

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pajak merupakan sumber penerimaan utama bagi negara yang dibayar oleh masyarakat dan sebagai iuran pemungutan yang dapat dipaksakan oleh pemerintah sesuai peraturan perundang – undangan perpajakan serta sebagai perwujudan secara langsung bagi wajib pajak untuk secara langsung berkontribusi untuk menambah kas negara sehingga dapat digunakan untuk membiayai kepentingan negara serta membantu melaksanakan pembangunan nasional.

Pajak daerah ialah kontribusi wajib kepada daerah yang dapat dipaksakan berdasarkan undang – undang yang terutang oleh orang pribadi maupun badan dan tidak mendapat imbalan secara langsung dan digunakan untuk kepentingan daerah sebesar – besarnya kemakmuran rakyat (Perpajakan Indonesia, 2012). Pajak daerah digolongkan menjadi beberapa jenis pajak yaitu, pajak parkir, pajak restoran, pajak hotel, pajak reklame, pajak bumi dan bangunan, pajak penerangan jalan, pajak hiburan, dan pajak sarang burung walet. Pajak daerah sendiri pengelolaannya termasuk Pendapatan Asli Daerah.

Zaman modern ini banyak sekali pengusaha atau orang pribadi yang mengiklankan produk usahanya melalui reklame, baik itu reklame berjalan, reklame papan/billboard, reklame selebaran, maupun vidiotron. Dari ajang promosi tersebut, pendapatan yang dihasilkan sangat menguntungkan bagi daerah melalui penerimaan pajak reklame.

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

Pada beberapa tahun ini masih banyak reklame liar yang membentangi pada fasilitas umum yang pemanfaatannya masih milik pemerintah daerah. Itu disebabkan karena pengusaha baik orang pribadi maupun badan yang belum mendaftarkan reklame. Dalam kasus perijinan tersebut sangat memberikan dampak negatif bagi pendapatan asli daerah, karena berkurangnya pendapatan dari sektor penerimaan pajak reklame. Sebaiknya pemerintah kota Surabaya memberikan sosialisasi pada masyarakat maupun pelaku usaha untuk dapat mendaftarkan reklamennya bagi yang belum mengetahui prosedur dan tata caranya. Sehingga masyarakat akan mengetahui dan akan mendaftarkan materi reklamennya.

Berikut ini merupakan Data Pendapatan Pajak Reklame tahun 2017 – 2020 yaitu:

Tabel 1
Data Realisasi Pendapatan Pajak
Reklame Tahun 2017 – 2020

Tahun	Realisasi Pendapatan Pajak Reklame
2017	131.297.144.500
2018	139.057.010.250
2019	145.836.936.375
2020	110.183.557.050

Sumber: Hasil Rekapitan Bidang Penagihan.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulisan tugas akhir ini mengangkat judul *“Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Pada Badan Pengelolaan Keuangan Dan Pajak Daerah Kota Surabaya”*.

1.2 Tujuan Studi Lapang

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui tentang efektivitas penerimaan pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah pada badan pengelolaan keuangan dan pajak daerah kota Surabaya.

1.3 Manfaat Studi Lapang

Adapun manfaat studi lapang yang bisa diberikan untuk beberapa pihak yang terkait dalam penulisan tugas akhir ini:

1. Bagi Pembaca

Menambah wawasan serta pengetahuan mengenai efektivitas penerimaan pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah pada badan pengelolaan

keuangan dan pajak daerah kota Surabaya. Serta dapat menjadi referensi bagi mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya (STIESIA).

2. Bagi Penulis

Menambah wawasan serta pengetahuan terhadap efektivitas penerimaan pajak reklame pada kota Surabaya.

3. Bagi Instansi

Dapat dijadikan sebagai masukan dan pertimbangan bagi instansi untuk mengambil sebuah keputusan.

1.4 Ruang Lingkup Studi Lapang

Agar penulisan tugas akhir ini sesuai dengan tujuan serta topik yang akan dibahas, maka penulis hanya membahas tentang efektivitas penerimaan pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah pada badan pengelolaan keuangan dan pajak daerah kota Surabaya.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling vital dalam penulisan tugas akhir ini, karena tujuan utamanya adalah mendapat data yang jelas dan relevan. Maka, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data yaitu:

1. Observasi, penulis melakukan pengamatan secara langsung pada BPKPD kota Surabaya serta, mengumpulkan data terkait dengan penerimaan pajak reklame.

2. Wawancara, merupakan cara pengumpulan data dapat melalui tanya jawab secara langsung kepada seorang pegawai atau informan (pemberi informasi). Penulis melakukan tanya jawab dengan Koordinator Penagihan Pajak Reklame BPKPD kota Surabaya.
3. Dokumentasi, ialah metode pengumpulan data dengan mempelajari serta mengkaji data penerimaan pajak reklame dan pajak daerah lain pada BPKPD kota Surabaya.

