

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam upaya peningkatan kemandirian daerah, maka pemerintah daerah dituntut untuk mengoptimalkan potensi pendapatan asli daerah. Salah satunya melakukan intensifikasi maupun ekstensifikasi pajak daerah dan retribusi daerah, yang pemungutannya diatur dalam undang-undang No. 18 Tahun 1997 yang telah diubah menjadi undang-undang No. 34 Tahun 2000.

Dengan pelaksanaan otonomi, daerah bertanggung jawab atas pembiayaan pembangunan daerah yang bersumber pada Pendapatan Asli Daerah (PAD). Desentralisasi atau otonomi daerah membuat daerah memiliki kewenangan yang lebih besar dalam mengatur urusan rumah tangganya. Hal ini menuntut Pemerintah Daerah untuk lebih bijak dalam hal pemungutan pajak daerah dan retribusi daerah. Selain itu pemerintah daerah juga dituntut untuk dapat mengalokasikan hasil penerimaan pajak daerah dan retribusi daerah untuk mencapai masyarakat yang adil, makmur, dan merata berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945.

Dengan diberlakukannya Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, daerah mendapat peluang untuk menggali secara maksimal sumber dana yang ada didaerahnya, dengan tetap memperhatikan kondisi ekonomi dan social daerah serta unsur legalitas. Dalam Undang-undang tersebut, pemerintah daerah diizinkan memungut sebelas jenis pajak daerah, diantaranya pajak reklame.

Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan utama bagi sebuah negara yang dibayarkan oleh masyarakat. Pajak juga sebagai iuran 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

Pajak merupakan salah satu penerimaan terbesar di negara Indonesia. Hal ini dapat dilihat pada anggaran pendapatan dan belanja negara (APBN) setiap tahunnya. Oleh karena itu, penerimaan negara dari sektor pajak perlu mendapatkan perhatian yang serius dan sungguh-sungguh. Pemerintah dalam hal ini perlu pengawasan agar tidak terjadi kebocoran dalam pungutannya. Semua itu dapat terlaksana dengan adanya partisipasi dari semua pihak selain dari pihak yang berwenang dalam pengawasan pajak juga dari masyarakat itu sendiri agar pajak tersebut dapat dibayarkan sesuai dengan peraturan perundang-undangan dan tidak ada penyelewengan di dalam pembayaran pajak tersebut, agar tercipta kecepatan pembangunan daerah tersebut.

Adapun penerimaan pajak daerah dapat diperoleh dari pajak propinsi yang terdiri dari Pajak Kendaraan Bermotor, Pajak Air Permukaan, Pajak Rokok. Sedangkan pajak kabupaten/kota diantaranya, Pajak Hotel, Pajak Restoran, Pajak Hiburan, Pajak Reklame, Pajak Penerangan Jalan, Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan, Pajak Parkir, Pajak Air Tanah, Pajak Sarang Burung Walet.

Selain pajak daerah, retribusi daerah juga merupakan salah satu komponen penting dalam PAD. Penerimaan dari masing-masing jenis pajak daerah memiliki jumlah yang berbeda-beda, tergantung dari potensi masing-masing daerah. Kemana suatu daerah memfokuskan visi dan misi daerahnya. Kota Bekasi yang sesuai dengan visinya sebagai kota jasa, memfokuskan pembangunan segala aspek dibidang jasa. Walaupun tanpa mengesampingkan aspek yang lainnya, selain jasa. Demikian juga dengan penerimaan daerahnya dari sektor pajak pemerintah daerah kota Bekasi menargetkan penerimaan daerah dari pajak daerah terutama dari sektor jasa cenderung lebih tinggi.

Secara umum pajak adalah pungutan dari masyarakat oleh Negara (pemerintah) berdasarkan Undang-Undang yang bersifat dapat dipaksakan dan terutang oleh yang wajib membayarnya dengan tidak mendapat prestasi kembali

secara langsung, yang hasilnya digunakan untuk membiayai pengeluaran. Beberapa macam pajak yang dipungut oleh pemerintah Kota Bekasi diantaranya yaitu pajak reklame, pajak restoran dan pajak hotel, pajak hiburan, pajak penerangan jalan, pajak pengambilan bahan galian golongan C, pajak pemanfaatan air dibawah tanah dan air permukaan dan pajak parkir.

Kota Bekasi adalah kota yang cukup luas dan awalnya tidak memiliki penduduk yang banyak jumlahnya. Seiring berjalannya waktu dan disebabkan banyaknya penduduk dari luar Kota Bekasi yang berpindah dan menetap di Kota Bekasi, maka angka pembangunan yang terjadi pun semakin meningkat. Contohnya seperti bertambahnya pembangunan perumahan, apartemen, hotel, sekolah, rumah sakit, dan restoran. Lahirnya media baik cetak dan elektronik, dijadikan sebagai modal besar untuk para pengguna sektor perdagangan, salah satu yang paling diminati adalah pemasaran lewat media reklame. Media reklame dianggap sebagai alternative pemasaran yang menguntungkan dan sangat efektif, reklame dianggap mampu menarik calon konsumen karena reklame bisa diakses oleh semua pihak. Hal ini menjadikan reklame sebagai salah satu yang harus diperhatikan oleh pemerintah, baik dalam hal pemberian aturan dan tarif pemasangan reklame yang diatur oleh undang-undang maupun peraturan daerah. Pajak reklame dapat memberikan kontribusi tersendiri terhadap penerimaan pendapatan asli daerah (PAD).

Kota Bekasi menjadi salah satu potensi pendapatan daerah yang paling mungkin untuk terus ditingkatkan setiap tahun sebagai andalan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari pajak reklame. Secara *existing* hampir semua lokasi jalan protokol dipenuhi 'hutan' reklame. Namun, karena kurang optimal dalam pengelolaan pajak reklame rawan terjadinya kebocoran.

Pemerintah kota (Pemkot) Bekasi terus menggenjot pendapatan asli daerah (PAD), kendati selama lima tahun dari 2013-2017 bergerak dinamis. Selama tiga tahun PAD tidak memenuhi target, namun dua tahun terakhir berhasil melampaui target yang dipatok pemerintah daerah.

Temuan BPK pada tahun 2014 tentang pajak reklame yaitu sebagai berikut:

- Ribuan reklame tidak berizin sebanyak 1770 reklme indoor, 110 reklame outdoor, tersebar di semua mal dan jalan strategis.
- Balasan bioskop yang memutar iklan tidak terpungut pajaknya. Termasuk provider selular yang membuat iklan wall painting.
- Sebanyak 112 reklame yang izinnya sudah habis atau kadaluarsa masih berdiri kokoh, 12 reklame saja pajak nya mencapai Rp 900 juta lebih.
- Diperkirakan puluhan sampai ratusan miliar pajak reklame menguap. Diperparah database di DP3JU yang masih lemah.
- Biaya untuk penataan dan pengelolaan reklame di Kota Bekasi tidak sedikit: Rp 700 juta tahun 2015 dan Rp 1,6 miliar untuk tahun 2016

**Tabel 1.1**

**Laporan Target dan Realisasi Pendapatan Daerah Kota Bekasi**

Tahun	Pendapatan	Target
2013	24.316.259.790	24.844.000.000
2014	29.282.773.150	40.677.884.000
2015	33.028.045.600	56.169.719.600

*Sumber: Bapenda Kota Bekasi*

Fenomena yang terjadi adalah, Penerimaan Pajak Reklame pada Kota Bekasi adalah mengalami fluktuasi, selama kurun waktu tahun 2013 sampai dengan 2015. Tahun 2013 penerimaan pajak kurang dari target yaitu Rp 24.316.259.790 dari target yaitu Rp 24.844.000.000,- lalu di tahun 2014 kurang dari target yaitu Rp. 29.282.773.150 dari target yang ditetapkan Rp. 40.677.884.000.- Kemudian di Tahun 2015 mengalami penurunan kurang dari target yaitu Rp. 33.028.045.600 dari target yang ditetapkan Rp. 56.169.719.600, Hal inilah yang mendorong penulis untuk mengkaji lebih jauh fungsi dalam hal penerimaan pajak reklame pada Kota Bekasi, salah satu

pajak yang memiliki potensi cukup tinggi untuk ditingkatkan penerimaannya adalah pajak reklame, namun kenyataan pajak tersebut mengalami fluktuasi.

Berdasarkan data DPPJU Kota Bekasi hingga 2014 jumlah reklame yang terpasang sebanyak 7500 titik. Ada beberapa panggung reklame belum terpasang reklame “diakali” dipasangi reklame “bodong” atau illegal. Sehingga merugikan potensi PAD miliaran rupiah. Meski illegal reklame bodong yang biasa dipasang di lokasi ini aman beberapa minggu sebelum diterbitkan.

Oleh karena itu seiring dengan berjalannya pemungutan pajak reklame pada kota Bekasi peran pengawasan yang dilakukan pegawai pajak pun harus seiring. Hingga saat ini kota Bekasi belum memiliki perda penataan dan pengawasan reklame. Perda penataan dan pengawasan reklame perda yang yaitu No. 15 Tahun 2013 Tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Bekasi Nomor 14 Tahun 2012 Tentang Pajak Reklame.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang potensi penerimaan pajak reklame, yang diharapkan dapat meningkatkan pendapatan asli daerah sehingga dapat mensukseskan pembangunan daerah. Maka dalam penelitian ini mengambil judul: **“Analisis Potensi Penerimaan Pajak Reklame Kota Bekasi Periode 2013-2015”**.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas pada latar belakang diatas, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah ada jenis-jenis tariff dari setiap pajak reklame ?
2. Berapakah jumlah Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari pajak reklame dalam periode 2013-2015 ?
3. Berapakah jumlah perusahaan/unit yang membayar pajak reklame di Kota Bekasi dalam periode 2013-2015 ?
4. Dari sektor mana potensi terbesar pajak reklame yang terdapat di Kota Bekasi ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, adapun tujuan dilakukan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui jenis-jenis tariff dari setiap pajak reklame
2. Untuk mengetahui seberapa besar jumlah Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari pajak reklame dalam periode 2013-2015
3. Untuk mengetahui jumlah perusahaan yang membayar pajak reklame di Kota Bekasi selama periode 2013-2015
4. Untuk mengetahui dari sektor mana potensi terbesar pajak reklame yang terdapat di Kota Bekasi

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak, antara lain:

1. Bagi Dinas Pendapatan Daerah Kota Bekasi

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan pemikiran bagi pemerintah dalam mengambil kebijakan-kebijakan dalam usahanya untuk meningkatkan potensi penerimaan pajak reklame.

2. Bagi Masyarakat

Digunakan sebagai motivasi untuk memberikan kesadaran dalam melaksanakan kewajibannya dengan baik sesuai dengan peraturan yang berlaku

3. Bagi Peneliti

Penulis berharap agar hasil penelitian ini dapat berguna sebagai bahan pertimbangan dan sumbangan pemikiran bagi yang mengadakan penelitian berikutnya, terutama yang berhubungan dengan potensi penerimaan pajak reklame.

### **1.5 Batasan Penelitian**

Mengingat penelitian ini, untuk memfokuskan penulis membatasi pada objek potensi penerimaan pajak reklame yang ada di BAPENDA Kota Bekasi selama periode 2013-2015.

## **1.6 Sistematika penulisan**

Sistematika pembahasan penelitian ini dibagi lima bab dan terbagi menjadi sub-sub bab sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini berisi tentang landasan teori, kerangka pemikiran dan penelitian terdahulu.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menguraikan desain penelitian, tahapan penelitian, waktu dan tempat penelitian, metode analisis data.

### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini menguraikan tentang hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

### **BAB V : PENUTUP**

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan implikasi manajerial.