

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pajak reklame merupakan salah satu pajak daerah. Sehingga pajak reklame merupakan salah satu sumber penerimaan dari suatu daerah atau kota yang diharapkan dapat menjadi sumber pembiayaan penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan daerah juga untuk meningkatkan dan pemeratakan kesejahteraan masyarakat. Menurut Endro (2008), pada era desentralisasi fiskal dan otonomi daerah seperti sekarang ini, fungsi dan peran pajak sebagai salah satu sumber penerimaan negara terasa sangat penting. Sejalan dengan otonomi daerah masalah perimbangan keuangan-keuangan pusat dan daerah merupakan salah satu elemen penting untuk dilakukan dalam kaitannya dengan pelaksanaan otonomi daerah. Oleh karena itu, kemandirian daerah dalam mengelola keuangan daerah akan semakin berperan dan semakin penting. Pemungutan pajak daerah dipungut berdasarkan penetapan Kepala Daerah dan dibayar sendiri oleh wajib pajak. Menurut Yunanto (2010), pemungutan pajak berdasarkan penetapan dilaksanakan dengan menggunakan Surat Ketetapan Pajak Daerah atau dokumen lain yang dipersamakan. Sedangkan pembayaran pajak yang dilakukan sendiri oleh wajib pajak dilakukan dengan menggunakan surat pemberitahuan pajak daerah. Surat Ketetapan Pajak Daerah Kurang Bayar dan/atau Surat Ketetapan Pajak Daerah Kurang Bayar Tambahan, terhadap wajib pajak tersebut dapat diterbitkan Surat Tagihan Pajak Daerah, Surat Keputusan Pembetulan, Surat Keputusan Keberatan, dan Putusan Banding sebagai dasar pemungutan dan penyetoran pajak.

Kota Surabaya merupakan kota yang mempunyai daya tarik tersendiri bagi investor dikarenakan kota Surabaya merupakan kota terbesar kedua di Indonesia. Dengan adanya hal tersebut maka banyak industri atau perusahaan mulai dari perusahaan kecil hingga besar dan juga banyak sekali toko-toko kecil yang berjajar dibantaran tepi jalan raya. Sehingga banyak sekali pemilik toko-toko kecil atau perusahaan kecil dan menengah tersebut memasang atau membuat papan atau spanduk yang bertuliskan nama tokonya atau perusahaannya. Hal tersebut dilakukan agar toko atau perusahaan tersebut dikenal oleh masyarakat. Namun dengan adanya izin reklame yang tidak mendukung maka terjadilah banyak masalah perdebatan bagi pajak reklame di Kota Surabaya. Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia (P3I) menginginkan adanya peraturan yang jelas akan adanya pajak reklame, sehingga tidak membingungkan banyak pihak dalam besar tarif dan siapa saja yang dikenakan pajak reklame. Hal ini diungkapkan karena adanya ketidakjelasan Peraturan Daerah (Perda) dalam mengatur pajak reklame. Agus Winoto, Sekretaris Umum P3I Jatim menuturkan *"Sebetulnya teman-teman P3I ingin ada kepastian hukum yang mengatur cara mengurus reklame atau soal pembayaran pajaknya. Sebab, selama ini antara aturan dan implementasi di lapangan sangat berbeda* misalnya, pasal 2 Perda Kota Surabaya No.8/2006 jo. Perda No. 10/2009 tentang Penyelenggaraan Reklame dan Pajak Reklame menyebutkan, pajak reklame yaitu pajak yang dibebankan pada reklame. Namun dalam pelaksanaan di lapangan, terutama pada perpanjangan izin di tahun kedua, Pemerintah Kota tidak melaksanakan Perda tersebut (Kompas, 25/3/13.)

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 10 tahun 2009 menjelaskan jenis-jenis Reklame yang dikenai pajak yaitu: Reklame Megatron,

Reklame Papan atau *billboard*, Reklame berjalan, Reklame Baliho, Reklame Kain, Reklame Selebaran, Reklame Melekat atau stiker, Reklame Film, Reklame Udara, Reklame Suara, Reklame Peragaan dan Reklame *Sign Net*. Namun, dengan adanya peraturan tersebut banyak sekali adanya kesalahpahaman atas pembayaran pajak reklame itu.

Winoto (2013) menuturkan, dengan adanya perbedaan atas pandangan Pajak Reklame maka muncul pemikiran, apabila peraturan Pajak Reklame menurut Perda digunakan maka, setiap reklame yang terpasang di objek reklame akan dikenai pajak reklame. Dan apabila tidak ada objek reklame maka pihak perusahaan kecil tidak wajib membayar pajak. Namun hal ini sangat berbeda dengan kenyataan, banyak perusahaan kecil (pemilik kios) diwajibkan untuk membayar pajak. Padahal di dalam Perda tersebut yang dikenakan pajak adalah Badan. Badan adalah sekumpulan orang atau lebih yang membentuk suatu bisnis dimana dalam perkumpulannya mempunyai tujuan untuk mencari laba atau keuntungan.

Penelitian ini mengangkat isu tentang pengusaha kecil (di Kota Surabaya) seperti toko–toko didekat jalan raya papan nama tokonya diberi tanda penyilangan atau stiker yang bertuliskan Belum Bayar Pajak atau Pelanggaran. Dan juga kasus adanya kebijakan pemerintah yang tidak sesuai dengan Perda. Hal ini sangat menarik karena fenomena ini membuat banyak pengusaha kecil bingung akan penyelenggaraan pajak reklame itu sendiri. Fenomena ini terjadi pada tahun 2013-2014. Berdasarkan adanya fenomena tersebut maka peneliti akan mencoba melakukan analisis data kualitatif serta memberikan suatu pandangan akan adanya pajak reklame. Menurut Septian (2011) Kebijakan mengenai penataan dan sistem pemungutan Pajak Reklame merupakan faktor

penting dalam penyelenggaraan Reklame. Untuk itu, pemerintah Kota Surabaya menerapkan suatu sistem pemungutan pajak reklame yang harus dipatuhi oleh para subyek pajak yang akan menyelenggarakan reklame, hal ini bertujuan agar penyelenggaraan reklame dan pemungutan berjalan dengan tertib.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan dalam latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana mekanisme dalam pemungutan pajak reklame di kota Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendiskripsikan tentang pemungutan pajak reklame yang terdapat di Kota Surabaya, yang meliputi mekanisme terhadap pemungutan pajak reklame di kota Surabaya dan juga kesesuaian Dinas Pendapatan dan Pengelolaan Keuangan (DPPK) kota Surabaya dalam memungut pajak reklame, apakah pemungutan yang dilakukan oleh DPPK telah sesuai dengan peraturan-perturan yang mengatur tentang tatacara pemungutan pajak reklame.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi DPPK (Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan)

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan bagi pihak fiskus yang bekerja di DPPAK kota Surabaya. Sehingga dalam menjalankan tugas pengelolaan keuangan dan pengawasan terhadap pajak daerah khususnya pajak reklame dapat lebih

tegas dan bijaksana serta tidak terdapat penyelewengan terhadap jabatannya. Dan dengan penelitian ini maka diharapkan pihak fiskus yang bekerja di DPPK dapat mensosialisasikan adanya pajak reklame, sehingga dengan adanya sosialisasi tersebut maka pengusaha kecil atau toko-toko kecil dapat mengetahui tentang peraturan atas penyelenggaraan reklame dan dengan adanya sosialisasi diharapkan dapat meningkatkan pendapatan dari pajak reklame.

2. Bagi Masyarakat

Dengan adanya penelitian ini diharapkan masyarakat dapat mengetahui adanya Pajak Daerah khususnya pajak reklame. Sehingga dengan adanya pengetahuan tersebut maka masyarakat dapat mengerti akan adanya peraturan-peraturan dalam penyelenggaraan reklame. Dan masyarakat akan sadar dan patuh dalam membayar pajak reklame jika mereka menggunakan reklame atau penyelenggara reklame.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sarana literatur untuk menyempurnakan penelitian ini. Sehingga penelitian ini lebih bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan dan dijadikan sebuah informasi yang mampu memberikan masukan-masukan yang sifatnya membangun kearah yang lebih baik.