

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pajak merupakan salah satu penerimaan pendapatan negara terbesar. Hampir semua pendapatan negara dikenakan tarif pajak. Sumber penerimaan pajak di negara ini sangat tidak terbatas, terlebih jika jumlah penduduk semakin bertambah tiap tahunnya, maka semakin banyak pula pendapatan yang diperoleh dari pajak.

Pajak daerah adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi/badan bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan Daerah lagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat (Perpajakan Indonesia, 2012). Dasarnya pajak daerah digolongkan menjadi beberapa jenis yaitu pajak restoran, pajak bumi dan bangunan perkotaan dan perdesaan, pajak hiburan, pajak reklame, pajak hotel, pajak penerangan jalan, pajak parkir dan lain-lain. Pendapatan pajak daerah sendiri dikelola langsung ke dalam pendapatan asli daerah.

Zaman modern saat ini banyak sekali para pengusaha atau perusahaan yang memanfaatkan media reklame sebagai sarana untuk mempromosikan produk atau jasanya. Dari ajang promosi tersebut, pendapatan yang dihasilkan sangat menguntungkan untuk pendapatan negara. Di kota maupun di daerah, pendapatan reklame dananya masuk kedalam tarif pajak reklame.

Pajak Reklame adalah Pajak atas penyelenggaraan reklame. Sedangkan reklame itu sendiri adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, dan dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan, atau mengujikan suatu barang, jasa atau orang, ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau dapat dilihat, dibaca atau didengar suatu tempat oleh umum kecuali pemerintah. (Priantara, 2012)

Penerimaan pajak reklame berpotensi dalam menyumbang pendapatan asli daerah di Surabaya. Oleh karena itu pemerintah memberi peraturan daerah pada setiap wajib pajak agar membayar pajak secara tertib dan tidak menyelewengkan pajak daerah. Karena penerimaan pajak daerah sangat menyumbang untuk pembangunan fasilitas di daerah tersebut.

Pada beberapa tahun belakangan ini masih maraknya wajib pajak yang tidak memiliki ijin reklame di kota Surabaya, sehingga menimbulkan pencopotan reklame liar yang tidak memiliki ijin dari dinas setempat. Sebenarnya saat mengurus perijinan reklame tidak satupun dikenakan biaya apapun, selain biaya pemanfaat lahan untuk pemasangan reklame tersebut. Selain itu biaya pemanfaatan lahan tersebut jika papan reklame berada di lahan pemerintah ataupun tempat fasilitas umum baru dikenakan biaya pemanfaatan lahan. Dalam kasus perijinan reklame tersebut sangat memberikan dampak negative pada pendapatan asli daerah, dikarenakan berkurangnya pendapatan yang berasal dari pajak reklame. Pemerintah daerah menghimbau kepada pemilik reklame untuk mendaftarkan ijin pengurusan reklame di pemerintah agar usaha yang mereka

jalani juga dapat berkembang secara lancar dan tanpa adanya hambatan dalam pencopotaan reklame yang tak berijin.

Semakin banyaknya masyarakat yang tidak melakukan prosedur perijinan reklame maka akan berdampak pada pendapatan asli daerah di kota Surabaya yang menurun. Sebaiknya pemerintah memberikan sosialisasi ataupun memberikan informasi kepada masyarakat agar mengetahui bagaimana tata cara atau prosedur yang harus dilakukan dalam melakukan perijinan reklame. Jika masyarakat mengetahui informasi tentang perijinan reklame maka akan berdampak pada naiknya pendapatan asli daerah di kota Surabaya.

Berikut ini adalah Data Pendapatan Pajak Reklame dari tahun 2013-2016 yaitu:

Tabel 1.1
Data Realisasi Pendapatan Pajak Reklame Tahun 2013-2016

Tahun	Realisasi Pendapatan Pajak Reklame
2013	Rp 106.146.474.640
2014	Rp 124.300.629.650
2015	Rp 115.749.218.725
2016	Rp 132.291.866.992

sumber: Badan Pengelolaan Keuangan dan Pajak Daerah

Berdasarkan data yang tertera dapat diamati bahwa pendapatan pajak reklame yang mengalami kenaikan dan penurunan dalam setiap tahunnya. Banyak sekali alasan-alasan mengapa pendapatan pajak reklame mengalami kenaikan dan penurunan dalam kurung waktu selama 4 tahun. Salah satunya yaitu masih banyak

reklame liar yang terpasang dan mengakibatkan pendapatan pajak daerahnya menurun. Salah satu daerah yang masih ditemui reklame liar yaitu di daerah bundaran *Pakuwon Trade Center* (PTC). Oleh sebab itu dianjurkan pemerintah setempat untuk segera mengatasi masalah tersebut agar pendapatan reklame dapat bertambah dan dapat menambah pendapatan asli daerah Surabaya.

Berdasarkan uraian tersebut, mengingat pentingnya efektivitas penerimaan pajak reklame, maka tertarik untuk membahas lebih dalam tentang masalah, maka diputuskan untuk mengambil judul

“ANALISIS EFEKTIVITAS PENERIMAAN PAJAK REKLAME TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH DI BPKPD SURABAYA”

1.2 Penjelasan Judul

1. Efektivitas

Suatu tingkat keberhasilan yang dapat dicapai oleh suatu instansi atau usaha tertentu yang sesuai dengan tujuan yang diharapkan atau diimpikan selama ini.

2. Penerimaan

Menurut (Kamus Istilah Akuntansi) Renerimaan (*Revenue*) adalah meningkatkan aktivitas organisasi atau menurunnya kewajiban selama satu periode Akuntansi. Terutama dari hasil kegiatan operasi organisasi.

3. Pajak Reklame

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 pasal 1 angka 26 dan 27:

“Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Sedangkan yang dimaksud reklame adalah benda, alat, pembuatan atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial yang digunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan atau untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa, orang atau badan yang dapat dilihat, dibaca, di dengar, dirasakan dan/atau dinikmati oleh umum”

4. Pendapatan Asli Daerah

Menurut Permendagri No. 21 Tahun 2011 pendapatan asli daerah dibagi menurut jenis pendapatan yang terdiri atas pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain lain pendapatan asli daerah yang sah.

5. Badan Pengelolaan Keuangan Dan Pajak Daerah (BPKPD)

Tempat dilakukannya penelitian analisis efektifitas penerimaan pajak reklame yang bertempat di kota surabaya.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan beberapa hal sebagaimana yang telah diuraikan, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana efektivitas penerimaan Pajak Reklame di BPKPD Surabaya tahun 2013-2016?
2. Bagaimana pengaruh Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah di BPKPD Surabaya tahun 2013-2016?
3. Faktor-faktor apa saja yang dapat menghambat penerimaan Pajak Reklame di BPKPD Surabaya?

1.4 Tujuan Penelitian

Sebagaimana rumusan masalah tersebut, berikut adalah tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui efektivitas pelaporan Pajak Reklame di BPKPD Surabaya tahun 2013-2016
2. Untuk Mengetahui pengaruh Pajak Reklame terhadap PAD di BPKPD Surabaya tahun 2013-2016
3. Untuk mengetahui faktor-faktor yang menghambat penerimaan Pajak Reklame di BPKPD Surabaya

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan penelitian tersebut, diharapkan dapat memberi manfaat bagi:

1. Bagi STIE Perbanas Surabaya
 - a. Menambah hubungan kerjasama antara STIE Perbanas dengan Perusahaan
 - b. Menambah referensi kepustakaan dan menjadi bahan studi bermanfaat bagi mahasiswa STIE Perbanas Surabaya yang berkaitan dengan penelitian ini.
2. Bagi BPKPD Surabaya
 - a. Diharapkan dapat memberi sumbangsi guna meningkatkan kinerja setiap kalangan dalam mengawasi pajak reklame sehingga hasil pemanfaatannya sesuai dengan apa yang diharapkan.

b. Diharapkan memberikan sumbangan dan saran kepada pihak-pihak yang terkait dalam hal penerimaan pajak reklame

3. Bagi Peneliti Berikutnya

Diharapkan mampu menjadi alternative referensi bagi penelitian berikutnya.

1.6 Metode Penelitian

Pada penelitian ini, penelitian akan menggunakan 2 jenis, berikut penjelasannya :

1.6.1 Jenis Data

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara).

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data pelengkap bagi data primer. Data sekunder diperoleh dengan cara studi pustaka. Studi pustaka diperoleh melalui jurnal-jurnal, buku dan situs web.

1.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dari penelitian di BPKPD Surabaya yaitu sebagai berikut:

1. Wawancara

Dengan melakukan wawancara kepada staf karyawan pelayanan Badan Pengelolaan Keuangan dan Pajak Daerah

2. Dokumentasi

Dengan cara melakukan pengumpulan dokumen yang berupa laporan realisasi dan anggaran pajak reklame dan laporan PAD Surabaya yang diperoleh dari BPKPD Surabaya.

1.6.3 Teknik Analisa Data

Berikut ini adalah teknik analisa pengumpulan data

- a) Mendiskripsikan hasil wawancara untuk mengetahui efektivitas penerimaan pajak reklame
- b) Menghitung besarnya efektivitas penerimaan pajak reklame pada PAD
- c) Mengelola data yang telah dikumpulkan untuk menyimpulkan efektivitas penerimaan pajak reklame pada PAD

