

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pajak merupakan sumber penerimaan utama bagi negara berkembang tertentu yang dibayar oleh masyarakat dan sebagai iuran pungutan yang dapat dipaksakan oleh pemerintah sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan serta sebagai perwujudan secara langsung bagi wajib pajak untuk secara langsung berkontribusi untuk menambah kas atau pendapatan negara sehingga dapat digunakan untuk pengeluaran membiayai kepentingan negara serta membantu melaksanakan pembangunan terhadap nasional.

Pajak daerah adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terdapat dipaksakan berdasarkan undang-undang yang tergolong terutang oleh orang pribadi maupun badan dan tidak mendapatkan imbalan secara tertentu atau langsung dan digunakan untuk kepentingan daerah tersebut sebesar-besarnya terkait 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 juga ada beberapa penggolongannya termasuk Pendapatan Asli Daerah.

Zaman modern kali ini ada banyak sekali pengusaha atau badan maupun orang pribadi yang mengiklankan produk usahanya dengan promosi melalui reklame, baik itu reklame berjalan, reklame papan/billboard, reklame videotron, dan reklame selebaran. Dari dengan ajang promosi tersebut, pendapatan yang

dihasilkan menguntungkan bagi daerah tersebut melalui wajib pajak atau penerimaan pajak reklame.

Pajak reklame ialah sebagai Pajak atas penyelenggaraan reklame. Sedangkan reklame sendiri itu merupakan benda, alat, barang perbuatan atau media promosi yang menurut bentuk dengan corak ragamnya untuk tujuan tertentu komersial, dan digunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan, atau mengujikan sesuatu barang atau jasa untuk menarik perhatian sekitar umum untuk dapat dilihat dengan sisi manapun, dibaca, ataupun didengar disuatu tempat yang sesuai oleh umum kecuali pemerintah (Priantara, 2012).

Pada beberapa tahun ini masih banyak beberapa reklame liar atau tidak menaati peraturan pemerintah daerah yang membentang pada fasilitas umum tertentu yang pemanfaatan lahan masih sepenuhnya dipegang milik pemerintah daerah. Maka dari itu disebabkan karena beberapa pengusaha, badan baik orang pribadi yang masih belum sesuai dengan peraturan atau mendaftarkan reklame. Dalam kasus perijinan kali ini sangat memberikan dampak negatif bagi pendapatan asli daerah, karena berkurangnya pendapatan dari sektor penerimaan pajak reklame. Alangkah baiknya pemerintah Kota Surabaya memberikan bentuk sosialisasi yang lebih berpengaruh langsung dan secara sadar bagi mereka (pelaku) masyarakat maupun badan usaha untuk dapat mendaftarkan reklamnya bagi yang belum mengetahui prosedur tertentu dan tata caranya. Sehingga sebagai yang awam maupun tidak akan mengetahui dan akan mendaftarkan materi reklamnya masing-masing yang sesuai peraturan pemerintah daerah.

Seiring dengan semakin pesatnya pertumbuhan perusahaan atau industri akan meningkatkan pendapatan asli daerah melalui pajak reklame karena salah satu pemasaran sebuah industri yaitu promosi yang terdiri antara lain iklan, reklame dan promosi penjualan. Pajak Reklame sebagai salah satu sumber pendapatan Daerah yang berpotensi perlu dilakukan pemungutan secara efisien, efektif, dan ekonomis sehingga dapat lebih berperan dalam usaha peningkatan Pendapatan Asli Daerah di Kota Surabaya.

Pemasukan dari pajak reklame didapat dari beberapa nilai sewa reklame yang dipasang dengan tarif sewa reklame berdasarkan dari lokasi pemasangan reklame, lamanya pemasangan reklame, dan jenis ukuran reklame. Pihak-pihak yang menggunakan jasa reklame dari kalangan dalam bidang pendidikan, industri, perhotelan, hiburan, bank-bank dan lembaga keuangan, transportasi, komunikasi dan pihak pemerintah.

Pajak reklame seharusnya cukup potensial untuk mempengaruhi terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kota Surabaya dikarenakan setiap tahunnya semakin banyak reklame yang terpasang disepanjang berbagai ruas jalan, terkhusus di Jalan Basuki Rahmat, Kedungdoro, Kecamatan Tegalsari sebagai jantung Kota Surabaya.

Banyaknya permasalahan yang ditemukan dalam pengelolaan pajak reklame diantaranya yaitu kurangnya adanya kesadaran untuk membayar pajak oleh wajib pajak. Masalah yang lain ialah kurangnya petugas luar yakni petugas yang diperintahkan untuk melakukan penagihan maupun pengawasan dalam

pemasangan dan pencabutan reklame sehingga dapat mengakibatkan kesempatan terjadinya kecurangan-kecurangan dalam pengelolaan pajak reklame.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang pajak reklame yang merupakan salah satu pajak daerah yang diharapkan dapat memberikan andil yang besar dalam peningkatan Pendapatan Asli Daerah sehingga dapat menyukseskan pembangunan daerah. Untuk itu penulis merasa penting melakukan penelitian.

Berikut yang dibawah 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 Rekapan Bidang Penagihan

Berdasarkan latar belakang yang ditabel tersebut maka dari itu penulisan Laporan Tugas Akhir ini mengambil judul ***“Efektivitas dan Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Pada Badan Pengelolaan Keuangan dan Pajak Daerah Kota Surabaya”***.

1.2 Tujuan Studi Lapang

Berdasarkan latar belakang diatas, tujuan studi lapang dilakukan agar penulis dapat memahami kinerja penelitian ini dilaksanakan dengan untuk mengetahui tentang efektivitas dan kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah pada Badan Pengelolaan Keuangan dan Pajak Daerah Kota Surabaya.

1.3 Manfaat Studi Lapang

Adapun beberapa manfaat studi lapang yang bisa diberikan kepada pihak dalam penulisan Laporan Tugas Akhir ini:

1. Bagi Instansi

Hasil studi lapang diharapkan bisa digunakan oleh perusahaan dalam mempertimbangkan kebijakan yang berhubungan dengan efektivitas dan kontribusi untuk masukan dan pertimbangan bagi instansi dalam pengambilan keputusan.

2. Bagi Penulis

Hasil studi lapang diharapkan bisa menambah pengetahuan dan wawasan penulis dalam menerapkan teori yang diperoleh selama kuliah dengan lebih mengetahui tentang efektivitas dan kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah pada Badan Pengelolaan Keuangan dan Pajak Daerah Kota Surabaya.

3. Bagi Pembaca

Hasil studi lapang yang dilakukan ini diharapkan dapat menambah wawasan serta pengetahuan mengenai efektivitas dan kontribusi 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 (STIESIA) Surabaya dan juga mahasiswa lainnya.

1.4 Ruang Lingkup Studi Lapang

Ruang lingkup studi lapang ini meliputi tentang agar penulisan laporan tugas akhir sesuai dengan tujuan serta topik yang akan dibahas, maka dari itu penulis hanya membahas seputar tentang efektivitas dan kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah pada Badan Pengelolaan Keuangan dan Pajak Daerah Kota Surabaya.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Dalam melakukan metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling fundamental dalam melakukan penulisan laporan tugas akhir ini, karena pada dasarnya tujuan utama adalah mendapatkan data yang sangat jelas dan pantas. Maka, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data yaitu:

1. Observasi

Pengumpulan data dengan melakukan pengamatan pada objek yang diamati, dicatat dan mengamati secara langsung pada Badan Pengelolaan Keuangan dan Pajak Daerah Kota Surabaya serta, mengumpulkan juga data yang terkait dengan kontribusi pajak reklame.

2. Wawancara

Pengumpulan data dengan cara melakukan melalui tanya jawab tentang objek yang diteliti secara langsung dan terbuka, khususnya dengan beberapa pihak-pihak yang berkaitan, pegawai atau informan (pemberi informasi) dan penulis juga melakukan tanya jawab dengan Koordinator Penagihan dan Pengurangan Pajak Reklame BPKPD Kota Surabaya.

3. Dokumentasi

Pengumpulan data dengan cara mempelajari serta mengkaji ulang data dari kontribusi pajak reklame dan pajak daerah yang lain pada BPKPD Kota Surabaya.

4. Kepustakaan

Penelitian terhadap pengumpulan data yang dilakukan dengan cara studi dokumen melalui data sekunder seperti buku, referensi, literatur di perpustakaan dengan beberapa cara membaca, mempelajari, mengutip, dan merangkum data yang berhubungan maupun berkaitan dengan permasalahan yang ada dalam penelitian pada penulisan Laporan Tugas Akhir.