

BAB I

PENDAHULUAN

I. Latar Belakang

Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan utama bagi sebuah Negara yang dibayarkan oleh masyarakat. Pajak juga sebagai iuran rakyat kepada Negara berdasarkan undang-undang dengan tidak mendapat jasa timbal balik langsung dapat ditunjukan dan digunakan untuk membayar pengeluaran umum (Mardiasmo 2009:1) Pemungutan yang dapat dipaksakan oleh pemerintah berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan serta sebagai perwujudan peran serta masyarakat atau wajib pajak untuk secara langsung dan bersama-sama melaksanakan kewajiban perpajakan yang diperlukan untuk pembiayaan Negara dan pembangunan nasional.

Seiring dengan perkembangan ekonomi dan teknologi yang semakin pesat, pemerintah membutuhkan dana yang tidak sedikit dalam pembiayaan Negara dan pembangunan nasional. Tujuan pembangunan nasional adalah untuk mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur melalui peningkatan taraf hidup, kecerdasan dan kesejahteraan seluruh rakyat dalam pelaksanaan pembangunan nasional dan Pembangunan Daerah.

Otonomi daerah 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 masyarakat dalam system Negara kesatuan republik Indonesia (Mardiasmo 2011:12). Faktor keuangan merupakan aspek utama yang

dititikberatkan dalam pelaksanaan otonomi daerah, karena pada hakikatnya otonomi daerah menuntun usaha pemerintah daerah untuk secara mandiri membiayai pengeluaran-pengeluarannya sehubungan dengan program-program yang dilaksanakan oleh pemerintah suatu daerah. Oleh karena itu, pemerintah daerah harus aktif menggali sumber-sumber pembiayaan, baik melalui intensifikasi yaitu dengan pemanfaatan secara optimal sumber pendapatan daerah maupun melalui ekstensifikasi objek pendapatan daerah yaitu dengan mencari sumber pendapatan yang baru, yang dalam pelaksanaannya harus tetap memperhatikan ketentuan dan peraturan tertinggi yang berlaku yaitu undang-undang. Pengelolaan Keuangan Daerah diwujudkan dalam bentuk penetapan anggaran pendapatan dan belanja daerah (APBD) sesuai dengan kebutuhan dan aspirasi masyarakat yang berkembang di daerah masing-masing.

Pemerintah daerah Kota Surabaya memberlakukan berbagai jenis pajak daerah, yang tentunya pemberlakuannya juga disesuaikan dengan peraturan-peraturan perundang-undangan lebih tinggi yang berlaku di Indonesia. DPRD sebagai lembaga tinggi legislative daerah yang merupakan mitra daerah, juga ikut berperan serta dalam rangka penetapan target masing-masing komponen penerimaan pajak daerah dan retribusi daerah Kota Surabaya disetiap awal tahun anggaran. dalam menentukan target penerimaan pajak daerah, aparatur Pemerintah Daerah/Kota juga memperhatikan aspek yang penting yang secara teknis berpengaruh pada penerimaan keuangan daerah pada umumnya yaitu situasi dan kondisi perekonomian serta suasana politik daerah. Penerimaan pajak daerah Kota Surabaya digali dari pajak hotel, pajak restoran, pajak hiburan, pajak reklame, pajak penerangan jalan, pajak parkir, pajak bumi dan bangunan,

pajak Bea hak atas tanah dan bangunan dan pajak air bawah tanah dan air permukaan. (Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009)

Berbagai jenis pajak yang dipungut oleh pemerintah Kota Surabaya, pajak reklame merupakan salah satu jenis pajak yang memiliki prospek positif yang bisa dikembangkan dan peranannya dapat meningkatkan PAD. Surabaya merupakan Kota pertumbuhan dan perkembangan perekonomiannya bisa dikatakan relative cepat. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan perekonomian di Kota Surabaya dari berbagai sektor khususnya industri dan perdagangan tumbuh begitu pesat, jika dipantau dari segi perdagangan dapat dilihat dari semakin maraknya pusat-pusat perbelanjaan yang didirikan di Kota Surabaya. Dilihat pada perkembangan penerimaan PAD dari sektor pajak reklame tentunya memiliki potensi yang cukup besar, karena setiap perusahaan ataupun perorangan akan lebih banyak menggunakan media reklame untuk mempromosikan berbagai jenis kegiatan usaha dan produk mereka, hal ini dapat dilihat dari sudut-sudut Kota Surabaya baik di pusat Kota maupun pinggiran Kota yang banyak terpampang berbagai macam reklame.

Kesadaran dan peran serta masyarakat dalam membayar pajak reklame ini disebabkan kurangnya sosialisasi pemerintah daerah kepada masyarakat tentang pajak reklame, selain itu juga kurangnya pengawasan dari aparaturnya pemerintahan kota dalam rangka Pengelolaannya. Salah satu contohnya adalah adanya reklame yang tanpa ijin pemasangan dari pemerintah kota ataupun reklame yang perijinannya sudah mati, selain itu juga banyaknya reklame politik reklame yang ilegal dan tidak tertata dengan rapi sehingga dapat merusak pemandangan kota. serta banyak lagi hal-hal negatif lainnya yang dapat mengurangi penerimaan pajak reklame. Disisi lain kontribusi pajak reklame terus

diharapkan akan semakin meningkat dari tahun ketahun untuk menambah penerimaan PAD agar tujuan otonomi daerah untuk menciptakan kemandirian daerah di sektor keuangan akan dapat terwujud. Berikut tabel Target dan Realisasi pajak reklame tahun 2011-2015 Kota Surabaya.

Tabel 1.1

Target dan Realisasi Pajak Reklame Kota Surabaya

Tahun anggaran 2011-2015

Tahun	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	Selisih (Rp)	%
2011	126.000.000.000	90.232.262.728,38	(35.767.637.272)	71,61%
2012	112.998.024.000	117.601.450.951,00	4.603.426.951	104,07%
2013	114.107.904.000	106.146.474.640,00	(7.961.429.360)	93,02%
2014	112.000.000.000	124.300.629.650,00	2.300.629.650	101,89%
2015	135.000.000.000	115.749.218.725,00	(19.250.781.275)	85,74%

Sumber: Badan Pengelolaan Keuangan dan Pajak Daerah Kota Surabaya (Data diolah)

Pada tabel diatas, terlihat pajak dan realisasi pajak reklame mengalami fluktuatif dari tahun ke tahun. Data tersebut menunjukkan bahwa Pada tahun 2012 dan tahun 2014 penerimaan pajak reklame sudah melampaui target yang telah ditentukan. Pada tahun 2011 masih jauh dari target yang diharapkan, terutama penerimaan pajak reklame pada tahun 2013 dan tahun 2015 yang masih belum memenuhi target yang diharapkan. Hal ini tentu menjadikan sebuah pertanyaan mengapa pajak reklame mengalami fluktuatif pada realisasi dan pada tahun-tahun tertentu mengalami selisih yang cukup banyak antara target dengan

realisasi, apakah target yang telah ditetapkan terlalu tinggi atau aparat pemerintah yang kurang optimal dalam sosialisasi atau pemungutan pajak reklame. Jika dilihat dari segi potensi, Surabaya adalah Kota yang sangat potensial dalam memungut pajak reklame. Target penerimaan dari pajak reklame seharusnya dapat tercapai, mengingat bahwa Kota Surabaya merupakan Kota yang tingkat pertumbuhan ekonominya begitu pesat. Surabaya juga sebagai Kota jasa dan perdagangan, jadi banyak perusahaan atau perorangan yang menggunakan reklame sebagai alat untuk mempromosikan produknya, hal ini termasuk salah satu indikator penelitian.

Penelitian terkait pajak reklame

Sebagai acuan dalam pengembangan penelitian ini, penulis sudah mempelajari penelitian tentang upaya peningkatan pajak reklame dalam Pendapatan Asli Daerah. Dari penelitian tersebut, ada satu penelitian yang dijadikan sebagai rujukan bagi penulis untuk mengetahui apa saja upaya-upaya dalam meningkatkan pajak reklame dan apa saja yang menjadi faktor-faktor terjadinya hasil yang fluktuatif serta kendala dalam upaya-upaya yang akan dilakukan Badan pengelola keuangan daerah. Peneliti yang dimaksud adalah:

1. Nurnawati (2014) melakukan penelitian yang disusun dalam bentuk skripsi dengan judul “manajemen pajak reklame untuk meningkatkan PAD”. Dengan menanalisis manajemen pajak reklame mulai dari manajemen penerimaan pajak hingga kerjasama pajak dengan sektor publik.

Hasil dari penelitian tersebut menyimpulkan bahwa pengoptimalan penerimaan pajak reklame di kabupaten sleman sebagai komponen pendapatan asli daerah yang merupakan komponen pendapatan dalam APBD.

2. Wibowo (2010) dengan penelitian yang berjudul “analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame di kabupaten kendal’. Dengan menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pajak reklame. Alat analisis yang digunakan adalah persamaan regresi linier berganda.

Dari analisis dapat diambil kesimpulan bahwa jumlah wajib pajak reklame berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame.

3. Rumusan Masalah

Adapun perumusan masalah dari penelitian ini adalah:

- a) Bagaimana gambaran pajak reklame Mengapa tahun 2011 sampai dengan 2015?
- b) Mengapa pajak reklame mengalami fluktuatif?
- c) Bagaimana upaya-upaya yang dilakukan pemerintah Kota Surabaya?

4. Tujuan dan Manfaat penelitian

4.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini:

- a) untuk mengetahui mengapa pajak reklame mengalami fluktuatif dalam penerimaan pajak reklame selama tahun 2012-2015.
- b) untuk mengetahui apa saja yang menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi.
- c) untuk mengetahui bagaimana upaya upaya yang dilakukan pemerintah Kota Surabaya untuk mengoptimalkan pajak reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1) manfaat bagi peneliti

dapat dijadikan sebagai tambahan pengetahuan dan pengalaman mengenai upaya peningkatan pajak reklame terhadap PAD

2) bagi masyarakat:

sebagai acuan masyarakat terutama wajib pajak untuk menyadari pentingnya membayar pajak.

3) manfaat bagi Badan Pengelolaan Keuangan dan Pajak Daerah Kota Surabaya.

a) sebagai bahan masukan bagi para pengambil keputusan untuk merumuskan kebijakan strategis untuk meningkatkan realisasi pajak reklame Kota Surabaya.

b) Diharapkan menjadi bahan masukan bagi pemerintah Kota Surabaya dan Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kota Surabaya dalam menerapkan kebijakan dalam rangka meningkatkan realisasi penerimaan pajak reklame Kota Surabaya.