

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Pemerintah daerah membutuhkan dana yang tidak sedikit untuk membiayai berbagai keperluan pembangunan, antara lain untuk pembayaran gaji pegawai negeri, pembangunan fasilitas-fasilitas umum seperti jembatan, jalan, terminal, dana untuk keamanan dan fasilitas di bidang kesehatan. Untuk membiayai itu semua, pemerintah daerah berusaha meningkatkan pendapatan daerah dengan cara memungut pajak daerah. Salah satu dari sekian banyak pajak yang dipungut adalah pajak reklame.

Reklame di Kota Bandung adalah pemandangan yang sudah tidak aneh lagi. Ruang-ruang publik didominasi oleh *billboard-billboard* berukuran besar, tanpa adanya pertimbangan dengan ukuran ruang itu sendiri; visualisasi-visualisasi yang mencolok dan teks-teks yang seluruhnya memproduksi kesan budaya konsumsi.

Sebagai salah satu sumber pendapatan, pendapatan dari sektor reklame tidak bisa dianggap enteng. Selain jumlahnya yang cukup signifikan, peningkatannya dari tahun ke tahun tidak bisa diabaikan. Menurut data yang dikumpulkan oleh Bandung Institute of Governance Studies melalui situsnya, tahun 2000 pendapatannya mencapai Rp 1,85 miliar, meningkat menjadi Rp 3,6 miliar pada tahun 2001 dan Rp 7,9 miliar pada tahun 2002, sedangkan pada tahun

2003, meskipun realisasi tidak sesuai target sebesar Rp 12 miliar, jumlah yang diperoleh untuk menambah PAD mencapai Rp 8,6 miliar.

Kalau melihat kenyataan di lapangan, angka itu semestinya tidaklah memberatkan. Betapa tidak, ribuan reklame seperti jamur di musim hujan terus bertumbuh di berbagai wilayah kota, terutama di jalur dan ruas jalan dimana warga kota sering menyemut. Misalnya Jalan Dago, Jalan Pasteur dan Jalan Junjuran.

Kalau dihitung-hitung, kabarnya jumlah titik reklame di kota ini mencapai 7.000 buah, yang resmi maupun liar. Jadi kalau semua kena pajak bisa diperkirakan berapa pendapatan yang bisa diperoleh Pemkot dari reklame ini. Menurut Ketua Asosiasi Pengusaha Reklame (Asper) yang juga anggota DPRD Kota Bandung, Aat Safaat Chodijat. Kata dia, kalau pajak semua reklame tergali, termasuk dari toko-toko, jumlah yang bisa masuk ke Dipenda bisa mencapai Rp 20 miliaran.

Tentu saja besaran angka pendapatan reklame itu masih sekedar perkiraan. Banyak hal yang membuat angka-angka itu seolah berat untuk ditingkatkan dan direalisasikan. Menurut Ketua LM-FE Universitas Padjadjaran, Suwandi Suparlan, jika menghitung dengan logika sederhana berapa banyak iklan dan kemudian dikonversikan ke dalam nilai uang jumlahnya pasti melebihi target yang ada. Oleh karena itu ada baiknya dilakukan penelitian dengan tema analisis peranan pajak reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah yang teridentifikasi adalah :

1. Bagaimana penerapan pajak reklame di Kota Bandung ?
2. Seberapa besar peranan pajak reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Penerapan pajak reklame di Kota Bandung.
2. Peranan pajak reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk :

1. Pengembangan ilmu

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pajak reklame dan hubungannya dengan Pendapatan Asli Daerah, dengan menerapkan teori-teori selama di bangku kuliah dan membandingkan dengan kenyataan yang terjadi serta melatih kemampuan analisis dan berpikir sistematis.

## 2. Praktisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi sebagai dasar pengambilan keputusan bagi manajemen perusahaan dalam kaitannya dengan pajak reklame dan Pendapatan Asli Daerah.

### **1.5 Rerangka Pemikiran dan Hipotesis**

Pajak menjadi prioritas penting untuk dijadikan sumber penerimaan utama negara. Jika dilihat dari sudut pandang ekonomi, penerimaan dari sektor pajak layak dijadikan tulang punggung penerimaan negara yang paling potensial. Dengan pajak, pemerintah dapat menyediakan berbagai prasarana ekonomi berupa jalan, jembatan, pelabuhan, air, listrik, fasilitas kesehatan, fasilitas pendidikan, fasilitas keamanan dan berbagai kepentingan umum lainnya yang ditujukan untuk kesejahteraan rakyat.

Secara umum, pajak didefinisikan sebagai suatu kewajiban kenegaraan berupa pengabdian serta peran aktif warga negara dan anggota masyarakat lainnya untuk membiayai berbagai keperluan negara berupa pembangunan nasional yang pelaksanaannya diatur dalam undang-undang dan peraturan-peraturan untuk tujuan kesejahteraan bangsa (Rimsky K. Judisseno dalam Yenni Mangoting, 2000:117).

Menurut R. Santoso Brotodiharjo dalam Yenni Mangoting (1999:444) pajak dianggap sebagai suatu kewajiban menyerahkan sebagian harta kekayaan ke kas negara disebabkan suatu keadaan, kejadian dan perbuatan yang memberikan kedudukan tertentu, tetapi bukan sebagai hukuman, menurut peraturan yang

ditetapkan pemerintah serta dapat dipaksakan, tetapi tidak ada jasa timbal balik dari negara secara langsung, untuk memelihara kesejahteraan umum.

Fungsi *budgeter* pajak berarti pajak dijadikan sebagai alat pemerintah untuk menghimpun dana dari masyarakat untuk berbagai kepentingan pembiayaan negara. Sedangkan fungsi *regulatory* pajak berarti pajak dijadikan sebagai alat pemerintah untuk mengatur tercapainya keseimbangan perekonomian dan politik suatu negara. Dari kedua fungsi ini, pada dasarnya pemerintah ingin kembali menegaskan tentang peran penting pajak baik sebagai alat penerimaan negara seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, maupun sebagai alat untuk melaksanakan berbagai kebijakan di bidang ekonomi dan sosial.

Salah satu dari sekian banyak pajak yang dipungut adalah pajak reklame. Di Kota Bandung, pajak reklame ditetapkan dengan Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 18 Tahun 2001. Melalui Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 tentang Pajak Daerah, telah memberikan nuansa baru dimana sebagai salah satu upaya untuk mewujudkan otonomi daerah yang luas, nyata, dan bertanggung jawab, pembiayaan pemerintahan dan pembangunan daerah yang berasal dari pendapatan daerah khususnya yang bersumber dari pajak reklame perlu dilakukan intensifikasi. Oleh karena itu pajak reklame termasuk ke dalam pajak daerah.

Pajak Daerah adalah iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan kepada Daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintahan Daerah dan pembangunan Daerah.

Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersil, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan 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/atau didengar dari suatu tempat oleh umum, kecuali yang dilakukan oleh Pemerintah.

## **1.6 Metode Penelitian**

Metodologi penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif analisis yaitu dengan mengumpulkan bahan-bahan, keterangan serta data-data lain yang diperlukan, kemudian mengolah dan membahasnya sehingga akhirnya sampai pada kesimpulan untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi. Menurut Nazir (1998:105) :

“Metode Penelitian Deskriptif Analisis adalah penelitian yang bertujuan untuk membuat gambaran secara terstruktur, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat serta hubungan antara masing-masing variabel yang diteliti kemudian dianalisis secara statistik serta diambil kesimpulannya secara sistematis mengenai fenomena yang ada dalam membuat prediksi serta menerangkan makna dari suatu permasalahan.”