

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 Tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah pada Bab V (lima) Nomor 1 (satu) disebutkan, bahwa Pendapatan Asli Daerah bersumber dari Pajak Daerah, Retribusi Daerah, Hasil Pengelolaan Kekayaan Milik Daerah yang Disahkan, dan Lain-lain Pendapatan Asli Daerah yang sah. Hal tersebut bertujuan untuk memberikan keleluasaan kepada daerah dalam menggali pendanaan untuk pelaksanaan otonomi daerah sebagai perwujudan asas desentralisasi.

Pendapatan Asli Daerah merupakan semua penerimaan yang diperoleh daerah dari sumber-sumber dalam wilayahnya sendiri yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Sektor pendapatan daerah memegang peranan yang sangat penting, karena melalui sektor ini dapat dilihat sejauhmana suatu daerah dapat membiayai kegiatan pemerintah dan pembangunan daerah.

Pajak Daerah yang selanjutya disebut pajak adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Berdasarkan Undang-Undang No 28 Tahun 2009 pajak Kabupaten atau Kota dibagi menjadi beberapa, sebagai berikut :

1. Pajak Hotel,
2. Pajak Restoran,
3. Pajak Hiburan,
4. Pajak Reklame,
5. Pajak Penerangan Jalan,
6. Pajak Mineral bukan Logam dan Batuan,
7. Pajak Parkir,
8. Pajak Air Tanah,
9. Pajak Sarang Burung Walet,
10. Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan,
11. Pajak Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan.

Sebagaimana yang dijelaskan dalam Undang-undang di atas, salah satu pajak yang berpotensi di Kota Bandung adalah pajak reklame. Menurut Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 02 Tahun 2017, pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Oleh karena itu salah satu pembiayaan Kota Bandung diperoleh dari pajak reklame.

Seiring dengan berlakunya otonomi daerah dan masuknya para investor baik dari dalam maupun luar negeri, dan dengan berlakunya era perdagangan bebas. Maka persaingan usaha semakin ketat dan tajam. Salah satu strategi untuk mengatasi permasalahan tersebut, para pengusaha dituntut agar dapat mengembangkan perusahaannya dengan cara promosi melalui media reklame, baik itu reklame selebaran, papan/ billboard ataupun reklame layar. Hal tersebut

dapat menarik perhatian konsumen dalam memperkenalkan atau memasarkan produk yang dijual.

Kondisi yang seperti itu membantu perusahaan dalam mempertahankan eksistensinya, dan semakin banyak perusahaan yang terdaftar maka akan semakin banyak pula potensi pajak yang berpengaruh terhadap peningkatan penerimaan pajak. Tetapi pada kenyataannya penerimaan pajak reklame di Kota Bandung masih belum optimal, hal ini dapat dilihat dari sistem pemungutan pajak reklame itu sendiri yang dimana Kota Bandung masih menggunakan sistem *Self Assessment*.

*Self Assessment System* adalah sistem yang memberikan kepercayaan kepada wajib pajak untuk menghitung, menetapkan, dan melaporkan jumlah pajak yang terhutang. Sistem ini memungkinkan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakan, selain itu juga membuka peluang dilakukannya kecurangan oleh wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Salah satu kecurangan tersebut ditemukan banyaknya reklame liar yang tersebar di wilayah Kota Bandung, dimana hal itu dapat merugikan perusahaan yang mengurus perizinan juga merusak keindahan Kota.

Sebagaimana menurut "Ketua Asosiasi Pengusaha Reklame (Asper) Kota Bandung Aat Safaat Khodijat, mengatakan banyaknya perizinan yang harus dilakukan sangat menyulitkan Pengusaha reklame untuk mengembangkan lokasi baru. Selain itu menurutnya Pemkot Bandung sangat lamban dalam menertibkan reklame ilegal yang turut merugikan pengusaha reklame lainnya. "Pemkot Bandung tidak tegas dengan membiarkan reklame tidak berizin terlalu lama, itu

merugikan pengusaha yang selalu berusaha mengurus perizinan”. Kemudian diakui belum optimalnya penertiban oleh satpol PP, akibat tidak tersedianya anggaran untuk penertiban reklame di Kota Bandung. (sumber :<http://kabar24.bisnis.com>).

**Tabel 1.1**  
**Potensi Pajak Reklame Kota Bandung**  
**Tahun 2012-2016**

Tahun	Jumlah Wajib Pajak (WP)	SKPD (Surat Ketetapan Pajak Daerah)	SSPD (Surat Setoran Pajak Daerah)
2012	1235	6237	6126
2013	1217	7008	6820
2014	1134	7381	7491
2015	1195	6528	5982
2016	1110	8998	8991

Sumber Data : BPPD Kota Bandung, diolah penulis tahun 2017

Data di atas menunjukkan bahwasanya potensi pajak reklame disetiap tahunnya mengalami penurunan, terbukti dari data wajib pajak selama lima tahun terakhir dan ditemukannya surat setoran pajak daerah yang tidak sebanding dengan surat ketetapan pajak yang dikeluarkan oleh Kota Bandung. Selain itu kebijakan pemerintah Kota Bandung terkait dengan pembatasan reklame yang terdiri dari peletakan reklame didasarkan pada kawasan tematik, kawasan khusus, kawasan selektif, dan kawasan umum di Kota Bandung turut memiliki andil yang cukup besar dalam pertumbuhan pajak dari sektor reklame. Sehingga akibat dari kebijakan tersebut potensi pajak reklame mengalami penurunan disetiap tahunnya,

dan hal tersebut berpengaruh pada penerimaan pajak reklame. Berikut tabel mengenai realisasi penerimaan pajak reklame periode waktu tahun 2012-2016 yang bersifat fluktuatif.

**Tabel 1.2**  
**Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Kota Bandung**  
**Tahun 2012-2016**

<b>Tahun</b>	<b>Target (Rp)</b>	<b>Realisasi (Rp)</b>	<b>Persentase %</b>
2012	15.500.000.000	18.575.238.358	119,84%
2013	18.500.000.000	17.603.910.300	95,15 %
2014	24.000.000.000	23.641.404.085	98, 50 %
2015	18.000.000.000	18.107.052.336	100, 59 %
2016	316.000.000.000	25.646.023.484	8,12 %

Sumber Data: BPPD Kota Bandung, diolah penulis tahun 2017.

Berdasarkan penelitian data di atas dapat disimpulkan bahwa penerimaan pajak reklame belum berjalan dengan baik karena sistem pemungutan Kota Bandung itu sendiri yang bersifat *self assessment system* sehingga mengakibatkan potensi pajak reklame yang kurang berkembang, dan hal tersebut mempengaruhi penerimaan pajak. Oleh sebab itu, maka penulis menganggap perlu dilakukan penelitian lebih lanjut melalui judul skripsi: “Pengaruh Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame Terhadap Penerimaan Pajak pada Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis mengidentifikasi beberapa masalah diantaranya :

1. Masih rendahnya tingkat kepatuhan dan kesadaran akan pentingnya membayar pajak.
2. Timbulnya ribuan reklame liar dan pembatasan peletakkan reklame yang menyebabkan hilangnya potensi pajak reklame, yang bisa saja diakibatkan oleh proses pemungutan/ karena mekanisme dalam perizinan reklame membutuhkan waktu yang lama sehingga menimbulkan wajib pajak enggan melakukan kewajiban perpajakannya.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka penulis merumuskan masalah yang akan diteliti yaitu seberapa besar pengaruh efektivitas pemungutan pajak reklame terhadap penerimaan pajak pada Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung?

## **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui besaran pengaruh efektivitas pemungutan pajak reklame terhadap penerimaan pajak pada Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung.

## **E. Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian di atas maka dapat diambil kegunaan dari penelitian tersebut antara lain :

### **1. Secara Teoritis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam rangka mengembangkan teori dan konsep serta diharapkan dapat menambah wawasan khazanah ilmu pengetahuan dalam disiplin ilmu administrasi, dan administrasi negara khususnya yang berkaitan dengan ilmu perpajakan.

### **2. Secara Praktis**

#### **a. Bagi Peneliti**

Mengembangkan wawasan, terutama bagi peneliti, dalam rangka menerapkan hasil-hasil studi perpajakan yang dikaitkan dengan efektivitas pemungutan pajak reklame dan penerimaan pajak agar lebih baik.

#### **b. Bagi Instansi**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbang saran baik dari segi pemikiran dan sebagai bahan pertimbangan dalam pemecahan berbagai masalah terutama yang terjadi di jajaran pemerintahan Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung.

#### **c. Bagi Umum**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan dan informasi bagi pihak yang berkepentingan dengan masalah yang diteliti oleh peneliti.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan dan bahan referensi mengenai teori-teori perpajakan untuk studi lanjutan para peneliti pada bidang yang sama secara lebih mendalam.

## F. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini berfokus pada pengaruh efektivitas pemungutan pajak reklame terhadap penerimaan pajak pada Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung. Kata efektif berasal dari bahasa Inggris yaitu *effective* yang berarti berhasil atau sesuatu yang dilakukan berhasil dengan baik. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata efektif mempunyai arti efek, pengaruh, akibat atau dapat membawa hasil. Jadi, efektivitas adalah keaktifan, daya guna, adanya kesesuaian dalam suatu kegiatan orang yang melaksanakan tugas dengan sasaran yang dituju.

Pengertian kamus sebagaimana yang dimaksud di atas artinya selalu sama dari waktu ke waktu. Menurut Mahmudi dalam buku *manajemen kinerja sektor public* (2015 : 97), yaitu :

“Efektivitas merupakan hubungan antara *output* dengan tujuan. Semakin besar kontribusi *output* terhadap pencapaian tujuan, maka semakin efektif organisasi, program, atau kegiatan. Jika ekonomi berfokus pada *input* dan efisiensi pada *output* atau proses, maka efektivitas berfokus pada *outcome* (hasil). Suatu organisasi, program atau kegiatan dinilai efektif apabila *output* yang dihasilkan bisa memenuhi tujuan yang diharapkan atau dikatakan *spending wisely*”.

Sedangkan menurut Indrawijaya dalam bukunya Teori Perilaku dan Budaya Organisasi (2010: 176), efektivitas berkaitan dengan pelaksanaan suatu pekerjaan tepat waktu yang telah ditetapkan yang artinya apakah pelaksanaan suatu tugas dinilai baik atau tidak, terutama menjawab pertanyaan bagaimana cara melaksanakannya dan beberapa biaya yang dikeluarkannya itu. Ada beberapa dimensi atau faktor dari variabel efektivitas pemungutan pajak (X), yang mendukung pencapaian efektivitas yaitu :

1. Tepat Waktu, yaitu penyelesaian tugas yang ditetapkan sesuai dengan batas waktu yang ditentukan sebelumnya. Pegawai tidak menunda pekerjaan, tidak ada jam lembur dan setiap pekerjaan terjawab secara pasti sehingga mudah menyelesaikannya.
2. Tepat Kualitas, yaitu pekerjaan yang ditangani oleh pegawai sesuai dengan standar dan kualitas yang ditetapkan oleh instansi, pekerjaan dilakukan dengan penuh ketelitian dan kesungguhan hingga terbebas dari kesalahan dan hasil kerja dapat memberikan kepuasan kepada para pengawas. (atasan atau masyarakat).
3. Tepat Kuantitas, yaitu kemampuan pegawai untuk memenuhi target atau jumlah yang ditetapkan dan dapat menyelesaikan pekerjaan yang lebih banyak dengan tanggungjawab yang lebih luas.

Definisi efektivitas di atas penulis menyimpulkan bahwa efektivitas itu sebagai tingkat keberhasilan yang dapat dicapai dari suatu cara dengan tujuan yang hendak dicapai. Adapun yang menjadi ukuran dalam mengukur peningkatan penerimaan pajak Menurut peraturan menteri keuangan no. 99/PMK, 60/2006

mengatakan bahwa, penerimaan perpajakan adalah semua penerimaan negara yang terdiri dari penerimaan pajak dalam negeri dan penerimaan pajak perdagangan internasional.

Sedangkan menurut Sutedi dalam bukunya *Hukum Keuangan Negara* “Penerimaan pajak adalah semua penerimaan negara yang terdiri atas pajak dalam negeri dan pajak perdagangan internasional”. Kemudian Menurut Devano dan Rahayu (27: 2013) dalam bukunya *Perpajakan Indonesia Konsep dan Aspek Formal*. Mengemukakan beberapa faktor atau dimensi dari variabel peningkatan penerimaan pajak reklame (Y) yaitu yang berperan penting dalam mempengaruhi dan menentukan optimalisasi pemasukan dana ke kas negara melalui pemungutan pajak kepada warga negara antara lain:

1. Kebijakan Pemerintah dalam Mengimplementasikan UU Perpajakan

Merupakan suatu cara atau alat pemerintah dibidang perpajakan yang memiliki suatu sasaran untuk mencapai suatu tujuan tertentu di bidang sosial dan ekonomi.

2. Tingkat Intelektual Masyarakat

Dengan tingkat intelektual yang cukup baik, secara umum maka akan makin mudah bagi wajib pajak untuk memahami peraturan perundang-undangan perpajakan berlaku. Wajib pajak yang memiliki tingkat pendidikan yang cukup tentunya akan dapat melaksanakan administrasi perpajakan, seperti menghitung pajak terhutang atau mengisi surat pemberitahuan.

### 3. Kualitas Petugas Pajak

Kualitas petugas pajak sangat menentukan efektivitas Undang-Undang dan Peraturan Perpajakan. Petugas pajak memiliki reputasi yang baik sepanjang yang menyangkut kecakapan teknis, efisien dan efektif dalam hal kecepatan, tepat dan keputusan yang adil. Petugas pajak harus berkompoten dibidangnya, dapat menggali objek-objek pajak yang menurut undang-undang harus dikenakan pajak.

### 4. Sistem Administrasi Perpajakan yang Tepat

Merupakan prioritas tertinggi karena pengampunan pemerintah untuk menjalankan fungsinya secara efektif bergantung kepada jumlah uang yang dapat diperolehnya melalui pemungutan pajak. Sistem administrasi perpajakan diharapkan tidak rumit, tetapi ditekankan pada kesederhanaan prosedur.

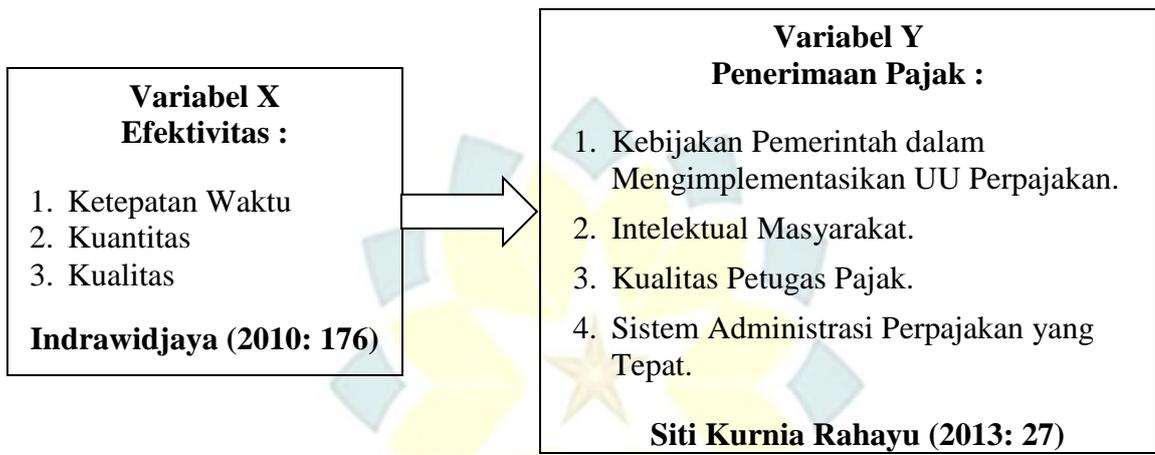
Jadi keterkaitan efektivitas Pemungutan pajak Daerah dan penerimaan pajak daerah adalah :

“.....Berkaitan dengan optimalisasi sumber-sumber pendapatan asli daerah (PAD) perlu dilakukan untuk meningkatkan kemampuan keuangan daerah. Melalui efektivitas dan efisiensi sumber atau objek pendapatan daerah, maka produktivitas pendapatan asli daerah (PAD) dapat ditingkatkan tanpa harus melakukan perluasan sumber atau objek pendapatan baru yang memerlukan studi, proses dan waktu yang panjang”. (Rosidin, 2010: 231-232).

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan, penulis merumuskan model kerangka pemikiran dalam gambar 1.1 sebagai berikut :

**Gambar 1.1**

**Kerangka Pemikiran**



**G. Hipotesis**

Hipotesis menurut Sugiyono (2012: 64) merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dikatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.

Bentuk hipotesis yang akan penulis ajukan dalam penelitian ini adalah hipotesis asosiatif. Hipotesis asosiatif adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah asosiatif, yaitu yang menyatakan hubungan antara dua variabel atau lebih, Dengan demikian penulis dapat merumuskan hipotesis asosiatifnya adalah:

“Terdapat Pengaruh Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame terhadap Penerimaan Pajak Reklame Pada Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung”.

Dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis statistiknya yaitu :

$H_o$  : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame terhadap Penerimaan Pajak Reklame Pada Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung

$H_a$  : Terdapat pengaruh secara signifikan antara Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame terhadap Penerimaan Pajak Reklame Pada Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung.