

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Mardiasmo dalam bukunya yang berjudul Perpajakan Edisi Terbaru 2018 (2018 : 3) Definisi pajak menurut Undang – Undang Nomor 16 Tahun 2009 yaitu Tentang Perubahan keempat atas Undang-Undang nomor 6 Tahun 1983 yaitu tentang Ketentuan Umum serta Tata Cara Perpajakan pada Pasal 1 Ayat 1 yang berbunyi pajak adalah kontribusi wajib pajak negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang sifatnya memaksa berdasarkan Undang – Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan balik secara langsung serta digunakan untuk keperluan Negara, sebesar-besarnya bagi kemakmuran rakyat. Pajak sendiri adalah pemungutan wajib dari rakyat untuk negara yang didasari pada Undang – Undang. Pajak digunakan untuk membiayai belanja pemerintah pusat maupun daerah untuk kesejahteraan masyarakat. Pajak sendiri berkontribusi paling besar bagi penerimaan Negara yang berasal dari berbagai sumber penerimaan Negara.

Indonesia merupakan negara yang menganut sistem otonomi daerah, yang selanjutnya disebut Daerah, menurut Undang – Undang Nomor 28 Tahun 2009 adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas – batas wilayah yang berkewenangan mengatur dan mengurus urusan pemerintahan serta kepentingan masyarakat setempat menurut prakarsa sendiri berdasarkan aspirasi dari masyarakat dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia. diharapkan daerah mempersiapkan sumber daya manusia (SDM) yang baik dan bagus serta sumber keuangan yang cukup dan baik dan juga fasilitas sarana prasarana yang memadahi didalam pelaksanaannya. faktor keuangan menjadi aspek yang utama daerah, sebab daerah harus secara mandiri membiayai pengeluaran – pengeluarannya yang berhubungan dengan program - program yang dilaksanakan oleh pemerintah pada suatu daerah. Pemerintah sendiri telah melakukan berbagai upaya dan inovasi dalam meningkatkan penerimaan pajak sedangkan penerimaan pajak masih mengalami berbagai macam kendala sebagai contoh adalah penerimaan pajak

negara masih belum efektif dan masih belum berkontribusi banyak terhadap Pendapatan Asli Daerah, sebab itu pemerintah daerah wajib dan harus aktif untuk menggali potensi pembiayaan, baik melalui intensifikasi dalam artian pemanfaatan secara optimal sumber pendapatan daerah.

Setiap daerah kabupaten atau kota di Indonesia pasti memiliki sumber daya alam dan potensi yang sangat banyak, sehingga jika dimanfaatkan dengan baik dan maksimal maka akan memberikan kontribusi yang signifikan dan baik bagi penerimaan Pendapatan Asli Daerah, tentunya akan memberikan manfaat dalam pembangunan daerah.

Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah semua penerimaan daerah yang berasal dari sumber ekonomi asli daerah, salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang memiliki kontribusi terbesar yaitu berasal dari pajak daerah dan retribusi daerah. Pemerintah daerah wajib memperhatikan penerimaan pajak daerah agar tidak terjadi kebocoran, menggali, dan meningkatkan setiap potensi pajak daerah dan juga memperhatikan efektivitas penerimaan pajak daerah. Efektivitas pajak secara tidak langsung juga menandakan dan menunjukkan seberapa besar penghasilan daerah dalam mengumpulkan pajak dari potensi yang dimiliki suatu daerah. Menurut Markus dkk (2018) Semakin kecil selisih antara penerimaan pajak dengan potensi pajak yang ada maka berarti semakin efektiflah sebuah administrasi perpajakan daerah. Efektivitas pemungutan pajak menggambarkan bagaimana kinerja suatu pemerintahan. Kinerja memiliki arti yaitu suatu prestasi atau pencapaian yang dapat dicapai oleh organisasi pada periode tertentu. Pajak daerah dan retribusi daerah merupakan salah satu sumber pendapatan daerah yang sangat penting sebab untuk membiayai pelaksanaan pemerintah daerah, guna untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat serta kemandirian daerah, maka perlu dilakukan perluasan objek pajak daerah dan retribusi.

Setiap daerah di Indonesia melalui Badan Pendapatan Daerah memiliki kewenangan untuk memungut pajak atas semua objek pajak di daerahnya sama juga seperti kota Malang yang pembangunannya semakin berkembang, serta masuknya para investor dari dalam maupun luar negeri. Sebab adanya perdagangan yang

bebas yang menimbulkan persaingan usaha semakin sulit dan ketat. Dalam kondisi ini mempengaruhi suatu perusahaan untuk semakin gencar mengembangkan dan meningkatkan strategi agar dapat selalu mempertahankan eksistensinya. Maka dari itu perusahaan berusaha untuk menarik perhatian konsumennya dengan melakukan promosi untuk memperkenalkan maupun memasarkan produknya. Salah satu strateginya perusahaan dalam memperkenalkan serta memasarkan produknya menggunakan iklan sehingga akan mendatangkan keuntungan penjualan yang banyak dan meningkat adalah melalui periklanan yaitu reklame. Dan maka secara otomatis penerimaan pajak reklame di kota Malang akan mengalami peningkatan juga dengan adanya perusahaan yang menggunakan media periklanan yaitu reklame.

Menurut Peraturan Walikota Malang Nomor 20 Tahun 2013 Tentang Tata Cara Pembayaran Pajak Daerah Reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang menurut bentuk, susunan dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, yang dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan atau menarik suau perhatian umum terhadap suatu barang, jasa atau badan yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan dan tau dinikmati oleh umum. Selain itu kurangnya peran serta dari masyarakat dan banyak dari masyarakat yang belum memiliki kedisiplinan serta kesadaran yang tinggi untuk membayar pajak, banyak dari masyarakat yang melanggar peraturan memasang reklame, seperti adanya reklame yang dipasang tanpa izin pemasangan dari pemerintah, ada juga reklame politik yang illegal dan tidak tertata rapi hingga dapat merusak pemandangan kota, dan banyak reklame yang perizinannya sudah mati dan tidak diperpanjang, maka ahal - hal tersebut menjadi penyebab tidak maksimalnya penerimaan pajak daerah. Serta adanya pandemi covid 19 yang mulai mewabah seluruh bagian dunia, peneliti berpikir seharusnya dengan adanya karantina dirumah, maka banyak dari masyarakat yang memasang reklame untuk alasan bisnis mereka agar dikenal oleh banyak masyarakat umum.

Kota Malang merupakan salah satu kota yang sangat strategis didukung dengan banyaknya destinasi wisata dan banyaknya bisnis yang ada. Untuk lebih jelasnya mengenai pertumbuhan target dan realisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Kota Malang tahun 2015 sampai dengan tahun 2020 dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 1. 1

Target dan Realisasi Penerimaan pajak Daerah Tahun 2015 Sampai Dengan 2020

	TAHUN	TARGET	REALISASI	PROSENTASE
HASIL PAJAK DAERAH	2015	272,000,000,000.00	316,814,967,743.76	116.48 %
	2016	301,000,000,000.00	374,577,213,968.65	124.44 %
	2017	352,500,000,000.00	414,940,959,495.28	117.71 %
	2018	420,000,000,000.00	435,554,629,705.94	103.70 %
	2019	501,144,000,000.00	460,082,952,414.40	91.81 %
	2020	425,000,000,000.00	351,778,769,386.33	82.77 %

(Sumber: Data Badan Pendapatan daerah Kota Malang tahun 2015-2020)

Dari data yang telah disajikan, melampaui dari target yang telah ditetapkan secara signifikan, tahun 2015 menunjukkan prosentase angka 116,48 %, sedangkan tahun 2016 mengalami kenaikan sebesar 124,44 %. Akan tetapi pada tahun 2017 sampai 2020 mengalami penurunan secara signifikan.

Tabel 1. 2

Target dan Realisasi penerimaan pajak reklame 2015 Sampai Dengan 2020

	TAHUN ANGGARAN	TARGET	REALISASI
PAJAK REKLAME	2015	18,676,522,723.99	19,557,043,020.32
	2016	18,676,552,800.00	22,101,587,217.25
	2017	18,176,522,700.00	19,094,222,303.38
	2018	16,400,000,000.00	17,222,989,157.31
	2019	19,500,000,000.00	24,603,790,249.97
	2020	28,263,531,499.99	19,473,553,275.82

(Sumber : Badan Pendapatan Daerah Kota Malang, 2020)

Dari data yang telah disajikan, realiasi pajak reklame tahun 2015-2020 mengalami kenaikan dan penurunan dari target yang telah ditetapkan, tahun 2015 menunjukkan prosentase angka 104,71 %, sedangkan tahun 2016 mengalami kenaikan sebesar 118,34 %. Akan tetapi pada tahun 2017 mengalami kenaikan kembali dengan angka prosentase 105,05% kemudian pada tahun 2018 kembali mengalami penurunan dengan angka prosentasi sebesar 105,02 % sedangkan pada tahun 2019 mengalami peningkatan sebesar 126,17 %.pada tahun 2020 pajak reklame mengalami penurunan yang sangat drastic yaitu sebesar 68,90%

Dapat disimpulkan secara keseluruhan realalisasi penerimaan pajak daerah dalam kurun waktu tahun 2015 – 2020 terus mengalami kenaikan dan penurunan, demikian juga yang terjadi pada realisasi penerimaan pajak reklame mengalami kenaikan dan penurunan.

Dengan demikian tujuan latar belakang tersebut mendorong dilakukan penelitian seberapa efektifkah pemungutan pajak reklame terhadap penerimaan pajak daerah, serta faktor apa saja yang mempengaruhi kenaikan dan penurunan pajak reklame tahun 2015 sampai dengan tahun 2020 yang dituangkan dalam penelitian yang berjudul : Analisis Pemungutan Pajak Reklame Dan Kontribusinya

terhadap Pendapatan Asli daerah Kota Malang Studi Kasus Pada Badan Pendapatan Daerah Kota Malang

1.2. Perumusan Masalah

berdasarkan dari latar belakang yang telah diungkapkan diatas, dengan ini merumuskan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat efektifitas pemungutan pajak reklame tahun 2015 samapai dengan tahun 2020
2. Bagaimana tingkat kontribusi pemungutan pajak reklame pada Pendapatan Asli Daerah tahun 2015 sampai dengan 2020

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui tingkat efektivitas pemungutan pajak reklame tahun 2015 sampai dengan 2020 kota Malang
2. Mengetahui seberapa besar tingkat kontribusi pemungutan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah kota Malang 2015 sampai dengan 2020

1.4 Manfaat Penelitian

Bagi penulis

1. Sebagai tambahan refrensi dan masukan untuk penelitian selanjutnya khususnya dalam bidang perpajakan
2. Untuk mengetahui tingkat efektifitas pemungutan pajak serta kontribusinya

Bagi Dinas atau Perusahaan

penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi obyek penelitian yaitu Badan Pendapatan Daerah Kota Malang dan dari pihak lain yang membutuhkan khususnya untuk bagian pajak reklame.