

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berdasarkan laporan target dan realisasi penerimaan pajak daerah Kota Bandung pada tahun 2014 sampai dengan 2016 menunjukkan bahwa realisasi pajak reklame pada tahun 2016 jauh dari jumlah rupiah yang ditargetkan. Hal ini dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut.

Tabel 1.1
Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Kota Bandung

Jenis Pajak	2014		2015		2016	
	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	Target (Rp)	Realisasi (Rp)
Pajak Hotel	199.350.000.000	204.149.137.826	260.000.000.000	215.285.361.236	260.000.000.000	274.707.724.531
Pajak Restoran	130.000.000.000	142.376.159.558	170.000.000.000	181.401.845.809	235.000.000.000	241.567.206.844
Pajak Hiburan	45.000.000.000	85.730.151.211	60.000.000.000	110.429.747.411	68.000.000.000	137.817.108.446
Pajak Parkir	12.000.000.000	12.150.329.775	30.000.000.000	20.087.991.504	26.000.000.000	28.699.948.562
Pajak BPHTB	439.650.000.000	858.437.336.368	428.150.000.000	828.040.360.294	660.000.000.000	1.100.329.214.279
Pajak Penerangan Jalan	156.000.000.000	159.123.681.023	180.000.000.000	178.144.137.262	173.200.000.000	177.358.328.595
Pajak Reklame	23.000.000.000	23.641.404.085	15.000.000.000	18.107.052.336	316.716.770.000	25.646.023.584
Pajak Air Tanah	30.000.000.000	26.017.976.057	32.850.000.000	30.250.272.573	32.500.000.000	33.489.085.624
Pajak PBB	360.000.000.000	372.206.543.770	422.000.000.000	390.800.914.079	415.000.000.000	417.134.044.862

Sumber: Laporan BPPD Kota Bandung 2014-2016

Tabel 1.1 menunjukkan besaran target pajak reklame tahun 2016 lebih besar dua puluh satu kali daripada tahun 2015. Hal ini dikarenakan pemerintah kota dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kota Bandung menetapkan target pendapatan pajak reklame untuk tahun 2016 sebesar Rp316.716.770.000.

Menurut Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (Bappeda) Kota Bandung dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Padjajaran, kajian potensi pajak dan retribusi Kota Bandung memperoleh hasil yang menyatakan bahwa potensi pajak reklame bersama tujuh mata pajak yang lain memiliki kategori “sangat potensial” (Riadi, 2017).

Pajak reklame Kota Bandung masuk dalam kategori “sangat potensial” karena Kota Bandung merupakan kota terbesar keempat di Indonesia yang memiliki banyak sekali tempat-tempat strategis untuk pemasangan reklame, baik reklame yang berupa spanduk, baliho, bahkan yang lebih canggih lagi yaitu berupa layar *Laser Compact Disk* (LCD) raksasa atau reklame megatron. Perolehan pajak reklame Kota Bandung ini memiliki potensi yang tinggi karena tidak sedikit perorangan atau badan usaha yang menggunakan reklame sebagai alat untuk mempromosikan usahanya (Atteng, Saerang, & Mawikere, 2016).

Pemungutan pajak reklame seharusnya tidak sulit karena objek dan jumlah titik pemasangan reklame sudah jelas, sehingga pencapaian perolehan pendapatan dari pajak reklame dapat terpenuhi (Atteng, Saerang, & Mawikere, 2016), akan tetapi berdasarkan kajian LPPM Universitas Padjajaran, menjamurnya reklame ilegal merupakan salah satu penyebab utama belum optimalnya pencapaian pendapatan pajak reklame. LPPM Universitas Padjajaran menemukan 13.289 titik reklame, yang hampir separuh diantaranya ilegal, dengan total nilai pajak Rp47,1miliar (Riadi, 2017). Masalah yang dihadapi dalam pemungutan pajak reklame dapat diukur dengan menilai terlebih dahulu tingkat efisiensi, efektivitas, dan kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah.

Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 13 Tahun 2006 tentang Pengelolaan Keuangan Daerah, efisien adalah pencapaian keluaran yang maksimum dengan masukan tertentu atau penggunaan masukan terendah untuk mencapai keluaran tertentu, efektif adalah pencapaian hasil program dengan target yang telah ditetapkan dengan cara membandingkan keluaran dengan hasil. Ketidaktercapaian target pajak reklame tahun 2016 dapat diakibatkan karena masih ada ketidakefisienan dan ketidakefektifan dalam pemungutan pajak. Berdasarkan fenomena diatas, permasalahan dalam pemungutan pajak reklame Kota Bandung adalah reklame ilegal yang tidak memiliki izin untuk pemasangan dan reklame yang telah kadaluwarsa namun masih terpampang. Kepala Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah (BPPD) Kota Bandung, Ema Sumarna, menyatakan perlu dilakukannya sensus untuk memperkuat basis data potensi pajak reklame (Riadi, 2017). Sensus yang dilakukan memerlukan biaya yang besar, namun biaya tersebut akan sebanding bila realisasi penerimaan pajak reklame sesuai dengan harapan. Hal tersebut akan menunjukkan bahwa terjadi peningkatan dalam efisiensi dan efektivitas pemungutan pajak reklame. Realisasi penerimaan pajak reklame yang besar juga akan memberikan kontribusi yang positif bagi penerimaan pajak daerah.

Merujuk pada penelitian Atteng, Saerang, & Mawikere (2016) dengan judul penelitian Analisis Efektivitas dan Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Manado Tahun 2011-2015 (Studi Kasus pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Manado). Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa tingkat efektivitas untuk pajak reklame tahun 2011 63.96%, tahun 2012 65.74%, tahun 2013 65.74%, tahun 2014 67.24% dinyatakan kurang

efektif dan tahun 2015 129.90% dinyatakan sangat efektif. Kontribusi pajak reklame terhadap PAD Kota Manado dari tahun 2011 0.0173%, tahun 2012 0.0154%, tahun 2013 0.0140%, tahun 2014 0.0123%, dan tahun 2015 0.0222%. Penelitian ini ingin mengembangkan penelitian sebelumnya dengan meneliti kembali efektivitas dan kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah. Namun, terdapat beberapa perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan ini, yaitu penambahan satu variabel berupa efisiensi untuk mengukur efisiensi pemungutan pajak reklame, penggantian satu variabel dari pendapatan asli daerah menjadi pajak daerah, perbedaan tempat pengambilan data, dan waktu pengambilan data. Tempat pengambilan data yang akan dilakukan pada penelitian ini adalah Kota Bandung. Waktu pengambilan data yang akan digunakan adalah tahun 2012 hingga tahun 2016.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul: “Analisis Efisiensi, Efektivitas, dan Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pajak Daerah Kota Bandung (Periode 2012-2016).”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Efisiensi Pemungutan Pajak Reklame Kota Bandung?
2. Bagaimana Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame Kota Bandung?
3. Seberapa besar Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pajak Daerah Kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Efisiensi Pemungutan Pajak Reklame Kota Bandung.
2. Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame Kota Bandung.
3. Besaran Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pajak Daerah Kota Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi:

1. Akademisi

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan informasi dan referensi dalam melakukan penelitian-penelitian selanjutnya dengan mengangkat tema yang sama, atau sebagai bahan bacaan untuk dapat memperluas wawasan pembacanya.

2. Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu bahan pertimbangan dan masukan dalam upaya peningkatan penerimaan pajak reklame sehingga dapat memaksimalkan penerimaan pajak daerah.