

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kesatuan yang menganut asas desentralisasi dalam penyelenggaraan pemerintahannya. Desentralisasi adalah penyerahan wewenang dari pemerintah pusat kepada pemerintah daerah untuk mengatur dan mengurus daerahnya sendiri mulai dari kebijakan, perencanaan sampai pada implementasi dan pembiayaan dalam rangka demokrasi dan penyelenggaraan otonomi daerah (Mahfud, 1996:66). Otonomi daerah adalah wewenang yang dimiliki daerah untuk mengurus rumah tangganya sendiri dalam pembangunan perekonomian daerah sesuai perundang-undangan (Mahfud, 1996:66).

Pembangunan ekonomi daerah merupakan suatu proses kegiatan pemerintah daerah dan masyarakat bersama-sama mengelola sumber daya yang ada dan membentuk suatu pola kemitraan antara pemerintah daerah dan sektor swasta untuk menciptakan suatu lapangan kerja baru yang mampu mengembangkan kegiatan ekonomi dalam wilayah tersebut (Arsyad, 2005:108). Setiap upaya pembangunan ekonomi daerah mempunyai tujuan untuk meningkatkan potensi sumber daya manusia, kelembagaan, maupun sumber daya fisik lainnya sesuai kebutuhan daerahnya. Sasaran yang ingin dicapai dalam pembangunan ekonomi daerah adalah meningkatkan proporsi pendapatan daerah.

Pendapatan daerah adalah hak Pemerintah Daerah yang diakui sebagai penambah nilai kekayaan bersih daerah itu sendiri (Afrizal, 2009:47). Terdapat tiga sumber Pendapatan Daerah yaitu Pendapatan Asli Daerah, dana perimbangan dan lain-lain pendapatan. Penjelasan singkat dari ketiga sumber penerimaan daerah tersebut yaitu yang pertama, Pendapatan Asli Daerah merupakan semua penerimaan yang diperoleh daerah dari sumber-sumber dalam wilayahnya sendiri yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Halim, 2004:44). Kedua, dana perimbangan merupakan sumber pendapatan daerah yang berasal dari Anggaran Pendapatan Belanja Negara guna mendukung pelaksanaan kewenangan pemerintah daerah dalam mencapai tujuan pemberian otonomi kepada daerah (Widjaja, 2009:129), dan yang ketiga, lain-lain pendapatan daerah merupakan penerimaan yang bersumber dari penerimaan daerah lainnya seperti pendapatan hibah dan pendapatan dana darurat (Nurcholis, 2005:182).

Dari ketiga sumber pendapatan tersebut, Pendapatan Asli Daerah merupakan pendapatan daerah yang harus ditingkatkan oleh pemerintah daerah, karena Pendapatan Asli Daerah memiliki tujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik sehingga dapat menciptakan tata pemerintah yang lebih baik. Untuk mengoptimalkan penerimaan Pendapatan Asli Daerah, sumber-sumber penerimaan daerah yang harus tingkatkan antara lain Pajak Daerah yang meliputi berbagai pajak kabupaten/kota yang dikelola

pemerintah daerah, Retribusi Daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan dan pendapatan lain-lain yang disahkan daerah.

Pajak Daerah merupakan pungutan dari masyarakat oleh daerah berdasarkan undang-undang yang bersifat dapat dipaksakan dan terutang oleh wajib pajak dengan tidak mendapatkan kontraprestasi kembali secara langsung, yang hasilnya digunakan untuk membiayai pengeluaran daerah dalam menyelenggarakan pemerintahan (Siahaan, 2005:7). Melalui Pajak Daerah tersebut, maka setiap daerah mendapat peluang untuk menggali secara maksimal sumber dana yang ada didaerahnya, dengan tetap memperhatikan kondisi ekonomi dan sosial daerah serta unsur legalitas. Jenis Pajak Daerah yang dipungut oleh pemerintah daerah salah satunya adalah pajak yang berasal dari reklame.

Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan atau dinikmati oleh umum, sedangkan Pajak Reklame menurut Peraturan Daerah Kota Batu Nomor 4 Tahun 2010 tentang Pajak Reklame, mempunyai pengertian yaitu pajak yang dikenakan atas penyelenggaraan reklame. Penyelenggaraan reklame di Kota Batu, sudah banyak digunakan diberbagai sudut jalan sebagai tanda pengenalan atas produk atau jasa yang

disediakan oleh penyedia, baik itu pemerintah daerah maupun pihak-pihak swasta yang mendirikan usahanya di Kota Batu.

Kota Batu yang dikenal sebagai Kota Pariwisata dengan kepemilikan fasilitas alam yang penunjang seperti kondisi geografis alam yang indah, gunung-gunung yang menjulang dan tempat pariwisata yang beranekaragam, akan mampu menarik minat para wisatawan untuk berkunjung. Guna menarik minat wisatawan yang berkunjung ke Kota Batu, maka media reklame merupakan senjata paling ampuh yang digunakan untuk mempengaruhi pola konsumtif wisatawan dengan melakukan promosi-promosi, baik untuk memperkenalkan maupun memasarkan produk yang disediakan. Hal demikianlah yang menjadikan media reklame sebagai alat persaingan antar pemilik penyedia.

Persaingan antar pemilik penyedia yang menggunakan media reklame akan berpotensi meningkatnya minat pemasangan reklame, sehingga reklame akan berpotensi pula terhadap pendapatan Pajak Daerah Kota Batu. Atas potensi tersebut, maka pemerintah perlu untuk memperhatikan Pajak Reklame, baik dalam hal pemberian aturan maupun tarif pemasangannya sesuai perundang-undang, peraturan daerah maupun peraturan lainnya yang berkenaan mengatur Pajak Reklame. Perkembangan Pajak Reklame di Kota Batu, untuk tahun 2014 sampai dengan tahun 2016 masih belum optimal dibandingkan dengan penerimaan realisasi Pajak Daerah Kota Batu lainnya yang setiap tahun mengalami peningkatan.

Pernyataan masih belum optimal tersebut, dapat diperjelas dengan penerimaan realisasi Pajak Reklame yang masih naik turun. Disamping penerimaan realisasi yang masih naik turun, posisi Pajak Reklame tidaklah berada diposisi terbaik. Pada tahun 2014 dan tahun 2015 Pajak Reklame menduduki posisi terendah dalam penerimaan Pajak Daerah Kota Batu, sedangkan pada tahun 2016 Pajak Reklame mengalami peningkatan, sehingga menduduki nomor tiga sebagai penerima realisasi terendah di Kota Batu sebelum Pajak Air Tanah dan Pajak Parkir. Berikut peneliti sajikan data penerimaan realisasi Pajak Daerah Kota Batu tahun 2014 sampai dengan tahun 2016 :

Tabel 1. Realisasi Pajak Daerah Kota Batu Tahun 2014-2016

No	Jenis Pajak	Tahun		
		2014	2015	2016
1	Pajak Hotel	14.390.391.081	16.533.613.716	17.944.383.056
2	Pajak Restoran	3.994.449.379	5.874.199.585	7.485.007.628
3	Pajak Hiburan	6.019.223.859	7.669.602.854	10.023.704.360
4	Pajak Reklame	504.821.136	470.671.373	1.603.625.203
5	Pajak Penerangan Jalan	8.577.158.978	9.702.985.905	10.417.809.198
6	Pajak Parkir	835.458.838	917.778.602	1.140.417.722
7	Pajak Air Tanah	697.703.981	716.003.984	1.425.148.171
8	Pajak Bumi dan Bangunan P2	10.245.426.431	11.284.043.302	18.108.653.606
9	BPHTB	17.542.812.199	30.523.800.613	30.608.640.975
JUMLAH		62.807.445.882	83.692.699.934	98.757.389.919

Sumber : Bagian Keuangan Daerah, Pemerintah Kota Batu 2014-2016.

Dari tabel 1 tersebut, seharusnya Pajak Reklame setiap tahunnya mengalami kenaikan seperti Pajak Daerah Kota Batu lainnya, karena dilihat dari sisi jumlah wajib pajak yang terdaftar untuk tahun 2014 sampai dengan tahun 2016 mengalami kenaikan. Pada tahun 2014 Pajak Reklame mempunyai 514 wajib pajak, untuk tahun 2015 mengalami kenaikan dengan

jumlah 544 wajib pajak, sedangkan pada tahun 2016 mengalami kenaikan kembali dengan jumlah mencapai 587 wajib pajak. Berikut peneliti sajikan datanya :

Tabel 2. Jumlah Wajib Pajak, Pajak Reklame Kota Batu Tahun 2014 - 2016

Jenis Pajak	Lokasi Reklame	Jumlah Wajib Pajak		
		2014	2015	2016
Pajak Reklame	Kecamatan Junrejo	48	55	62
	Kecamatan Bumiaji	27	30	49
	Kecamatan Batu	334	344	352
	Biro Reklame	105	115	124
Jumlah		514	544	587

Sumber : Bagian Keuangan Daerah, Pemerintah Kota Batu (2014-2016)

Selain penjelasan dari tabel 2 yang menjelaskan peningkatan wajib pajak dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2016, apabila dilihat dari sisi penetapan target Pajak Reklame yang ditetapkan Badan Keuangan Daerah Kota Batu untuk tahun 2014 dan tahun 2015 tidak mengalami perubahan yaitu sebesar Rp.450.000.000, berikut peneliti sajikan datanya :

Tabel 3. Penerimaan Realisasi Pajak Reklame Kota Batu Tahun 2014-2016

NO	TAHUN	TARGET	REALISASI	%
1	2014	450.000.000	504.821.136	112%
2	2015	450.000.000	470.671.373	105%
3	2016	1.600.000.000	1.603.625.203	100%
JUMLAH		2.430.000.000	2.579.117.712	103%

Sumber : Bagian Keuangan Daerah, Pemerintah Kota Batu ,2014-2016.

Dari tabel 3, seharusnya sebuah target setiap tahun mengalami perubahan untuk memberikan kemajuan pada peningkatan realisasi maupun potensi Pajak Reklame kedepannya. Dilakukannya perubahan tersebut guna menghindari penetapan target yang tidak sesuai dengan kondisi dilapangan. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti berminat untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Potensi Penerimaan Pajak Reklame**

Dalam Meningkatkan Pendapatan Pajak Daerah Di Kota Batu (Studi Pada Badan Keuangan Daerah Kota Batu)”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang peneliti gunakan adalah bagaimana potensi Pajak Reklame di Kota Batu pada tahun 2014 sampai dengan tahun 2016?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini berdasarkan rumusan masalah yang peneliti gunakan yaitu untuk mengetahui dan menganalisis potensi Pajak Reklame di Kota Batu pada tahun 2014 sampai dengan 2016.

D. Kontribusi Penelitian

1. Kontribusi Teoritis

- a. Penelitian ini dapat digunakan untuk menambah pengetahuan yang berkaitan dengan bidang perpajakan khususnya Pajak Reklame.
- b. Sebagai bahan informasi dan dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya tentang analisis potensi penerimaan Pajak Reklame.

2. Kontribusi Praktis

- a. Penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pemerintah terutama aparat Badan Keuangan Daerah Kota Batu untuk meningkatkan pemungutan serta pengelolaan potensi Pajak Reklame sebagai sumber pendapatan Pajak Daerah di Kota Batu.
- b. Sebagai bahan masukan bagi para pengambil keputusan untuk merumuskan kebijakan peraturan guna mempertimbangkan

keputusan yang berkaitan dengan target serta meningkatkan potensi Pajak Daerah khususnya pada Pajak Reklame.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan gambaran umum mengenai isi dari penelitian secara keseluruhan. Penelitian ini terdiri dari lima bab yang masing-masing memiliki subbab. Adapun sistematika pembahasan tersebut adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah penelitian yang menjadi alasan diangkatnya judul penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi tentang penelitian terdahulu yang berkaitan dengan apa yang diteliti oleh peneliti, landasan-landasan teori sebagai pendukung penelitian, serta adanya kerangka pemikiran yang memberikan gambaran alur penulisan yang dikemukakan peneliti untuk merangkai pembahasan dan menjawab rumusan masalah yang telah diuraikan di BAB I.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian , fokus penelitian sebagai komponen dasar agar tidak meluasnya masalah yang sedang diteliti, lokasi dan situs penelitian sebagai tempat tujuan diadakan penelitian, sumber data untuk menunjang berhasilnya penelitian, teknik

pengumpulan data, instrumen penelitian, serta metode analisis sebagai alat untuk mengukur dan mengolah data yang akan diteliti peneliti.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Pada bab ini berisi analisis untuk menjawab permasalahan-permasalahan yang telah dituangkan pada BAB I, dengan menggunakan acuan metode penelitian pada BAB III sebagai langkah dalam menentukan dan menyelesaikan permasalahan yang sedang diteliti oleh peneliti. Dalam bab ini berisi gambaran umum lokasi penelitian dan penyajian data.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang ditarik berdasarkan permasalahan, teori metodologi penelitian, serta analisis topik terkait serta fakta-fakta yang berhasil ditemukan oleh peneliti.