

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pembangunan ekonomi daerah merupakan suatu proses dimana pemerintah daerah dan masyarakatnya mengelolah sumber-sumber daya yang ada dan membentuk satu pola kemitraan antara pemerintah daerah dan sektor swasta untuk menciptakan suatu lapangan kerja baru dan merangsang perkembangan kegiatan ekonomi wilayah tersebut (Subandi,2012:133). Keberhasilan daerah dalam mengelolah potensi-potensi yang dimiliki daerah tersebut serta kebijakan dan system pembangunan yang baik sangat diperlukan sehingga dapat meningkatkan sumber penerimaan dari pemerintah daerah. Pembiayaan pemerintah daerah dalam melaksanakan tugas pemerintah dan pembangunan senantiasa memerlukan penerimaan yang dapat diandalkan. Kebutuhan ini semakin dirasakan oleh daerah terutama sejak diberlakukannya otonomi daerah di Indonesia, yaitu mulai tanggal 1 Januari 2001. Dengan adanya otonomi, daerah dipacu untuk dapat mendukung pembiayaan pengeluaran daerah (Siahaan, 2010).

Penerapan otonomi daerah yang luas saat ini bertujuan untuk mengembangkan seluruh potensi ekonomi yang ada sehingga memacu peningkatan aktivitas perekonomian di daerah yang pada akhirnya meningkatkan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Penerapan ekonomi daerah yang telah digariskan dalam Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 dan Undang-Undang Nomor 33

Tahun 2004 yang mengatur tentang Pemerintah daerah dan Perimbangan Keuangan antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah. Menurut Undang-Undang No. 28 Tahun 2009, pajak daerah merupakan 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 Negara dan sebesar-besarnya untuk kemakmuran rakyat.

Pajak mempunyai peranan penting dalam membiayai keperluan negara. Penerimaan pajak menjadi sumber pendapatan negara yang semakin hari semakin penting. Hal ini dikarenakan untuk membiayai keperluan negara sekaligus untuk pembangunan masing-masing daerah yang ada di Indonesia. Penerapan otonomi daerah yang luas saat ini bertujuan untuk mengembangkan seluruh potensi ekonomi yang ada sehingga dapat memacu peningkatan aktivitas perekonomian di daerah yang pada akhirnya meningkatkan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Penerapan otonomi daerah yang telah tercantum dalam UU No. 22 Tahun 1999 dan UU No. 33 Tahun 2004 yang mengatur tentang pemerintah daerah dan perimbangan keuangan antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah.

Pemerintah daerah dituntut untuk terus menggali sumber pendapatan di daerahnya dalam rangka mendapatkan dana untuk pelaksanaan pembangunan. Dalam rangka pelaksanaan otonomi daerah, setiap daerah dituntut mampu bersaing secara positif dalam kegiatan perekonomian jika tidak ingin ketinggalan dengan daerah lain.

Pajak daerah dan retribusi daerah merupakan sumber penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dalam membiayai pengeluaran pemerintah daerah dan pembangunan daerah. Pajak dan retribusi merupakan sumber pendapatan yang sepenuhnya dapat direncanakan dan direalisasi oleh pemerintah daerah, pendapatan daerah dari pajak daerah dan retribusi daerah dapat berbeda antara satu daerah dan daerah lain karena potensi yang berbeda. Selain itu, pajak daerah dan retribusi daerah merupakan bentuk peran serta masyarakat secara nyata dalam penyelenggaraan otonomi daerah.

Salah satu jenis pajak daerah adalah pajak reklame. Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, dan dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan, atau mengujikan suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau dapat dilihat, dibaca dan didengar dari suatu tempat oleh umum kecuali yang dilakukan pemerintah (Periantara, 2013)

Kota Kupang sebagai ibukota Provinsi Nusa Tenggara Timur merupakan wilayah yang kini mendapat perhatian dari pelaku bisnis untuk menjalankan usahanya. Mulai dari hotel, restoran, supermarket dan café-café baru pun dibangun di Kota Kupang. Dalam rangka meningkatkan pendapatannya, para pelaku bisnis tentu membutuhkan iklan atau reklame dalam mempromosikan usahanya dan menarik perhatian masyarakat untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Kondisi ini harus dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya oleh pemerintah dengan tidak lupa

melakukan pemungutan atas pajak reklame. Setiap reklame akan dikenakan tarik pajak reklame sesuai dengan jenisnya yang akan menambah Pendapatan Asli Daerah. Terdapat 4 jenis Pendapatan Asli Daerah yaitu pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan milik daerah yang dipisahkan dan lain-lain Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang sah.

Realisasi pajak reklame terus mengalami peningkatan dengan persentase kenaikan dan kontribusi per tahun yang berfluktuasi selama tahun 2013-2017. Hal ini dapat dilihat pada tabel 1.2 dibawah ini:

Tabel 1.1
Pajak Reklame dan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Kupang
Tahun Anggaran 2013-2017

Tahun	Pajak Reklame	PAD
2003	175.000.000	15.717.261.665
2004	190.000.000	12.779.127.000
2005	250.000.000	18.395.584.000
2006	340.500.000	25.428.000.000
2007	373.866.160	32.633.105.940
2008	460.000.000	27.891.568.000
2009	582.576.000	36.191.439.000
2010	657.076.000	39.010.009.000
2011	940.459.000	47.638.337.000
2012	1.179.186.000	66.169.375.000
2013	1.287.491.000	80.729.275.000
2014	2.083.616.000	113.032.804.000
2015	2.644.429.000	145.154.792.000
2016	2.450.000.000	165.449.023.000
2017	2.700.000.000	299.137.474.000
Jumlah	16.314.199.160	1.125.357.174.605

Sumber Data :Badan Pusat Statistik Kota Kupang

Tabel 1.1 Menunjukkan bahwa penerimaan pajak reklame dari tahun ke tahun mengalami kenaikan yang signifikan, sehingga jumlah penerimaan pajak reklame dari tahun 2013-2017 sebesar 16.314.199.160 Hal ini dikarenakan bahwa masyarakat Kota Kupang terjadi peningkatan di sektor perbelanjaan ataupun sektor industri lainnya. Pada tabel juga menunjukkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Kupang mengalami peningkatan dari tahun 2013-2017 sebesar 1.125.357.174.605 hal ini menunjukkan bahwa pemerintah mampu mengelolah aset daerah.

Pajak reklame merupakan salah satu jenis pajak kabupaten/kota yang diatur dalam Undang-Undang No. 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah dimana tarif dari pajak reklame ditetapkan paling tinggi sebesar 25%. Dasar pengenaan pajak reklame adalah Nilai Sewa Reklame (NSR), yaitu nilai yang ditetapkan sebagai dasar perhitungan dengan memperhatikan lokasi penempatan, jenis, jangka waktu penyelenggaraan dan ukuran media reklame. Pendapatan daerah dari penerimaan pajak reklame tergantung dari besarnya pembayaran yang dilakukan wajib pajak atas pemasangan reklame. Semakin besar Nilai Sewa Reklame, maka semakin besar pula tingkat penerimaan pajak reklame.

Penurunan maupun peningkatan dari realisasi pajak reklame dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya jumlah penduduk, jumlah industri, dan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Dalam penelitian dari Delfion (2014) yang meneliti tentang faktor-faktor penerimaan pajak reklame di Kota Depok, jumlah industri dan Produk

Domestik Regional Bruto (PDRB) memiliki pengaruh terhadap penerimaan pajak reklame sedangkan jumlah penduduk dianggap tidak memiliki pengaruh.

Penelitian Delfon (2014) berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan Ulfiyah (2015). Dalam penelitiannya, Ulfiyah yang juga meneliti tentang faktor-faktor penerimaan pajak reklame namun di Kota Surabaya menjelaskan bahwa faktor jumlah penduduk, jumlah industri, dan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame. Menurutnya, jumlah penduduk yang semakin meningkat dan tersebar di daerah-daerah dianggap dapat menambah penerimaan pajak reklame, karena para pelaku bisnis dalam usahanya mengenalkan produk atau jasa yang ditawarkan harus menjangkau ke seluruh penduduk, dan salah satu media yang cukup efektif adalah dengan menggunakan reklame.

Semakin besar penerimaan PAD suatu daerah, maka semakin rendah ketergantungan pemerintah daerah tersebut terhadap pemerintah pusat. Sebaliknya, semakin rendah penerimaan PAD suatu daerah, maka semakin tinggi tingkat ketergantungan pemerintah daerah tersebut terhadap pemerintah pusat. Oleh karena itu, pemerintah daerah dituntut optimal dalam menggali sumber pendapatan di daerahnya dalam rangka memperoleh devisa dan mengakumulasi dana bagi daerahnya guna melaksanakan pembangunan.

Dengan demikian peran Pendapatan Asli Daerah (PAD) menjadi sangat penting bagi sumber pembiayaan pemerintah daerah karena merupakan tolak ukur

dalam pelaksanaan otonomi daerah, dimana proporsi daerah PAD terhadap total penerimaan merupakan indikasi “Derajat Kemandirian” keuangan suatu pemerintah suatu daerah. Salah satu komponen Pendapatan Asli Daerah yang mempunyai kontribusi dan potensi terbesar di Kota Kupang adalah pajak daerah. Beberapa macam pajak yang dipungut oleh pemerintah Kota Kupang diantaranya yaitu Pajak Hotel, Pajak Restoran, Pajak Reklame, Pajak Hiburan, Pajak Penerangan Jalan, Pajak Parkir, Pajak Air Bawah Tanah, Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), Pajak Sarang Burung Walet, dan Bea Perolehan Hak Atas Tanah dan Bangunan (BPHTB).

Berdasarkan uraian di atas, terdapat perbedaan hasil dari penelitian sebelumnya mengenai faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame, maka peneliti tertarik untuk memenuhi faktor-faktor yang telah diteliti tersebut untuk melihat pengaruhnya terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Kupang. Untuk itu perlu di lakukan penelitian mengenai **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pajak Reklame Di Kota Kupang “**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah:

1. Apakah variabel jumlah perusahaan, jumlah industri, dan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap pajak reklame di Kota Kupang ?

2. Apakah variabel jumlah perusahaan, jumlah industri, dan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap pajak reklame di Kota Kupang ?

1.3 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui variabel jumlah perusahaan, jumlah industri, dan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap pajak reklame di Kota Kupang
2. Untuk mengetahui variabel jumlah perusahaan, jumlah industri, dan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap pajak reklame di Kota Kupang

1.4 Manfaat

Manfaat dari melakukan penelitian ini adalah:

1.4.1 Bagi pengembangan ilmu pengetahuan

Informasi hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan dapat menambah sarana pustaka berhubungan dengan pajak reklame.

1.4.2 Bagi Masyarakat

Sebagai acuan bagi masyarakat terutama wajib pajak untuk menyadari wajib pajak.

1.4.3 Bagi Pemerintah

Sebagai bahan masukan bagi para pengambil keputusan dalam menerapkan kebijakan dalam upaya meningkatkan realisasi penerimaan pajak reklame di Kota Kupang.

1.4.4 Bagi Lembaga Pendidikan

Sebagai bahan informasi dan dapat dijadikan referensi bagi pemerintah-pemerintah selanjutnya tentang peningkatan penerimaan pajak reklame di Kota Kupang