatasi kendala tersebut, pihak Disbudpar melakukan penyuluhan tentang akan pentingnya lingkungan yang bersih. Dan terkait dengan itu, Dinas Kebersihan juga berperan dalam mengatasi kendala ini, dengan cara memperbanyak tong sampah di area obyek-obyek wisata”.

1. Obyek wisata yang menjadi unggulan yaitu wisata alam yang dimana data kunjungan dapat di lihat dari penjualan tiket masuk yang mencapai 1000-2000 pengunjung dalam satu bulan, sedangkan obyek wisata non alam peneliti tidak menemukan data karna tidak di kenakannya tiket masuk pada obyek wisata non alam tersebut.
2. Kontribusi Pajak Pariwisata Terhadap Pad Kota Mataram yang di lihat Dari Sudut Pajak Daerah, Empat dari sembilan sektor pajak daerah yakni pajak hotel, restoran, hiburan, dan pajak parkir yang dimana keempat pajak daerah tersebut di klasifikasikan menjadi pajak pariwisata memberikan kontribusi yang paling besar pada tahun 2017 yakni mencapai 39.20%. Hal ini menunjukkan bahwa efektifnya kontribusi pajak pariwisata untuk PAD Kota Mataram karna mendekati capaian 100% dari seluruh pajak daerah untuk PAD Kota Mataram.
3. Kendala yang dihadapi dalam peningkatan kontribusi melalui pajak pariwisata adalah menurunnya minat wisatawan untuk mengunjungi pariwisata yang ada di kota mataram. Jika jumlah wisatawan menurun secara otomatis kontribusi pajak pariwisata akan menurun karna tinggi rendahnya kontribusi pajak pariwisata tergantung pada jumlah pengunjung wisatawan.

Berdasarkan kesimpulan-kesimpulan dan implikasi di atas, maka penulis mengemukakan saran-saran sebagai berikut :

1. Dinas terkait, peneliti mengharapkan agar memperhatikan lebih lanjut tentang pengelolaan retribusi terutama dalam kepariwisataan dan khususnya setiap objek

wisata, agar setiap retribusi dapat di perhitungkan dan digunakan dengan lebih baik dalam pengelolaannya. Peneliti juga mengharapkan dinas terkait untuk lebih memberi fasilitas-fasilitas yang lebih memadai dalam memenuhi kebutuhan masyarakat terutama dalam kepariwisataan.

2. Masyarakat, peneliti berharap kepada masyarakat untuk lebih sadar akan kebersihan lingkungan dalam hal lingkungan obyek wisata di masing-masing daerah serta lebih dapat memelihara serta menjaga fasilitas yang sudah di sediakan oleh pemerintah daerah untuk obyek wisata di masing-masing daerah.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Andi, Prastowo. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Basu, Swastha DH., Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern, EdisiKedua, Cetakan Ke tigabelas*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Effendy, Onong Uchjana. 2004. *Teori Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Djam'an Satori dan Aan Komariah. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Fandeli, Chafid. 2000. *Pengusaha Ekowisata*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Gamal Suwanto.2004. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy Johannes. 2005. *Metodologi Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Pendit, Nyoman S. 2002. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Rahman, Herlina. 2005. *Pendapatan Asli Daerah*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Ridwan. 2008. *Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung : Alfabeta

Rozali Abdullah. 2000. *Pelaksanaan Otonomi Luas dan Isu Federalism Sebagai Suatu Alternatif*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif)*. Bandung : Alfabeta.

Warsito. 2001. *Hukum Pajak*. Jakarta : PT. Rajawali Grafindo Persada.

Skripsi:

Tri Wahyuni. 2007. *Studi Tentang Pengembangan Pariwisata dalam Upaya Meningkatkan*

Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Banjarnegara. (Tidak diterbitkan).

Undang-Undang:

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1990 Tentang Kepriwisataan.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 1999 Tentang Pemerintahan Daerah.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2004 Tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat Dan Pemerintahan Daerah

