

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

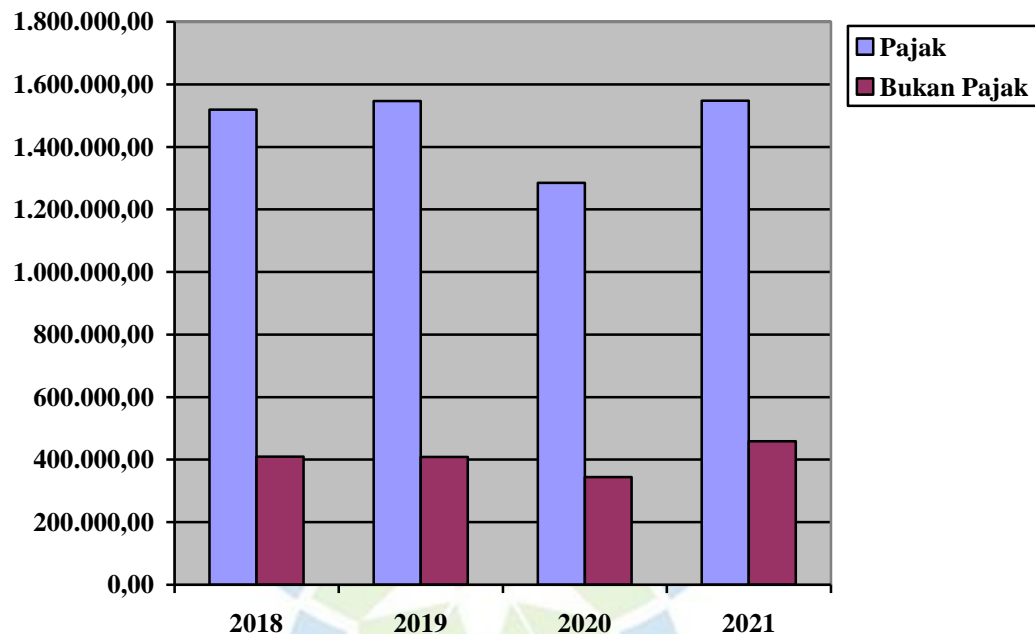
### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Pembiayaan pemerintahan dalam penyelenggaraan pemerintahan dan tugas negara senantiasa memerlukan sumber pelaksanaan atau pendapatan yang dapat diandalkan. Ada beberapa sumber pendapatan negara Indonesia yang penting untuk membiayai penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan, diantaranya adalah pajak, pendapatan dari sumber daya alam, dari investasi, piutang, pendapatan dari bisnis Negara dan hibah.

Salah satu sumber penerimaan terbesar di Indonesia berasal dari pajak yang mana asalnya dari dalam negeri, dana yang disumbangkan oleh pajak untuk keseluruhan penerimaan negara sekitar 70% yang mana bukan jumlah yang sedikit. Berdasarkan Undang Undang Nomor 7 Tahun 2021 pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk kepentingan Negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Pendapatan dari pajak dipergunakan untuk pembangunan infrastruktur, kesehatan, pertahanan keamanan, pendidikan dan sebagainya yang berhubungan dengan kegiatan negara dalam mewujudkan tujuan negara yang tergambar dalam Pembukaan Undang – Undang Dasar 1945

**Grafik 1. 1 Realisasi Pendapatan Negara Indonesia**



**Sumber:** Data Badan Pusat Statistik Indonesia 2022 (Diolah Peneliti, 2022)

Berdasarkan pada grafik 1.1 terlihat bahwa pendapatan negara di Indonesia dari tahun 2018 – 2021 di dominasi oleh pendapatan dari pajak, meskipun ada penurunan di tahun 2020 yang disebabkan oleh adanya pandemic COVID-19 namun pendapatan dari pajak lebih tinggi dari pada pendapatan bukan pajak. Ini menjadi bukti bahwa pajak merupakan pendapatan Negara Indonesia yang paling tinggi.

Peran masyarakat sebagai wajib pajak dalam membayar kewajibannya merupakan salah satu wujud rakyat sebagai elemen utama dari sebuah negara untuk bersama-sama berpartisipasi demi terlaksananya pembangunan nasional, karena pembangunan tersebut tidak hanya membutuhkan dana yang bernominal sedikit tetapi

membutuhkan dana yang bernilai besar. Maka dari itu diperlukannya kesadaran seluruh masyarakat untuk taat dalam pembayaran pajak.

Pada hakikatnya pajak berdasarkan lembaga pemungutnya dibagi menjadi dua golongan, yakni pajak pusat serta pajak daerah. *Pertama*, pajak pusat merupakan pajak yang sebagian besar dioperasikan oleh Direktorat Jendral Pusat, yakni Kementerian Keuangan pada Pemerintah Pusat dan digunakan sebagai pembiayaan rumah tangga Negara. Pajak pusat meliputi Pajak Penghasilan (PPh), Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) serta Bea Materai.

*Kedua*, Pajak Daerah yang dimaknai sebagai pajak yang dikelola oleh Pemerintah Daerah yang dibagi kedalam dua tingkat yaitu Pajak Daerah Tingkat I atau tingkat Provinsi yang mencakup Pajak Kendaraan Bermotor, Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor, Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor, Pajak Air Permukaan, Pajak Rokok. Kemudian Pajak Daerah Tingkat II yang dikelola pada tingkat Kabupaten/Kota yaitu Pajak Hotel, Pajak Restoran, Pajak Hiburan, Pajak Reklame, Pajak Penerangan Jalan, Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan, Pajak Parkir, Pajak Air Tanah, Pajak Sarang Burung Walet, Pajak Bumi dan Bangunan pedesaan dan perkotaan, Bea Perolehan Hak Atas Tanah dan/atau Bangunan, namun mulai pada tahun 2012 Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) yang semula dikelola oleh Pemerintah Pusat kemudian dikelola oleh Pemerintah Daerah.

Berdasarkan yang tertulis didalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah bahwa Pendapatan Daerah merupakan sumber pendanaan yang mana berguna bagi pembiayaan atas implementasi dari pemerintah daerah disebut sebagai pajak daerah, sehingga dapat dikatakan bahwa pajak daerah merupakan salah satu sumber pendapatan daerah yang legal untuk membiayai pendanaan atas pelaksanaan otonomi daerah sebagai pengaplikasian asas desentralisasi. Otonomi daerah merupakan kewenangan suatu daerah dalam melaksanakan kegiatan rumah tangga daerahnya sendiri yang menjadi perpanjangan tangan dari pemerintah pusat. Dengan demikian, pengelolaan pajak daerah adalah tanggung jawab dari daerah otonom yang menjadi sumber pendapatan utama daerah.

Kabupaten Bandung merupakan salah satu wilayah otonom yang turut melaksanakan kebijakan otonomi daerah. Sebagaimana yang tertuang dalam Perda Kabupaten Bandung Nomor 15 tahun 2018, merupakan Perda perubahan dari Perda Nomor 12 Tahun 2016 terkait pembentukan dan susunan perangkat daerah mengingat pasal 18 ayat (6) undang undang dasar Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) tahun 1945 ; “pemerintah daerah berwenang menetapkan peraturan daerah dan peraturan-peraturan lain untuk melaksanakan otonomi dan tugas pembantu”. Perubahan dalam pengaturan pemerintah daerah ini sebanding dengan perubahan kebijakan mengenai pajak dan retribusi daerah.

Sebagai upaya mengoptimalkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), Kabupaten Bandung membentuk Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) Kabupaten Bandung sebagai unsur pelaksana fungsi penunjang bidang keuangan serta tugas pembantu yang mengurus akan PAD yang berasal dari pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, serta lain-lain PAD yang sah. Adapun salah satu komponen PAD yang mempunyai kontribusi dan potensi terbesar di Kabupaten Bandung adalah pajak daerah. Pajak Daerah Tingkat II yang dikelola oleh BAPENDA Kabupaten Bandung adalah Pajak Restoran, Pajak Hiburan, Pajak Parkir, Pajak Air Bawah Tanah, Pajak Reklame, Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan dan Pajak Hotel.

Sebagai upaya mempermudah pemungutan pajak, BAPENDA Kabupaten Bandung membentuk unit pelaksanaan teknis daerah (UPTD) pelayanan pajak yang terbagi atas lima UPTD yaitu UPTD wilayah I Soreang, UPTD wilayah II Margahayu, UPTD wilayah III Baleendah, UPTD wilayah IV Majalaya dan UPTD wilayah V Cileunyi. Diantara kelima UPTD tersebut, UPTD wilayah IV Majalaya merupakan UPTD yang paling luas meliputi wilayah kecamatan Paseh, Ibum, Majalaya, Solokanjeruk dan Cikancung.

Dengan luasnya wilayah UPTD pelayanan pajak daerah wilayah IV Majalaya, maka memiliki potensi pajak yang tinggi pula. Salah satu pajak yang memiliki peluang pajak yang tinggi adalah pajak reklame. Hal tersebut dikarenakan wilayah IV Majalaya merupakan wilayah-wilayah dataran tinggi yang strategis dan dekat dengan

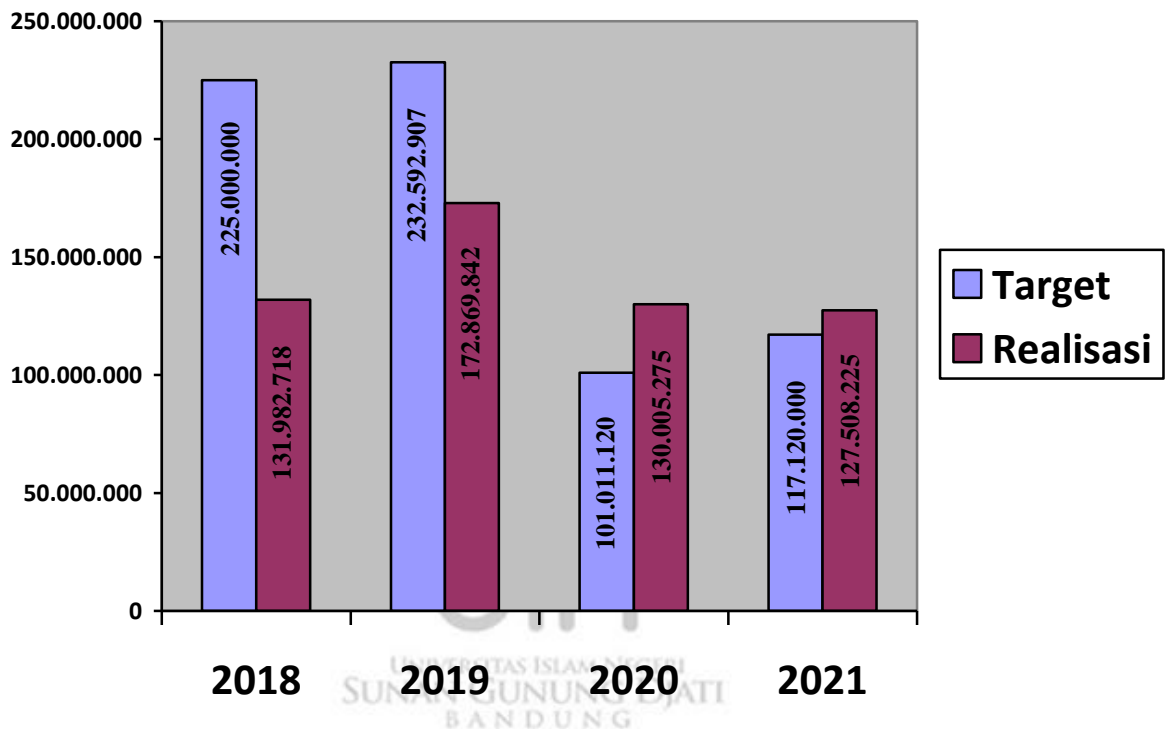
tempat wisata sehingga menjadi prospek pajak reklame yang baik untuk waktu yang akan datang. Banyaknya orang yang dari dan datang ke wilayah IV Majalaya memerlukan fasilitas-fasilitas untuk digunakan. Banyak reklame di sepanjang jalan yang dapat diperlihatkan kepada seluruh masyarakat, dan hal tersebut menguntungkan bagi semua pengusaha dalam mempromosikan dan memasarkan usaha mereka agar semakin dikenal oleh masyarakat.

Adanya reklame juga secara tidak sadar dapat memberikan dampak pajak dari sektor lain di daerah Majalaya, dikarenakan meningkatnya konsumsi masyarakat terhadap produk yang disuguhkan dalam reklame. Maka dari itu, meningkatnya dana dari pajak dapat memberikan dampak baik dan keuntungan terhadap dana pembangunan daerah itu sendiri. Dalam hal pemungutan pajak reklame di wilayah kerja UPTD IV Majalaya dilaksanakan oleh BAPENDA yang diatur dalam Peraturan tahun 2015, Nomor 2 pasal 21 ayat 1 terkait pengenaan pajak reklame pada nilai sewa reklame. Disebutkan bahwa reklame akan dilaksanakan oleh pihak ketiga, dengan nilai sewa sebagaimana dimaksud ayat 1 dengan berdasarkan nilai kontrak reklame dengan tarif pajak sebesar 25% sebagaimana yang tercantum pada pasal 22.

Banyak cara agar dapat mengetahui strategi dalam penagihan pajak reklame itu berjalan dengan baik, salah satunya bisa diverifikasi dengan dibandingkannya pendapatan dari pajak reklame dengan target capaian yang sudah ditentukan sebelumnya. Adapun realisasi penerimaan pajak reklame di UPTD Majalaya mengalami ketidakstabilan atau fluktuasi dari tahun ke tahun, dibuktikan dengan data

yang didapatkan dari UPTD pelayanan pajak daerah wilayah IV Majalaya, sebagai berikut:

**Grafik 1. 2 Realisasi Pajak Reklame UPTD Pajak Daerah Wilayah IV Majalaya  
Tahun 2018-2021**



**Sumber:** Data UPTD IV Majalaya tahun 2022 (Diolah Peneliti, 2022)

Berdasarkan data pada grafik 1.2 tersebut didapatkan bahwa target dan realisasi pajak reklame mengalami fluktuasi, yaitu pada tahun 2020-2021 realisasi pajak reklame UPTD Pelayanan Pajak Daerah wilayah IV Majalaya dikatakan meningkat atau terealisasi. Namun pada tahun 2018-2019 berbanding terbalik karena realisasi pajak reklame tidak memenuhi target yang telah ditentukan.

Faktor yang menjadi penyebab ketidakstabilan pajak reklame di UPTD wilayah IV Majalaya adalah karena masih adanya Wajib Pajak yang tidak membayarkan pajaknya tepat waktu serta masih terdapat reklame ilegal. Berikut merupakan data wajib pajak reklame dan wajib pajak yang menunggak pada Tahun 2019-2022 UPTD Pajak Daerah wilayah IV Majalaya, sebagai berikut:

**Tabel 1. 1 Data Wajib Pajak Reklame UPTD Pajak Daerah Wilayah IV Majalaya**

Tahun	Jumlah Wajib Pajak (WP)	Jumlah Wajib Pajak yang Menunggak	Realisasi Wajib Pajak
2019	113	10	103
2020	150	20	130
2021	138	6	132
2022	92	5	87

**Sumber:** BAPENDA Kab Bandung tahun 2022 (Diolah Peneliti, 2022)

Berdasarkan data di atas dapat terlihat pula dalam kurun waktu tiga tahun terakhir yakni tahun 2019-2021 realisasi wajib pajak yang membayar pajak reklame mengalami kenaikan dan kenaikan tertinggi terjadi pada 2020 dari 103 WP menjadi 130 WP. Kemudian mengalami penurunan realisasi WP yang sangat signifikan pada 2022 yaitu dari 132 WP yang membayar pajak menjadi 87 WP.

Penurunan realisasi wajib disebabkan banyak faktor dan salah satunya adalah masih ada reklame yang dipasang tidak mempertimbangkan K3 (keamanan, ketertiban dan kenyamanan) dan juga ada saja reklame yang dipasang secara ilegal. Banyaknya Reklame yang tidak memiliki izin itu, karena sang pemilik malas dalam mengurus perizinannya dan ingin lari dari kewajiban membayar pajak Reklame.



Sesuai dengan Peraturan Bupati (PerBup) Kabupaten Bandung No.22/2010 tentang Penetapan Nilai Jual Objek Pajak Reklame dan Nilai Strategis Pemasangan Reklame sebagai dasar perhitungan pajak Reklame, maka dasar perhitungan nilai jual pajak Reklame adalah sebesar 25% dikalikan dengan nilai sewa Reklame. Pelanggaran Reklame yang dilakukan itu bervariasi mulai dari masalah perizinan hingga pajak yang tidak dibayarkan.

Dengan demikian, meskipun terdapat potensi pajak dan jumlah wajib pajak yang tinggi, dalam realisasinya pelaksanaan kebijakan pajak reklame belum optimal. Hal tersebut jika tidak diatasi mampu menyebabkan akumulasi yang lebih besar terhadap resiko hilangnya sumber penerimaan dari potensi pajak reklame. Fenomena tersebut menuntut adanya strategi implementasi kebijakan yang efektif dalam optimalisasi penerimaan pajak reklame sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah..

Berdasarkan uraian, data, serta pemaparan permasalahan terkait penerimaan peningkatan pajak reklame UPTD pelayanan pajak daerah wilayah IV Majalaya, sehingga peneliti tertarik untuk meneliti dan mengambil judul **“Strategi Penerimaan Peningkatan Pajak Reklame Pada Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) Pelayanan Pajak Daerah Wilayah IV Majalaya “**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang yang disebutkan di atas, temuan masalah yang ada ialah sebagai berikut:

1. Tidak tercapainya realisasi pajak reklame pada tahun 2018 dan 2019.

2. Wajib pajak reklame enggan mengurus perizinan menyebabkan tingginya reklame ilegal
3. Menurunnya realisasi wajib pajak dalam pajak reklame pada tahun 2021.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana strategi pemerintah dalam meningkatkan penerimaan pajak reklame pada unit pelaksana teknis daerah IV Majalaya?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Maksud dari penulis membuat Penelitian ini adalah untuk memperoleh dan mengumpulkan data atau keterangan serta informasi mengenai Analisis Strategi Peningkatan Penerimaan Sektor Pajak Reklame, Dengan demikian maksud dan tujuan penulis dengan ini adalah untuk mengetahui Strategi Pemerintah Daerah dalam penerimaan pajak reklame pada Unit Pelaksanaan Teknis Daerah (UPTD) pelayanan pajak daerah wilayah IV Majalaya.

### **1.5 Manfaat Hasil Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mampu menyajikan utilitas guna perluasan suatu ilmu. Berdasarkan dengan tema yang dipilih peneliti, sehingga kemaslahatan dari penelitian ini dibagi menjadi 2 meliputi, manfaat teoritis dan manfaat praktis.

## 1. Teoritis

Banyak manfaat dari teori ini yang diharapkan dapat menjadi gambaran dari penelitian ini, salah satunya bisa mengembangkan Ilmu Administrasi Publik, terutama dalam kaitannya dengan bidang pajak daerah.

## 2. Praktis

### a. Peneliti

Penelitian ini dijadikan sebagai, prasyarat untuk memperoleh gelar sarjana, dan berguna untuk memperluas pengetahuan bagi peneliti, khususnya di bidang administrasi publik dan pajak sehingga peneliti dapat menerapkan pengetahuan yang diperoleh selama masa pembelajaran.

### b. Pemerintah Daerah

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat banyak untuk membantu sedikitnya memecahkan permasalahan dan sebagai bahan evaluasi dan penyempurnaan penerimaan yang dilaksanakan oleh Pemerintah, khususnya di UPTD pelayanan pajak daerah wilayah IV Majalaya.

### c. Masyarakat

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat untuk, menjadi sumber informasi terkait Strategi Penerimaan Peningkatan pajak reklame di UPTD pelayanan pajak daerah wilayah IV Majalaya, agar masyarakat dapat berpartisipasi secara aktif dalam membantu pemerintah untuk mengembangkan dalam pelaksanaannya.

d. Peneliti lain

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dan referensi untuk penelitian di bidang yang sama.

## 1.6 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan Undang Undang Nomor 7 Tahun 2021 pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk kepentingan Negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Peran masyarakat sebagai wajib pajak dalam membayar kewajibannya merupakan salah satu wujud rakyat sebagai elemen utama dari sebuah negara untuk bersama-sama berpartisipasi demi terlaksananya pembangunan nasional, karena pembangunan tersebut tidak hanya membutuhkan dana yang bernominal sedikit tetapi membutuhkan dana yang bernilai besar. Maka dari itu diperlukannya kesadaran seluruh masyarakat untuk taat dalam pembayaran pajak.

Ketetapan otonomi daerah mengharuskan setiap daerah untuk mengendalikan pemerintahan daerahnya sendiri terutama pada keuangan daerah agar tidak bergantung kepada pemerintah pusat, sehingga Pemerintah Indonesia menetapkan UU No. 23 Tahun 2014 bahwa setiap pemerintahan daerah diharuskan melaksanakan otonomi daerah. Dalam mengemban tujuan dari otonomi daerah maka pemerintahan daerah hendaklah mengetahui potensi yang dimiliki daerah, yang kemudian dapat

dikelola guna meningkatkan kas daerah untuk mencapai tujuan yaitu mempercepat pembangunan dan kesejahteraan masyarakat dan diharapkan dapat memberikan kemudahan serta kelancaran dalam penyelenggaraan pemerintah daerah (Kusriyandari 2018).

Ada beberapa masalah yang dihadapi oleh Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) Pelayanan Pajak Daerah Wilayah IV Majalaya dalam menangani penerimaan pajak reklame. Diantaranya kurangnya penertiban petugas yang bertugas terkait dengan pemasangan reklame dan peningkatan juga inovasi dalam pembayaran Reklame guna lebih meningkatkan pendapatan Pajak Reklame, kurangnya koordinasi antara pemerintah UPTD dengan Satpol PP terkait dalam pemungutan dan penertiban pajak reklame, tidak tercapainya realisasi ada tahun 2018 dan 2019 dan menurunnya wajib pajak pada tahun 2021.

Permasalahan tersebut dapat ditangani dengan lancar apabila pemerintah daerah mempunyai strategi yang baik untuk diimplementasikan. Menurut Buzzel dan Gale dalam (Siregar 2020) strategi adalah kebijakan dan keputusan utama, serta dapat berdampak signifikan terhadap berbagai aspek. Optimalnya penerimaan peningkatan pajak juga didorong oleh strategi yang baik.

Menurut Geoff Mulgan dalam (Muhammad Suwarono 2013:70) menyebutkan bahwa ada 4 komponen strategi pemerintah yang dapat dilakukan suatu organisasi, yang dimana pada organisasi untuk mengoptimalkan penerimaan pendapatan. Komponen tersebut diantaranya *Purposes* (Tujuan), *Environment* (Lingkungan), *Direction* (Pengarahan), *Action* (Tindakan),

Namun yang sesuai dengan kebutuhan dalam penelitian Strategi Penerimaan Peningkatan Pajak Reklame Pada Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) Pelayanan Pajak Daerah Wilayah IV Majalaya Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Bandung hanyalah dimensi *Purposes* (Tujuan), *Environment* (Lingkungan), *Direction* (Pengarahan), dan *Action* (Tindakan).

Dimensi pertama, *Purposes* (Tujuan) berhubungan dengan alasan untuk mencapai tujuan yang dituangkan kedalam mission atau misi adanya tujuan dapat mempersatukan sudut pandang seluruh anggota dan dapat menjadi identitas yang dikenali. Kedua, dimensi *Environment* (Lingkungan) yang berhubungan dengan situasi perubahan yang mempengaruhi suatu strategi karena lingkungan memiliki pengaruh terhadap keberhasilan suatu program. Ketiga, dimensi *Direction* (Pengarahan) hal ini terkait dengan menggerakkan staff sedemikian rupa hingga dapat melakukan pencapaian tujuan dengan indikatornya yaitu koordinasi (*coordination*) dan perintah (*command*). Terakhir yaitu Dimensi *Action* (Tindakan) yang berhubungan dengan hal-ha yang dilakukan dalam upaya meningkatkan strategi tujuan yang hendak dicapai.

Teori yang dikemukakan oleh Geoff Mulgan dalam (Muhammad Suwarono 2013:70) sesuai dengan kebutuhan penelitian terkait dengan Strategi Penerimaan Peningkatan Pajak Reklame Pada Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) Pelayanan Pajak Daerah Wilayah IV Majalaya dengan output atau hasilnya berupa optimalisasi penerimaan pajak di wilayah IV majalaya.

**Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran**

