

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Pajak adalah iuran wajib anggota masyarakat kepada negara karena undang-undang, dan atas pembayaran tersebut pemerintah tidak memberikan balas jasa yang langsung dapat ditunjuk. Dari pengertian tersebut dapat diketahui bahwa sebagai sumber sumber pendapatan utama yaitu dari sektor pajak yang merupakan tumpuan harapan untuk menggerakkan roda pembangunan. Oleh karena itu, peran serta masyarakat perlu ditingkatkan sesuai kemampuannya, sebab dengan pajak juga pemerintah dapat menyediakan berbagai macam fasilitas umum yang bertujuan untuk meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat. Walaupun tidak sedikit dari masyarakat kita yang belum benar-benar paham tentang pentingnya peranan pajak bagi pembangunan nasional. Karena hal inilah banyak terdapat hambatan dalam pemungutan pajak sehingga pendapatan pajak tidak optimal.

Untuk menunjang serta meningkatkan penerimaan pajak, maka pemerintah memberi hak, wewenang dan kewajiban pada daerah untuk mengatur dan mengurus rumah tangganya sendiri sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Hal ini sering kita sebut dengan otonomi daerah. Pada hakekatnya otonomi daerah disini lebih merupakan kewajiban daripada hak, yaitu kewajiban daerah untuk ikut melancarkan jalannya pembangunan sebagai sarana untuk mencapai kesejahteraan rakyat yang harus diterima dan dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab.

Dengan didorong hal-hal tersebut di atas, maka pendapatan daerah merupakan salah satu unsur penting dalam penyelenggaraan pemerintah dan pembangunan di daerahnya, mengingat perkembangan dari tahun ke tahun terjadi suatu peningkatan pendapatan daerah baik dari segi penerimaan maupun pengeluaran yang berasal dari sumber-sumber

pendapatan daerah sendiri maupun yang didapat dari pemerintah pusat. Sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah dan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah. Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah bersumber dari Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan penerimaan yang berupa dana perimbangan bersumber dari Anggaran Pendapatan Dan Belanja Negara. PAD diharapkan mampu menjadi salah satu sumber pembiayaan penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan daerah, untuk meningkatkan dan pemeratakan kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian daerah mampu melaksanakan otonomi daerah yaitu mampu mengatur dan mengurus rumah tangga sendiri.

PAD dapat bersumber pada pajak daerah, retribusi daerah atau sumber-sumber PAD lain yang sah. Diantara sumber-sumber PAD tersebut, pajak daerahlah yang memberikan kontribusi yang besar. Pajak daerah diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Pengertian Pajak Daerah tersebut adalah iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan kepada daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah. Untuk itulah pemerintah daerah khususnya Pemerintah Kota Semarang terdorong untuk mengembangkan dan menggali semua potensi yang ada khususnya dari sektor pajak guna meningkatkan PAD.

Terdapat satu jenis pajak yang menarik dari semua pajak yang dikelola oleh Pemerintah Kota Semarang, yaitu pajak reklame. Pajak Reklame merupakan pajak daerah terbesar ketiga setelah pajak penerangan jalan dan pajak hotel dan restoran. Walaupun jumlah penerimaan pajak reklame cenderung meningkat namun kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah berfluktuatif. Kota Semarang sebagai kota pusat pemerintahan dan sekaligus sebagai kota industri maka prospek Pajak

Reklame cukup potensial untuk waktu yang akan datang. Dalam ilmu marketing ada bauran pemasaran yang dipakai sebagai instrumen kebijakan perusahaan. Salah satu bauran pemasaran tersebut adalah promosi yang terdiri antara lain iklan, reklame dan promosi penjualan.

Oleh karena itu obyek pajak reklame akan tumbuh seiring dengan pertumbuhan perusahaan atau industri. Pada masa lampau ketika Perda No 5 Tahun 1985 masih berlaku, pertumbuhan penerimaan Pajak Reklame masih rendah jika dibandingkan dengan pertumbuhan PDRB Kota Semarang berdasarkan harga berlaku pertumbuhan Pajak Reklame masih tertinggal jauh (PDRB 23%). Dengan perda baru sekarang ini diharapkan Pajak Reklame dapat dijadikan andalan sumber penerimaan daerah. Bila dilihat dari kontribusinya bagi Pajak Daerah, Pajak Reklame sebagai salah satu sumber Pendapatan Daerah yang berpotensi dan dapat dilakukan pemungutan secara efisien, efektif, dan ekonomis sehingga dapat lebih berperan dalam usaha peningkatan Pendapatan Asli Daerah di Kota Semarang. Menurut Marihot P.Siahaan dan Ahmad Sofyan (2005), pemasukan dari pajak reklame didapat dari 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 bidang pendidikan, industri, perhotelan, hiburan, bank-bank dan lembaga keuangan, transportasi, komunikasi dan pihak pemerintah.

Pajak Reklame adalah pungutan yang dikenakan terhadap penyelenggaraan reklame (Marihot P.Siahaan). Pajak Reklame dikenakan dengan alasan bahwa reklame dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau yang dapat dilihat, dibaca dan/atau didengar dari suatu tempat umum, kecuali yang dilakukan oleh Pemerintah. Realisasi pajak reklame setiap tahunnya masih cukup kecil dibanding jenis pajak lain yaitu rata-rata bisa ter-realisis hanya sebesar Rp.2.512.485.755 dengan memperoleh denda rata-rata sekitar Rp.3.568.147.800. Hal ini

membuktikan bahwa pajak reklame masih jauh dari target pendapatan yang diharapkan, karena dengan tingkat denda yang begitu besar terdapat tunggakan pajak yang belum dibayarkan oleh wajib pajak. Sehingga pemerintah Kota Semarang belum bisa mengoptimalkan pendapatan dari pajak reklame di Kota Semarang. Dalam kasus tersebut terdapat bahasan-bahasan menarik untuk diteliti.

Berdasarkan dari latar belakang yang diuraikan diatas, maka penulis mengambil judul **“Usaha Optimalisasi Pengelolaan Pajak Reklame Sebagai Sumber Pendapatan Asli Daerah Di Kota Semarang”**

1.2 Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini akan dilakukan pembatasan terhadap hal-hal yang akan dibatas. Hal ini dimaksudkan untuk membatasi ruang lingkup penelitian serta uraian pembahasannya, sehingga tidak menyimpang dari judul yang telah dipilih. Pembatasan masalah dilakukan agar penelitian lebih terarah, terfokus, dan tidak menyimpang dari sasaran pokok penelitian. Oleh karena itu, penulis memfokuskan kepada pembahasan mengenai upaya pemerintah dalam meningkatkan pengelolaan pajak reklame sebagai sumber pendapatan asli daerah Kota Semarang.

Berdasarkan judul tersebut, maka ruang lingkup pembahasan masalah dapat penulis rumuskan secara garis besar dalam beberapa bagian meliputi:

1. Pengertian Pajak Reklame
2. Tarif, Dasar Pengenaan, dan Pokok Pajak Terutang dan Tata Cara Penghitungan Pajak Reklame
3. Pelaksanaan Pemungutan Pajak Reklame Di Kota Semarang
4. Perizinan Reklame Di Kota Semarang
5. Potensi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Daerah

6. Mekanisme Pengelolaan Titik-Titik Strategis Pemasangan Reklame dan Kawasan dan Klasifikasi Jalan Sebagai Titik-titik Strategis
7. Upaya Optimalisasi Pengelolaan Pajak Reklame Di Kota Semarang
8. Hambatan-Hambatan Yang Dihadapi Pemerintah Kota Semarang Dalam Upaya Optimalisasi Pajak Reklame
9. Upaya Yang Dilakukan Pemerintah Kota Semarang Dalam Mengatasi Hambatan Dalam Optimalisasi Pajak Reklame

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penulisan

Tugas akhir ini bertujuan untuk mengetahui upaya pemerintah dalam meningkatkan pengelolaan pajak reklame sebagai sumber pendapatan asli daerah Kota Semarang.

1. Mengetahui Subyek dan Obyek Pajak Reklame
2. Mengetahui Dasar Hukum Pajak Reklame
3. Mengetahui Sanksi Administrasi Pajak Reklame
4. Mengetahui Dasar Pengenaan dan Tarif Pajak Reklame
5. Mengetahui Tata Cara Penghitungan Pajak Reklame
6. Mengetahui Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Reklame
7. Mengetahui Hambatan yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Reklame Di Kota Semarang
8. Mengetahui Tindakan yang Dilakukan DPKAD Kota Semarang untuk Meningkatkan Penerimaan Pajak Reklame

Adapun kegunaan dari penyusunan Tugas Akhir ini adalah:

1. Bagi Penulis
Menambah khasanah keilmuan serta sumber pustaka (referensi) dalam bidang pengembangan potensi Pajak Daerah di Kota Semarang, khususnya Pajak Reklame.
2. Bagi Masyarakat

Sebagai acuan bagi masyarakat terutama wajib pajak untuk menyadari pentingnya membayar pajak.

3. Bagi Pemerintah

- a. Sebagai bahan masukan bagi para pengambil keputusan untuk merumuskan kebijakan strategis untuk meningkatkan realisasi Pajak Reklame Kota Semarang.
- b. Diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi Pemerintah Kota Semarang dan Dinas Pengelolaan Keuangan Daerah Kota Semarang (DPKD) dalam menerapkan kebijakan dalam rangka meningkatkan realisasi penerimaan Pajak Reklame di Kota Semarang.

4. Bagi Pembaca

Sebagai bahan informasi dan dapat dijadikan referensi bagi penelitian penelitian selanjutnya tentang peningkatan penerimaan pajak reklame Kota Semarang.

1.4 Metode Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan Data adalah merupakan metodologi yang membicarakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner, observasi biasa, kombinasi atau metode lain.

Dalam penyusunan Tugas Akhir, data atau informasi yang dikumpulkan harus relevan dengan persoalan yang dibahas, artinya data tersebut harus berkaitan, mengena dan tepat.

Data merupakan keterangan atau ilustrasi mengenai suatu hal dapat berbentuk kategori atau bisa berbentuk bilangan (Sudjana, 2005:4). Data yang digunakan penulis untuk melakukan penelitian ini adalah :

1. Berdasarkan jenisnya, yaitu:

a. Data Primer

Menurut Santosa (2007:12), data primer merupakan data yang dikumpulkan dan diolah oleh suatu lembaga itu sendiri. Data primer yang diperoleh peneliti berasal langsung dari objeknya yang merupakan

himpunan kenyataan-kenyataan yang mengandung sesuatu keterangan yang pokok, yang pertama, yang dapat dijadikan dasar untuk membuat sesuatu keputusan atau menyusun kesimpulan. Data tersebut berupa Peraturan Daerah Kota Semarang yang bersumber dari Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah tentang Pajak Reklame.

b. Data Sekunder

Menurut Santosa (2007:13), data sekunder adalah data eksternal dalam berbagai bentuk yang diperoleh secara tidak langsung dari objeknya dan berasal dari pihak lain baik secara lisan maupun tertulis. Data tersebut dapat diperoleh melalui studi pustaka dengan cara mempelajari buku-buku, dokumen-dokumen, laporan-laporan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan sebagai perbandingan antara data yang ada. Data tersebut berupa target dan realisasi Pajak Reklame dari Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Semarang.

2. Wawancara atau interview

Yaitu suatu cara mengumpulkan data untuk memperoleh informasi secara langsung dari sumbernya dengan cara mengajukan pertanyaan kepada responden melalui daftar pertanyaan yang telah disusun secara sistematis, untuk memperoleh data tentang kontribusi pajak penerangan jalan. Wawancara merupakan teknik yang paling banyak dilakukan karena memperoleh dan mempercepat pemindahan informasi. Selain itu dengan wawancara permasalahan lebih cepat ditemukan. Wawancara ini dilakukan terhadap Kepala Seksi Bagian Sub Pajak Reklame.

3. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mencari, membaca, mempelajari, serta mengadakan penelitian melalui kepustakaan. Obyeknya adalah buku-buku yang bersangkutan dengan pokok bahasan yang diteliti. Referensi yang digunakan adalah Peraturan Pemerintah Nomor 6 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame

dan Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 14 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Pajak Reklame.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh gambaran yang sistematis mengenai penulisan Tugas Akhir ini penulis menggunakan sistematika sebagai berikut:

1. Bab I berisi pendahuluan yang menjelaskan tentang latar belakang, ruang lingkup, tujuan dan kegunaan, metode pengumpulan data dan sistematika penulisan.
2. Bab II berisi tentang gambaran umum yang menguraikan tentang sejarah singkat berdirinya Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Semarang.
3. Bab III berisi tentang tujuan tinjauan yang menguraikan tentang Pengertian Pajak Reklame, Tarif, Dasar Pengenaan, dan Pokok Pajak Terutang dan Tata Cara Penghitungan Pajak Reklame, Pelaksanaan Pemungutan Pajak Reklame Di Kota Semarang, Perizinan Reklame Di Kota Semarang, Tingkat Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Daerah, Mekanisme Pengelolaan Titik-Titik Strategis Pemasangan Reklame dan Kawasan dan Klasifikasi Jalan Sebagai Titik-titik Strategis, Strategi Peningkatan Pengelolaan Pajak Reklame Di Kota Semarang, Hambatan-Hambatan Yang Dihadapi Pemerintah Kota Semarang Dalam Upaya Optimalisasi Pajak Reklame, Upaya Yang Dilakukan Pemerintah Kota Semarang Dalam Mengatasi Hambatan Dalam Optimalisasi Pajak Reklame.
4. Bab IV berisi tentang penutup