

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pembangunan Nasional merupakan rangkaian upaya pembangunan yang berkesinambungan yang meliputi seluruh kehidupan masyarakat, bangsa, dan negara. Mempercepat pembangunan ekonomi daerah yang efektif dan kuat dengan memberdayakan pelaku dan potensi ekonomi daerah, serta memperhatikan penataan ruang fisik maupun sosial sehingga terjadi pemerataan dan pertumbuhan ekonomi sejalan dengan pelaksanaan otonomi daerah (GBHN, 1999) merupakan yang tinggi dan tetap menjaga kestabilan ekonomi.

Pembangunan di Indonesia diarahkan untuk mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur. Tujuan pembangunan ekonomi nasional adalah untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang tinggi dengan cara memanfaatkan potensi dan sumber daya yang ada. Akan tetapi pertumbuhan ekonomi yang tinggi belum tentu mencerminkan meningkatnya kesejahteraan semua penduduk. Tujuan utama pembangunan ekonomi daerah adalah mencapai pertumbuhan yang setinggi-tingginya, selain itu juga berupaya menghapus atau mengurangi tingkat kemiskinan, meningkatkan pemerataan pendapatan, dan mengurangi tingkat pengangguran dengan cara menciptakan kesempatan kerja atau perluasan lapangan kerja bagi penduduk, agar setiap

penduduk berkesempatan untuk menyejahterakan kehidupannya (Todaro dan Smith, 2004).

Pembangunan dibidang ekonomi bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat, tingkat kemakmuran semakin tinggi, ketimpangan pendapatan semakin berkurang, kesempatan kerja semakin terbuka dan juga kualitas sumber daya manusia semakin membaik. Untuk mengetahui seberapa jauh keberhasilan pembangunan dibidang ekonomi yang telah dilaksanakan maka diperlukan adanya alat yang dapat membantu memberikan gambaran tingkat keberhasilan pembangunan dibidang ekonomi tersebut.

Pembangunan ekonomi daerah merupakan suatu proses di mana pemerintah daerah dan masyarakatnya mengelola sumberdaya yang ada dan membentuk suatu pola kemitraan antara pemerintah daerah dengan sektor swasta untuk menciptakan suatu lapangan kerja baru dan merangsang perkembangan kegiatan ekonomi (pertumbuhan ekonomi) dalam wilayah tersebut. (Lincoln Arsyad, 2010). Oleh karena itu pemerintah pusat memberikan kesempatan kepada pemerintah daerah untuk mengatur rumah tangganya sendiri dalam pelaksanaan pembangunan untuk meningkatkan kinerja daerah dan kesejahteraan masyarakat.

Penerapan otonomi daerah pasca reformasi 1997 berdampak pula pada penyelenggaraan keuangan negara, terutama dalam hal perimbangan keuangan antara pusat dan daerah. Untuk itu tahun 2000 diberlakukan otonomi daerah yang ditandai dengan dikeluarkannya Undang – Undang No 22 Tahun 1999 yang diperbaharui dengan Undang – Undang Nomor 32

Tahun 2004 Tentang Pemerintah Daerah yang kemudian dirubah kembali dengan UU No. 12 Tahun 2008 merupakan bukti bahwa dalam penyelenggaraan Pemerintah Daerah masih terus dilakukan evaluasi dengan masalah pengelolaan keuangan. Dalam UU No. 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah, maka penyelenggaraan pemerintahan daerah dilakukan dengan memberikan kewenangan yang seluas – luasnya, disertai dengan pemberian hak dan kewajiban penyelenggaraan otonomi daerah.

Penyelenggaraan otonomi daerah berimplikasi pada pengelolaan keuangan dengan meningkatkan Pendapatan Asli Daerahnya. PAD sendiri terbentuk dari elemen pajak dan retribusi daerah, laba BUMD dan lain – lain Pendapatan yang sah. Pajak yang merupakan pungutan wajib, biasanya berupa uang yang harus dibayar oleh penduduk sebagai sumbangan wajib kepada negara atau pemerintah sehubungan dengan pendapatan, pemilikan, jual beli barang, dsb. (KBBI, 2008) memiliki fungsi fungsi budgeter, fungsi distribusi, fungsi stabilisasi dan fungsi regulasi. Fungsi budgeter adalah penggunaan pajak sebagai salah satu sumber pembiayaan bagi pengeluaran pemerintah. Terkait dengan distribusi pajak merupakan alat redistribusi pendapatan masyarakat. Sedangkan fungsi stabilisasi merupakan fungsi pajak sebagai *built in stabilizer* dalam perekonomian. Fungsi regulasi bahwa pajak sebagai alat untuk mengatur dalam mencapai tujuan tertentu. Adapun menurut sifatnya pajak dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:

a. Pajak Subyektif

Wajib pajak yang memperhatikan pribadi wajib pajak, pemungutan bermemiliki interaksi dan hubungan jangka panjang pada subjeknya, keadaan pribadi wajib pajak dapat memmemiliki interaksi dan hubungan jangka panjangibesar kecilnya pajak yang harus dibayar.

b. Pajak Obyektif

Pajak yang tidak memperhatikan wajib pajak, tidak memandang siapa pemilik atau keadaan wajib pajak yang dikenakan atas obyeknya.

Dengan sedemikian luasnya fungsi pajak daerah, maka pajak daerah harus memenuhi prinsip-prinsip yang telah ditetapkan dalam perundang-undangan. Secara umum pajak daerah harus senantiasa mengikuti beberapa kriteria umum yang berlaku dalam suatu sistem perpajakan daerah antara lain (Sidik, 2002) :

- a. Prinsip memberikan pendapatan yang cukup dan *elastis*, artinya dapat mudah naik turun mengikuti naik/ turunnya tingkat pendapatan masyarakat.
- b. Adil dan merata secara vertikal artinya sesuai dengan tingkatan kelompok masyarakat dan horizontal artinya berlaku sama bagi setiap anggota kelompok masyarakat sehingga tidak ada yang kebal pajak.
- c. Administrasi yang *fleksibel* artinya sederhana, mudah dihitung, pelayanan memuaskan bagi si wajib pajak.
- d. Secara politis dapat diterima oleh masyarakat, sehingga timbul motivasi dan kesadaran pribadi untuk membayar pajak.

e. Non-distorsi terhadap perekonomian: implikasi pajak atau pungutan yang hanya menimbulkan memiliki interaksi dan hubungan jangka panjang minimal terhadap perekonomian. Pada dasarnya setiap pajak atau pungutan akan menimbulkan suatu beban baik bagi konsumen maupun produsen. Jangan sampai suatu pajak atau pungutan menimbulkan beban tambahan (*extra burden*) yang berlebihan, sehingga akan merugikan masyarakat secara menyeluruh (*dead-weight loss*).

Sumber – sumber potensi pendapatan daerah yang dimiliki oleh suatu daerah akan memiliki interaksi dan hubungan jangka panjang kekuatan keuangan sekaligus menentukan tingkat kemandirian suatu daerah otonom. Semakin besar penerimaan PAD suatu daerah, maka semakin rendah tingkat 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 guna melaksanakan pembangunan.

Semula ketentuan perundangan yang mengatur tentang pajak daerah dan retribusi daerah adalah UU No. 18 Tahun 1997, pada era penerapan otonomi daerah maka ditetapkan UU No. 34 Tahun 2000 yang lebih sesuai dengan keadaan pada masa tersebut. Kini setelah otonomi daerah berjalan lebih dari satu dasawarsa maka, ketentuan perundangan yang mengatur pajak daerah diubah yaitu dengan UU No. 28 Tahun 2009. Berdasar

UU No. 28 Tahun 2009 tentang pajak daerah maka pajak daerah didefinisikan sebagai kontribusi wajib kepada Daerah yang terutang oleh 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. Secara definitif dalam UU No. 28 Tahun 2009 secara jelas diklasifikasikan jenis pajak apa saja yang dapat dipungut oleh Pemerintah Provinsi dan Pemerintah Kabupaten / Kota.

Terdapat satu jenis pajak yang menarik dari semua pajak yang dikelola oleh pemerintah Kabupaten Magelang, yaitu pajak reklame. Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda, alat, pembuatan, dan atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang atau badan, yang dapat dilihat, dibaca dan / atau dinikmati oleh umum. Pajak reklame dapat dikategorikan sebagai pajak daerah yang bersifat obyektif.

Dalam hal pengenaan pajak reklame, maka dasar pengenaan pajak reklame adalah Nilai Sewa Reklame. Apabila reklame tersebut diselenggarakan oleh pihak ketiga maka dasarnya adalah nilai kontrak reklame. Sedangkan untuk reklame yang diselenggarakan sendiri maka nilai sewa reklame dihitung dengan memperhatikan faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, waktu, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah, dan ukuran media reklame. Besaran tarif pajak reklame paling tinggi sebesar 25%. Besaran pokok Pajak Reklame yang terutang dihitung

dengan cara mengalihkan tarif dengan dasar pengenaan pajak. Besaran tarif untuk pajak reklame ditetapkan dalam Perda.

Mencermati penerimaan Pendapatan Asli Daerah, Pajak Daerah dan Pajak Reklame Kabupaten Magelang pada periode tahun anggaran 2010 – 2014 seperti yang terlihat pada tabel , diketahui bahwa nilai dari Pendapatan Asli Daerah (PAD) lebih banyak mengalami peningkatan. Hal tersebut tidak jauh berbeda jika dibandingkan dengan pertumbuhan Pajak Daerah yang mengalami peningkatan yang cukup signifikan 4 tahun terakhir. Sementara penerimaan Pajak Reklame mengalami peningkatan juga dalam 4 tahun terakhir walaupun mempunyai pertumbuhan yang relatif tidak terlalu tinggi jika dibandingkan dengan penerimaan pajak lainnya.

Tabel 1.1.
Pendapatan Asli Daerah, Pajak Daerah dan Pajak Reklame Kabupaten Magelang Tahun Anggaran 2010 – 2014

Tahun	Pendapatan Asli Daerah (Rp)	Pajak Daerah (Rp)	Pajak Reklame (Rp)
2010	75.958.602.517,00	22.350.589.569,00	443.017.250,00
2011	90.462.630.622,00	29.333.617.227,00	701.984.948,00
2012	123.722.781.349,00	42.915.498.908,00	768.461.878,00
2013	173.253.651.914,00	70.672.600.543,00	622.590.032,00
2014	242.107.697.601,00	79.395.385.267,00	879.991.459,00

Sumber: DPPKAD Kab Magelang

Bila dilihat dari tabel di atas besar kecilnya penerimaan pajak reklame memberikan hubungan terhadap penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Dalam hal ini pajak reklame sebagai salah satu sumber

pendapatan daerah yang berpotensi dan dapat memberikan kontribusi yang maksimal apabila dilakukan pemungutan secara efisien, efektif, dan transparan sehingga dapat lebih berperan dalam usaha peningkatan Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Magelang. Mencermati perkembangan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah dan Pajak Daerah yang terlihat pada tabel di atas terlihat pada tahun 2013 pajak reklame mengalami penurunan, namun realisasi penerimaan Pendapatan Asli Daerah dan Pajak Daerah mengalami peningkatan. Hal ini membuktikan bahwa pajak reklame bukan pajak unggulan di Kabupaten Magelang. Tetapi cukup menarik untuk diteliti, melihat kenyataan di lapangan banyak reklame di temukan di tempat-tempat umum maupun di ruas jalan.

Khusus untuk Kabupaten Magelang, maka Peraturan Daerah yang diacu dalam pengaturan Pajak Reklame adalah Perda No. 13 Tahun 2010 tentang Pajak Daerah. Perda tersebut merupakan satu *bundle* aturan yang menjelaskan tentang pajak daerah di Kabupaten Magelang, adapun untuk detail rinci per item pajak dijelaskan pada Surat Keputusan Bupati. Dalam Perda tersebut jelas tercantum bahwa pajak reklame merupakan pajak daerah yang dipungut oleh Pemerintah Kabupaten/Kota. Dasar pengenaan dari pajak reklame ini adalah nilai sewa reklame, yang terdiri dari biaya pemasangan, biaya pemeliharaan, jenis reklame, lama pemasangan reklame dan nilai strategis. Nilai strategis merupakan ukuran nilai yang ditetapkan pada titik ruang lokasi pemasangan reklame tersebut berdasarkan kriteria

kepadatan pemanfaatan tata ruang wilayah untuk berbagai aspek kegiatan di bidang usaha.

Nilai sewa reklame = Harga Dasar Pemasangan dan Pemeliharaan + Nilai Strategi

Berdasarkan ketentuan perundangan yang telah ditetapkan maka sangat lazim bila Pemerintah Kabupaten/Kota senantiasa berusaha mengoptimalkan setiap potensi penerimaan yang ada tidak terkecuali pajak reklame. Dalam pengenaan dan penagihan pajak reklame harus didasarkan pada asas kemudahan dan kesederhanaan, kepastian hukum, mudah dimengerti dan adil serta menghindari pajak berganda. (Mardiasmo, 2000) Maka dengan adanya asas tersebut pajak reklame akan menjadi suatu elemen penyusun pajak daerah yang bersifat strategis.

Sejumlah 2.147 reklame yang ada di Kabupaten Magelang terdiri atas berbagai jenis reklame, antara lain reklame papan nama, papan nama berlampu, reklame kain, billboard, dan reklame tembok.

Pajak reklame yang merupakan bagian dari pajak daerah turut berkontribusi dalam pembentukan PAD Kabupaten Magelang. Selama lima tahun terakhir kontribusi rata – rata pajak reklame terhadap total pajak daerah di Kabupaten Magelang sebesar 2,31 persen. Kontribusi ini memiliki kecenderungan meningkat setiap tahunnya. Kecenderungan peningkatan pajak reklame ini diharapkan akan pula meningkatkan potensinya.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian lebih lanjut, yang dituangkan dalam bentuk

penelitian dengan judul “ **Analisis Faktor–faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame Kabupaten Magelang Periode 2010:M08 – 2014:M12.**

B. Batasan Masalah

Sehubungan dengan faktor keterbatasan yang ada dan mengingat banyaknya faktor yang memmemiliki interaksi dan hubungan jangka panjang penerimaan pajak reklame, maka penelitian hanya membahas pada:

1. Variabel – variabel yang dianggap bermemiliki interaksi dan hubungan jangka panjang terhadap besar kecilnya penerimaan pajak reklame Kabupaten Magelang yaitu PDRB, Jumlah SIUP dan Jumlah Indusri.
2. Data yang digunakan adalah data bulanan yaitu tahun 2010:M08 – 2014:M12 terdiri atas:
 - a. Penerimaan Pajak Reklame
 - b. Produk Domestik Regional Bruto
 - c. Jumlah SIUP
 - d. Jumlah Indusri

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang penelitian tersebut diatas, maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana interaksi dan hubungan jangka panjang PDRB terhadap penerimaan Pajak Reklame Kabupaten Magelang?

2. Bagaimana interaksi dan hubungan jangka panjang jumlah siup terhadap penerimaan Pajak Reklame Kabupaten Magelang?
3. Bagaimana interaksi dan hubungan jangka panjang Jumlah Industri terhadap penerimaan Pajak Reklame Kabupaten Magelang?
4. Bagaimana interaksi dan hubungan jangka panjang PDRB, Jumlah SIUP, dan Jumlah Industri secara bersama terhadap penerimaan Pajak Reklame Kabupaten Magelang?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memiliki interaksi dan hubungan jangka panjang penerimaan pajak reklame Kabupaten Magelang. Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui interaksi dan hubungan jangka panjang PDRB terhadap penerimaan Pajak Reklame Kabupaten Magelang.
2. Untuk mengetahui interaksi dan hubungan jangka panjang jumlah SIUP terhadap penerimaan Pajak Reklame Kabupaten Magelang.
3. Untuk mengetahui interaksi dan hubungan jangka panjang Jumlah Industri terhadap penerimaan Pajak Reklame Kabupaten Magelang.
4. Untuk mengetahui interaksi dan hubungan jangka panjang PDRB, jumlah SIUP, dan Jumlah Industri terhadap penerimaan Pajak Reklame Kabupaten Magelang.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian tersebut adalah :

1. Bagi Penulis.

Menambah khasanah keilmuan serta sumber pustaka (referensi) dalam bidang pengembangan potensi Pajak Daerah di Kabupaten Magelang, khususnya Pajak Reklame.

2. Bagi Masyarakat.

Sebagai acuan bagi masyarakat terutama wajib pajak untuk menyadari pentingnya membayar pajak reklame.

3. Bagi Pemerintah.

a. Sebagai bahan masukan bagi para pengambil keputusan untuk merumuskan kebijakan strategis untuk meningkatkan realisasi penerimaan Pajak Reklame Kabupaten Magelang.

b. Diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi Pemerintah Kabupaten Magelang, Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPPKAD) dan Badan Penanaman Modal dan Perizinan Terpadu (BPMPPPT) Kabupaten Magelang dalam menerapkan kebijakan dalam rangka meningkatkan realisasi penerimaan Pajak Reklame Kabupaten Magelang.

4. Bagi Pembaca.

Sebagai bahan informasi dan dapat dijadikan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya tentang peningkatan penerimaan Pajak Reklame Kabupaten Magelang.