

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Pemberlakuan otonomi daerah yang luas, nyata, dan bertanggung jawab ini ditandai dengan dikeluarkannya UU No. 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah dan UU No. 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Pusat dan daerah yang dijadikan pedoman dalam pelaksanaan otonomi daerah di negara Indonesia. Otonomi daerah dapat diartikan sebagai hak wewenang dan kewajiban daerah untuk mengatur dan mengurus rumah tangganya sendiri sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku. (Utang Rosidin, 2010: 85)

Pembentukan Pemerintah Daerah bertujuan untuk mencapai efektivitas dan efisiensi dalam pelayanan kepada masyarakat. Salah satu upaya agar lebih memantapkan pelaksanaan otonomi daerah serta meminimalkan ketergantungan daerah kota dan kabupaten pada pemerintah pusat, maka daerah diberi salah satu kewenangan yaitu di bidang keuangan. Pentingnya posisi keuangan dalam penyelenggaraan pemerintahan merupakan salah satu penentu keberhasilan realisasi otonomi daerah.

Sumber-sumber pendapatan daerah menurut Undang-undang No. 23 tahun 2014 tentang pemerintahan daerah meliputi:

1. Pendapatan Asli Daerah (PAD)
2. Dana Perimbangan
3. Pinjaman Daerah

#### 4. Lain-lain Pendapatan Daerah yang Sah.

Sedangkan Pendapatan Asli Daerah terdiri dari:

1. Hasil Pajak Daerah
2. Hasil Retribusi Daerah
3. Hasil Perusahaan Milik Daerah dan Pengelolaan Kekayaan Daerah lainnya yang dipisahkan
4. Lain-lain Pendapatan Asli Daerah yang Sah.

Beberapa sumber pendapatan daerah tersebut, salah satu sumber yang sangat potensial untuk dikembangkan dalam upaya mengatur dan mengurus rumah tangga daerah adalah pajak daerah. Mengenai pengelolaan pajak daerah, pemerintah daerah telah diberi kewenangan mengeluarkan kebijakan dalam bentuk Peraturan Daerah. Hal tersebut dijelaskan di dalam UU No. 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah.

Salah satu potensi Pajak Daerah di Kabupaten Sumedang adalah Pajak Reklame karena pada saat ini pemasangan berbagai macam produk ataupun promosi melalui reklame sudah menjadi trend. Salah satunya adalah dengan memasang iklan pada reklame yang terdapat di jalan-jalan. Di sepanjang jalan, baik di jalan-jalan protokol maupun di jalan-jalan yang tidak termasuk jalan protokol pasti akan ditemui reklame dengan berbagai jenis dan berbagai macam ukuran yang mengiklankan produk-produk yang ditawarkan. Iklan sebagai salah satu bentuk komunikasi yang saat ini telah banyak dijumpai pada banyak media-media komunikasi merupakan salah satu hal yang juga memanfaatkan perkembangan teknologi. Seiring dengan perkembangan jaman saat ini, iklan juga

relatif lebih berkembang, baik melalui bentuk iklan maupun penempatan media-media iklan seperti pada media yang *conventional*, maupun media *unconventional*. Disadari atau tidak iklan merupakan hal yang sangat penting khususnya bagi promosi barang maupun jasa suatu perusahaan.

Reklame yang berada di sepanjang jalan ataupun badan jalan, banyak reklame yang tidak berizin ataupun illegal, oleh karena itu pemerintah Kabupaten Sumedang berusaha melakukan Penertiban reklame yang tidak berijin itu untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah dan juga untuk menegakan PERDA. Peraturan yang mengatur dalam Penertiban reklame tertera dalam Peraturan Daerah Kabupaten Sumedang No 6 Tahun 2009 telah dijelaskan di Bab II A Pasal 4a tentang Perijinan dan Penyelenggaraan Reklame.

Dikeluarkan perda pajak reklame ini dimaksudkan untuk mengurangi pemasangan reklame liar dan sebagai pedoman bertindak yang digunakan aparat dalam pendaftaran, penghitungan, pemungutan, penagihan dan penertiban reklame. Tujuannya adalah agar penyelenggara reklame mengerti akan peraturan yang sudah ditetapkan sehingga tidak terjadi pemasangan reklame tanpa ijin, dan akhirnya dapat meningkatkan potensi dan penerimaan pendapatan daerah.

Keadaan reklame yang ada di Kabupaten Sumedang, meskipun sudah ada Perda yang mengaturnya tetapi reklame yang tidak berbayar, tidak berijin dan habis masa ijin nya atau kadaluarsa masih banyak ditemukan. Oleh karena itu Satpol PP melakukan penertiban atau pembongkaran terhadap reklame yang tidak berijin tersebut.

Berdasarkan fenomena yang terjadi di lapangan banyak wajib pajak yang tidak membayar pajak khususnya pajak reklame, Kabupaten Sumedang berusaha menertibkan reklame tidak berijin untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah, salah satu upayanya adalah dengan melakukan penertiban reklame yang tidak berizin pada tahun 2016. Hal itu juga disampaikan oleh Idi Suhandi selaku Kabid Pelayanan Pajak Kabupaten Sumedang .

<http://m.metrotvnews.com/jabar/peristiwa/wkB8RAgN-satpol-pp-sumedang-bongkar-reklame-tak-bayar-pajak>

Sementara itu, berdasarkan hasil penelitian pada Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Sumedang diperoleh data sebagai berikut:

**Tabel 1.1**

**Pendapatan Pajak Reklame Kabupaten Sumedang**

<b>TAHUN</b>	<b>TARGET</b>	<b>REALISASI</b>
2012	1.923.000.000,00	2.069.230.875,00
2013	1.923.000.000,00	2.136.686.225,00
2014	1.953.000.000,00	2.379.394.000,00
2015	2.300.000.000,00	2.380.625.825,00
2016	2.450.000.000,00	2.388.440.693,00

*Sumber: BAPPENDA Kabupaten Sumedang Tahun 2012-2016*

Berdasarkan data dari Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Sumedang diatas dapat dilihat dari tahun 2012 sampai 2015 pajak reklame Kabupaten Sumedang telah mencapai target yang diinginkan, dan itu merupakan pengaruh yang positif bagi Pendapatan Asli Daerah. Sayangnya pada tahun 2016, target dinaikkan karena dilakukan usaha penertiban tersebut tetapi realisasi nya tidak mencapai target, sehingga realisasi masih sama dengan tahun sebelumnya. Jika, melihat pada potensi wilayah dari kabupaten sumedang yang meliputi 26 kecamatan, maka seharusnya pendapatan dari reklame dapat terus konsisten atau melebihi target dari tahun ke tahun dan dapat membantu peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Berikut juga disajikan tabel mengenai target dan realisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Sumedang

**Tabel 1.2**

**Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Sumedang**

<b>TAHUN</b>	<b>TARGET</b>	<b>REALISASI</b>
2012	59.684.450.014,00	73.519.378.840,00
2013	72.758.992.718,00	90.980.710.857,53
2014	114.854.334.422,73	129.367.832.820,30
2015	117.783.644.110,00	124.891.914.205,00
2016	124.230.332.315,00	120.880.509.526,00

*Sumber: BAPPENDA Kabupaten Sumedang Tahun 2012-2016*

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dikatakan bahwa Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Sumedang dari tahun 2012-2015 selalu melebihi target, tetapi pada tahun 2016 Pendapatan Asli Daerah menurun, dapat disimpulkan bahwa pendapatan pajak reklame berpengaruh kepada Pendapatan Asli Daerah, karena reklame di kabupaten sumedang dapat dikatakan sangat berpotensi. Maka dari itu dengan cara melakukan penertiban Pemerintah Kabupaten Sumedang dapat menaikkan Pendapatan Asli Daerah.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PERATURAN DAERAH KABUPATEN SUMEDANG NO. 6 TAHUN 2009 TENTANG PAJAK REKLAME UNTUK MENINGKATAN PENDAPATAN ASLI DAERAH KABUPATEN SUMEDANG”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah kemukakan sebelumnya, penulis dapat mengidentifikasi permasalahan yang akan diteliti, yaitu sebagai berikut :

1. Penerimaan Pajak Reklame Tahun 2016 tidak mencapai target
2. Pendapatan Asli Daerah (PAD) tahun 2016 menurun dari tahun sebelumnya
3. Upaya Pemerintah menertibkan Pajak Reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Sumedang tidak terealisasi sesuai tujuan.

### **C. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana Implementasi Kebijakan PERDA No. 6 Tahun 2009 tentang Pajak Reklame untuk Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Sumedang ?
2. Bagaimana Upaya Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Sumedang untuk Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah?

### **D. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui Implementasi Kebijakan Perda Kabupaten Sumedang No. 6 Tahun 2009 tentang Pajak Reklame.

### **E. Kegunaan Penelitian**

#### **1. Kegunaan Teoritis**

- a. Untuk memenuhi salah satu syarat ujian sidang sarjana pada jurusan Ilmu Administrasi Negara.
- b. Dapat memberikan pengembangan intelektual penulis dibidang keilmuan mengenai pajak, khususnya dalam pengetahuan mengenai Implementasi Kebijakan tentang pajak reklame.
- c. Memberikan wawasan dan pengetahuan kepada mahasiswa dan peneliti lainnya yang akan meneliti mengenai Implementasi Peraturan Daerah No.6 Tahun 2009 tentang Pajak Reklame untuk Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah

## 2. Kegunaan praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengalaman bagi penulis untuk memperluas dan mengembangkan kemampuan berfikir penulis dan pengetahuan tentang Implementasi Kebijakan Peraturan Daerah No. 6 Tahun 2009 tentang Pajak Reklame untuk Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah
- b. Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sumber atau saran sebagai bentuk pengabdian penulis bagi Kantor Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Sumedang, dalam upaya untuk meningkatkan penerimaan pendapatan asli daerah.

## F. Kerangka Pemikiran

Pajak adalah iuran wajib pajak yang harus dibayar oleh orang-orang atau para wajib pajak kepada Negara dengan tanpa balas jasa yang dapat dinikmati secara langsung oleh para pembayar pajak. Pajak mempunyai peranan penting dalam kehidupan bangsa dan pembangunan nasional, karena pajak merupakan sumber utama bagi pemerintah untuk pembiayaan atau pengeluaran keperluan Negara termasuk pembiayaan pembangunan nasional.

Rochmat Soemitro mengutip Mardiasmo, “Dasar-dasar hukum Pajak dan Pajak pendapatan”, 2011:1, Pajak :

Iuran rakyat kepada kas Negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum.”



Pajak daerah merupakan sumber keuangan daerah yang cukup tinggi dan dari sector ini daerah di usahakan dapat meningkatkan penerimaan Pendapatan Asli Daerah. Sedangkan pajak daerah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah pajak reklame. Menurut peraturan daerah No. 08 tahun 2010 tentang pajak Daerah adalah sebagai berikut: “Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggara reklame” yang dimaksud dengan reklame itu sendiri adalah reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersil, dipergunakan untuk memperkenalkan atau memujikan suatu barang, jasa atau orang, ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau yang dapat dilihat, dibaca dan didengar dari suatu tempat oleh umum kecuali yang dilakukan oleh pemerintah.

Salah satu upaya agar tujuan Pemerintah Daerah tercapai, maka perlu adanya implementasi kebijakan/ peraturan yang mengatur. Peneliti mengacu pada model implementasi Edward III karena sangat berkaitan dengan apa yang diteliti dan dapat dianalisis sesuai dengan hasil penelitian. Dari hasil analisis indikator-indikator tersebut maka akan menghasilkan masukan bagi proses implementasi dari kebijakan tersebut.

Leo Agustino mengutip Edward III, 2008:149-154, “Dasar-Dasar Kebijakan Publik”, Model Implementasi Kebijakan Edward III :

Menamakan model implementasi kebijakan publiknya dengan *Direct and Indirect Impact on Implementation*. Dalam pendekatan teori ini terdapat empat variabel yang mempengaruhi keberhasilan implementasi suatu kebijakan, yaitu : 1. Komunikasi; 2. Sumberdaya; 3. Disposisi; dan 4. Struktur birokrasi.

Terlaksananya proses implementasi kebijakan tersebut akan menentukan keberhasilan proses terlaksananya Kebijakan Penertiban Reklame tidak berijin mencapai tujuan yang diinginkan.

**Gambar 1.1**  
**Kerangka Pemikiran**

