

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Untuk menambah penerimaan Negara, Pemerintah melakukan berbagai kebijakan diantaranya adalah pemungutan pajak terhadap wajib pajak. Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat (KUP, 2013). Pajak merupakan sumber pendapatan yang sangat besar bagi negara, sehingga dengan adanya pajak diharapkan akan meningkatkan kesejahteraan hidup bagi masyarakat.

Secara umum, pajak yang berlaku di Indonesia dapat dibedakan menjadi Pajak Pusat dan Pajak Daerah. Pajak Pusat adalah pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat dan digunakan untuk membiayai rumah tangga negara. Contoh : Pajak Penghasilan, Pajak Pertambahan Nilai, dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah.

Sedangkan Pajak Daerah adalah pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah dan digunakan untuk membiayai rumah tangga daerah. Indonesia dibagi atas daerah-daerah provinsi dan daerah provinsi terdiri atas daerah-daerah kabupaten dan kota. Tiap daerah-daerah tersebut mempunyai hak dan kewajiban mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahannya untuk meningkatkan penyelenggaraan dan pelayanan kepada masyarakat. Untuk menyelenggarakan pemerintahan tersebut, daerah berhak mengenakan pungutan biaya kepada masyarakat berupa pajak. Contoh dari Pajak Daerah adalah Pajak Kendaraan Bermotor, Pajak Reklame, Pajak Bea Balik Kendaraan Bermotor, Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor, dan Pajak Perusahaan Air Tanah dan Permukaan.

Di era yang modern ini, tingkat pengaruh periklanan di masyarakat semakin tinggi, karna keadaan ini, para pengusaha skala menengah keatas memanfaatkan dengan cara memasang iklan di tempat dimana masyarakat mudah lihat dan sering dilihat atau bisa dibidang tempat yang strategis. Para produsen tentu dalam memasarkan produknya harus memperkenalkan produknya terlebih dahulu kepada masyarakat luas, oleh karna itu para produsen mengambil kesempatan dengan cara memasang iklan di jalan-jalan yang sering dilalui guna perkenalan dari produk yang baru dikeluarkan atau mempopulerkan produk mereka sebelumnya.

Produsen kebanyakan memilih memperkenalkan produknya melalui iklan yang dipasang di pinggir jalan, karna dinilai sangat strategis, selain yang melihat iklan itu banyak, namun juga iklan dipinggir jalan lebih banyak dapat perhatian karna para pengendara selagi bosan mengendara mereka akan secara tidak sengaja membaca iklan-iklan disekitar mereka. Untuk produsen menengah keatas ini merupakan kesempatan bagus untuk memperkenalkan produk mereka, namun untuk pengusaha menengah kebawah mungkin ini agak berat karena biaya pemasangan iklan di pinggir jalan terbilang tinggi, karna itu sangat jarang ditemukan pengusaha menengah kebawah memasang iklan di pinggir jalan.

Akibat pertumbuhan minat pemasangan iklan di tepi jalan ini tentu saja penerimaan daerah menerima pemasukan lebih dari pajak reklame. Karna pertumbuhan ini penulis ingin mengetahui pertumbuhan penerimaan pajak daerah khususnya pajak reklame pada kota semarang agar mengetahui seberapa tinggi peningkatan penerimaan pajak reklame dalam 3 tahun terakhir ini beserta dengan target penerimaan pajak reklame. dan atas permasalahan tersebut, penulis membahas dengan judul "PERTUMBUHAN TARGET & PENERIMAAN PAJAK REKLAME TAHUN 2013-2015 DI KOTA SEMARANG".

1.2 Ruang Lingkup

Ruang lingkup pembahasan Tugas Akhir ini meliputi hal-hal yang berkaitan dengan Pajak Reklame. Hal ini dilakukan untuk membatasi ruang lingkup penelitian serta uraian pembahasannya agar tidak menyimpang dari judul penelitian. Ruang lingkup pembahasan masalah meliputi beberapa bagian yaitu :

1. Mendefinisikan pengertian pajak.
2. Mendefinisikan pengertian Pajak Daerah, Pajak Reklame, Objek, Subjek Pajak Reklame, Wajib Pajak Reklame.
3. Menjelaskan Tarif & dasar Pengenaan, Tata Cara Penghitungan, dan Pelaksanaan & Pemungutan Pajak Reklame.
4. Menjelaskan Tingkat Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Daerah.
5. Menjelaskan Pertumbuhan Pencapaian Target Penerimaan Pajak Reklame Selama 3 Tahun Terakhir.

1.3 Tujuan Penulisan dan Kegunaan Penulisan

1.3.1. Tujuan Penulisan

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penyusunan Tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui gambaran umum mengenai Pajak.
2. Mengetahui gambaran umum mengenai Pajak Reklame.
3. Mengetahui Tarif, Dasar Pengenaan, Pelaksanaan Pemungutan Pajak Reklame.
4. Mengetahui Tingkat Kontribusi Pajak.
5. Mengetahui Pertumbuhan Pencapaian Target Penerimaan Pajak Reklame Dalam 3 Tahun Terakhir..

1.3.2. Kegunaan Penulisan

Kegunaan penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Bagi penulis menjadi sumber informasi dan pengetahuan baru mengenai pajak daerah khususnya Pajak Reklame.

2. Bagi Perguruan Tinggi

Penulisan laporan ini sebagai tambahan informasi bagi mahasiswa yang akan menyusun laporan mengenai Pajak Reklame.

3. Bagi Pihak Lain

Penulisan tugas akhir ini diharapkan dapat menjadi sumber pengetahuan dan wawasan mengenai pajak daerah khususnya Pajak Reklame. Laporan ini diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan masyarakat terhadap kewajiban perpajakannya.

1.4 Cara Pengumpulan Data

1.4.1. Sumber Data

Untuk mendapatkan informasi yang cukup dalam penyusunan Tugas Akhir ini, maka diperlukan beberapa data. Dengan data-data yang akurat, diharapkan akan menghasilkan laporan yang berkualitas dan dapat dipertanggungjawabkan atas kebenarannya.

Adapun jenis-jenis data penyusunan laporan ini sebagai berikut :

1. Data Primer

Data Primer adalah sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Pengertian lain mengatakan, data primer adalah sumber data langsung yang memberikan data pada pengumpul data (Sugiyono, 2009). Data primer disebut juga sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat *up to date*. Data primer ini diperoleh penulis secara langsung dengan cara *interview*. *Interview* dilakukan dengan mengadakan tanya jawab dengan petugas Dinas

Penerangan Jalan dan Pengelolaan Reklame (PJPR) mengenai pencapaian target reklame.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang terlebih dahulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh orang luar yang sudah dibukukan. Data sekunder disebut juga data tersedia (Hasan, 2002). Data ini biasanya diperoleh dari perpustakaan atau dari laporan-laporan peneliti terdahulu. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumen) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan. Data ini diperoleh dengan melihat Peraturan Daerah yang berisi tentang Pajak Reklame.

1.4.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data untuk penyusunan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan tanya jawab dengan karyawan Dinas PJPR mengenai materi yang diperlukan untuk mengerjakan Tugas Akhir ini.

2. Studi Pustaka

Seorang peneliti yang mendalami, mencermati, menelaah, dan mengidentifikasi pengetahuan yang ada dalam kepustakaan (sumber bacaan, buku-buku referensi atau hasil penelitian) untuk menunjang penelitiannya, disebut mengkaji bahan pustaka atau studi kepustakaan (Hasan, 2002). Studi Pustaka dilakukan untuk memperoleh data serta memperluas wawasan dengan menggunakan buku-buku yang berhubungan dengan judul

penulis yang dapat digunakan sebagai sumber penulisan Tugas Akhir.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman mengenai apa yang disampaikan dalam Tugas Akhir, maka perlu disampaikan sistematika penulisan. Sistematika penulisan adalah gambaran umum mengenai masalah yang akan diuraikan dalam Tugas Akhir. Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut :

BAB I	PENDAHULUAN Bab ini berisi Latar Belakang penulisan, Ruang Lingkup Penulisan, Tujuan dan Kegunaan Penulisan, Cara Pengumpulan Data, dan Sistematika Penulisan.
BAB II	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN Dalam bab ini diuraikan mengenai Sejarah, Landasan Hukum, Tugas, Fungsi, Visi, Misi, Struktur Organisasi dan Penjabaran Tugas Pokok Badan Pelayanan Perijinan Terpadu
BAB III	PEMBAHASAN Bab ini berisikan pembahasan yang ada di tinjauan teori dengan tinjauan praktik.
BAB IV	PENUTUP Bab ini berisikan uraian ringkasan yang ada pada bab III yaitu tinjauan teori dan tinjauan praktik mengenai Pencapaian Target Penerimaan Pajak Reklame Kota Semarang Periode 2013-2015