

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pembiayaan pemerintah daerah dalam rangka melaksanakan tugas pemerintah dan pembangunan senantiasa memerlukan sumber penerimaan yang dapat diandalkan. Kebutuhan itu semakin dirasakan oleh daerah terutama sejak diberlakukannya otonomi daerah di Indonesia. Hingga saat ini pemerintah sedang menggalakkan pembangunan di segala bidang. Pembangunan ini meliputi berbagai aspek dilaksanakan baik di tingkat pusat, provinsi dan daerah. Otonomi daerah merupakan suatu program yang memberikan wewenang, tanggung jawab, kebijakan pada suatu daerah untuk mengatur kepentingan daerahnya sendiri dan memajukan tingkat perekonomian yang lebih baik bagi daerah itu sendiri.

Dalam melaksanakan otonomi daerah, pajak daerah memegang peranan penting dalam membiayai pembangunan. Guna mendukung pelaksanaan pembangunan daerah maka sistem perpajakan terus ditingkatkan, disederhanakan dan disempurnakan. Salah satu jenis pajak daerah yang diharapkan mampu meningkatkan pendapatan asli daerah dan mendukung pelaksanaan otonomi daerah adalah pajak reklame.

Dalam industri dan perdagangan, iklan merupakan sarana yang tepat guna mempromosikan produk yang dihasilkan agar masyarakat mengetahui dan tertarik untuk membeli produk tersebut. Salah satu cara untuk mempromosikan sebuah produk adalah dengan menggunakan reklame, baik yang berbentuk papan, umbul-umbul, selebaran, kendaraan berjalan, videotron, maupun neonbox. Melihat daerah Semarang yang dianggap sebagai salah satu daerah yang memiliki struktur perekonomian yang kuat dengan daya beli konsumen yang cukup tinggi, maka banyak perusahaan yang memasang reklame untuk mempromosikan produk mereka yang bertujuan supaya produk yang diiklankan bisa terjual dengan baik khususnya di wilayah Kabupaten Semarang. Dengan banyaknya pengguna

jasa reklame, maka pemerintah Kabupaten Semarang berusaha keras untuk dapat meningkatkan pendapatan asli daerah yang juga bertujuan untuk mendukung pelaksanaan otonomi daerah Semarang melalui penagihan pajak reklame.

Kabupaten Semarang merupakan salah satu daerah yang berada di Provinsi Jawa Tengah dimana memiliki banyak potensi yang dapat memberikan kontribusi untuk peningkatan sumber penerimaan daerah. Pemerintah Kabupaten Semarang melalui Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPPKAD) berupaya secara aktif dan berkesinambungan terus menggali potensi yang sudah ada agar dapat memenuhi kesejahteraan masyarakat dan juga perlu dilakukan untuk mengurangi ketergantungan pemerintah daerah terhadap pemerintah pusat dalam pembiayaan pembangunan daerah. Pajak Reklame merupakan salah satu jenis pajak daerah yang dikelola dan perlu mendapatkan perhatian lebih oleh pemerintah Kabupaten Semarang. Semakin berkembangnya industri Kabupaten Semarang yang sebagian besar industri tersebut memanfaatkan reklame untuk memasarkan produknya, hal tersebut menyebabkan bertambahnya pemasangan reklame. Dengan mengetahui potensi riil pajak reklame Kabupaten Semarang, diharapkan mampu mengoptimalkan penerimaan pajak reklame sehingga dapat meningkatkan kontribusi terhadap pendapatan daerah. Selain itu dapat pula dijadikan sebagai dasar dalam pelaksanaan program-program peningkatan pendapatan asli daerah. Pajak reklame memiliki potensi yang cukup baik yang dapat diandalkan apabila dikelola secara optimal oleh Pemerintah Kabupaten Semarang.

Di bawah ini disajikan tabel target dan realisasi pajak reklame Kabupaten Semarang Tahun 2011-2015.

Tabel 1.1
Target dan Realisasi Pajak Reklame Tahun 2011-2015

No	Tahun	Pajak Reklame		Total PAD
		Target	Realisasi	
1	2011	911.420.000	1.028.166.586	39.433.225.418
2	2012	1.302.561.000	1.432.639.175	47.192.969.403
3	2013	1.657.561.000	1.454.131.427	82.603.475.216
4	2014	1.618.124.000	1.547.577.311	85.236.216.371
5	2015	1.418.124.000	1.646.028.655	95.576.297.169

Sumber: DPPKAD Kabupaten Semarang

Dari tabel diatas, terlihat bahwa proporsi target terhadap realisasi memiliki angka rata-rata lebih besar dari tahun 2011-2015 kecuali pada tahun 2013 dan 2014. Jika diperhatikan, target maupun realisasi pajak reklame dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan. Ini berarti secara umum tingkat efektivitas ini akan kembali dipertanyakan jika pada kenyataannya realisasi penerimaan pajak reklame itu masih dibawah potensi yang sebenarnya. Hal ini berarti bahwa realisasi yang diterima lebih besar dari target yang ditetapkan oleh Pemerintah Daerah. Besarnya target terhadap realisasi selalu lebih kecil sehingga selisihnya cukup signifikan. Ini bisa terjadi karena penentuan target yang hanya selalu berdasar pada penerimaan tahun-tahun sebelumnya sehingga target yang ditetapkan selalu bisa dicapai dengan realisasi penerimaan pajak reklame yang lebih besar. Selain itu, penentuan target yang hanya didasarkan pada tahun-tahun sebelumnya ini membuat adanya selisih antara target dengan realisasi yang cukup besar. Karena sebuah target tiap tahun tidak selalu sama dan perlu adanya perubahan untuk kemajuan positif nantinya.

Meskipun secara target penerimaan pajak reklame dari tahun ke tahun dapat tercapai, tetapi dalam penetapan target pajak reklame belum berdasarkan potensi yang ada, sehingga dalam penetapan target pajak tersebut dimungkinkan terjadinya kehilangan potensi pajak. Kebijakan dan

strategi yang dapat dilakukan pemerintah daerah untuk meningkatkan penerimaan daerah salah satunya dengan cara menghitung potensi pajak reklame. Selain itu, agar pemerintah daerah memiliki kemampuan optimal untuk meningkatkan penerimaan pajak reklame yang ada di Kabupaten Semarang, perlu dirumuskan strategi yang memang sesuai dalam pemungutan pajak.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengemukakan dan membahas masalah mengenai **“POTENSI PENERIMAAN PAJAK REKLAME PADA DINAS PENDAPATAN PENGELOLAAN KEUANGAN DAN ASET DAERAH KABUPATEN SEMARANG”**.

1.2. Ruang Lingkup

Dalam Tugas Akhir ini, akan dilakukan pembatasan terhadap hal-hal yang akan dibahas. Hal ini dimaksudkan untuk membatasi ruang lingkup penulisan serta uraian pembahasan, sehingga tidak menyimpang dari judul yang telah dipilih.

Berdasarkan judul yang telah dipilih, maka ruang lingkup pembahasan masalah secara garis besar dapat dirumuskan dalam beberapa bagian, yaitu:

1. Gambaran umum mengenai pajak reklame, yaitu:
 - a. Pengertian reklame
 - b. Pengertian pajak reklame
 - c. Dasar Hukum Pajak Reklame
 - d. Subjek pajak reklame dan Wajib Pajak Reklame
 - e. Objek pajak reklame dan bukan objek pajak reklame
 - f. Dasar pengenaan dan cara penghitungan pajak reklame
2. Bagaimana potensi penerimaan pajak reklame di DPPKAD Kabupaten Semarang berdasarkan:
 - a. Total penerimaan pajak reklame
 - b. Laju pertumbuhan pajak reklame

- c. Tax Effort (Daya Pajak)
 - d. Efektifitas pajak reklame
 - e. Laju pertumbuhan Pajak Asli Daerah (PAD)
3. Bagaimana strategi meningkatkan penerimaan daerah Kabupaten Semarang?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penulisan

1.3.1 Tujuan Penulisan

Tujuan adalah sasaran yang hendak dicapai setelah melakukan serangkaian kegiatan. Sedangkan tujuan dari disusunnya Tugas Akhir ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan memahami potensi penerimaan pajak reklame pada Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Semarang.
2. Untuk mengetahui strategi peningkatan penerimaan pajak reklame di wilayah Kabupaten Semarang.
3. Untuk membandingkan dan menerapkan teori yang diterima dibangku kuliah dengan praktek yang dilaksanakan pada Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Semarang.

1.3.2 Kegunaan Penulisan

Disamping mempunyai tujuan, laporan penyusunan tugas akhir ini memiliki kegunaan :

1. Menambah wawasan dan pengetahuan tentang potensi penerimaan pajak reklame yang ada dalam instansi dan dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh di Universitas Diponegoro Semarang dengan kondisi yang ada dalam dunia kerja.
2. Dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Semarang

mengenai masalah-masalah yang terkait dengan potensi penerimaan dan strategi peningkatan pajak reklame.

3. Dapat menjadikan sarana untuk menjalin hubungan baik antara Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro dengan Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Semarang.

1.4 Metode Pengumpulan Data dan Jenis Data

Data memiliki peranan yang penting bagi penarikan kesimpulan dalam penelitian, pencarian informasi, dan pengambilan keputusan. Data bisa berwujud suatu keadaan, gambar, suara, huruf, angka, matematika, bahasa atau simbol-simbol lainnya yang bisa kita gunakan sebagai bahan untuk lingkungan, objek kejadian atau suatu konsep. Karena itulah, data untuk menunjang pencapaian beberapa tujuan tersebut harus bisa terpenuhi.

1.4.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penyusunan Tugas Akhir ini meliputi:

- a. Metode Observasi

Observasi adalah pengamatan langsung kepada suatu objek yang akan diteliti (Keraf, 1994:162). Dalam penyusunan Tugas Akhir ini penulis melakukan pengamatan secara langsung kegiatan pekerja bidang pajak daerah seksi pendapatan pada Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Semarang.

- b. Metode Wawancara

Wawancara adalah suatu cara mengumpulkan data dengan mengajukan pertanyaan langsung ke informasi atau seseorang otoritas (seorang ahli atau yang berwenang dalam suatu masalah) (Keraf, 1994:161). Dalam hal ini dilakukan wawancara dengan pihak yang terkait mengenai pendapatan pajak reklame

dengan cara melakukan tanya jawab atau dialog langsung agar tidak menyimpang dari permasalahan yang dibahas.

1.4.2 Jenis Data

Penyusunan laporan Tugas Akhir ini menggunakan data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang didapat dari hasil pengamatan langsung dari objek penelitian dan merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda, kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian pada bidang pendapatan.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti, misalnya dari biro statistik, majalah, dan keterangan-keterangan atau publikasi lainnya. Data sekunder yang diperoleh adalah gambaran umum, data-data yang berhubungan dengan potensi penerimaan pajak reklame pada Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah.

1.5 Sistematika Penulisan Laporan

Untuk mempermudah pemahaman terhadap masalah yang hendak dibicarakan sehingga tercipta suatu pemikiran dan gambaran objek yang jelas maka diperlukan suatu sistematika penyusunan laporan. Adapun sistematikanya sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan, menguraikan latar belakang Potensi Penerimaan Pajak Reklame pada DPPKAD Kabupaten Semarang, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan kegunaan, cara pengumpulan data serta sistematika penulisan Tugas Akhir, kemudian

- BAB II : Gambaran umum Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah, menguraikan tentang sejarah singkat, visi dan misi, struktur organisasi, tugas pokok dan fungsi, serta lokasi wilayah kerja, selanjutnya
- BAB III : Tinjauan teori dan praktek, menguraikan tentang gambaran umum pajak reklame meliputi: pengertian reklame, pengertian pajak reklame, objek pajak reklame dan pengertiannya, subjek pajak reklame, lalu potensi penerimaan pajak reklame, dasar pengenaan dan cara penghitungan pajak reklame serta hambatan dan upaya yang dilakukan oleh kantor DPPKAD, dan
- BAB IV : Merupakan rangkuman yang telah ditulis dalam hasil pembahasan tinjauan teori dan praktek tentang potensi penerimaan pajak reklame pada DPPKAD Kabupaten Semarang.