

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Menurut Undang-Undang Nomor 32 tahun 2004 tujuan Otonomi Pemberian Daerah adalah untuk mempercepat terwujudnya kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan pelayanan, pemberdayaan dan peran serta masyarakat.

Otonomi Daerah merupakan pembangunan dengan pendekatan desentralisasi yang erat kaitannya dengan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Salah satu tujuan utama desentralisasi adalah menciptakan kemandirian daerah. Dalam perspektif ini, pemerintah provinsi diharapkan mampu menggali sumber-sumber keuangan lokal khususnya melalui Pendapatan Asli Daerah (Sidik dikutip dalam Diana Sari 2015).

Salah satu komponen utama dari desentralisasi di otonomi daerah adalah otonomi fiskal. Konsep dari desentralisasi fiskal telah menarik bagi banyak negara di dunia. Meningkatnya minat desentralisasi fiskal pertama disebabkan oleh keyakinan bahwa itu adalah cara yang efektif untuk meningkatkan belanja publik (Vazquez and McNab dikutip dalam Tjip Ismail, 2011).

Sumber pembiayaan yang paling penting adalah sumber pembiayaan yang dikenal dengan istilah PAD (Pendapatan Asli Daerah) di mana komponen utamanya adalah penerimaan yang berasal dari komponen pajak daerah dan retribusi daerah (Riduansyah, 2003).

Dengan berlakunya Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah dan Undang-Undang Nomor 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 menyelenggarakan otonomi daerah dalam kesatuan sistem penyelenggaraan pemerintahan Negara, bahwa pajak daerah dan retribusi daerah merupakan salah satu sumber pendapatan daerah yang penting guna membiayai pelaksanaan pemerintahan daerah. Dalam rangka meningkatkan pelayanan kepada masyarakat dan kemandirian daerah, perlu dilakukan perluasan objek pajak daerah dan retribusi daerah dan pemberian diskresi dalam penetapan tarif.

Adapun sumber-sumber Pendapatan Asli Daerah menurut Undang-Undang Nomor 32 tahun 2004, berasal dari :

1. Hasil pajak daerah
2. Hasil retribusi daerah
3. Hasil perusahaan daerah, dan
4. Lain-lain hasil usaha daerah yang sah

Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan utama bagi sebuah negara yang dibayarkan oleh masyarakat. Pajak juga sebagai iuran pemungutan yang dapat dipaksakan oleh pemerintah berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan serta sebagai perwujudan peran serta masyarakat atau wajib pajak untuk secara langsung dan bersama-sama melaksanakan kewajiban perpajakan yang diperlukan untuk pembiayaan negara dan pembangunan nasional (Rinawati, 2013).

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, Pajak Daerah digolongkan ke dalam dua kelompok, yaitu :

1. Jenis Pajak Provinsi :
  - a. Pajak Kendaraan Bermotor dan Kendaraan di Atas Air;
  - b. Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor dan Kendaraan di Atas Air;
  - c. Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor;
  - d. Pajak Pengambilan dan Pemanfaatan Air Bawah tanah dan Air Permukaan.
  - e. Pajak Rokok
  
2. Jenis Pajak Kabupaten/Kota :
  - a. Pajak Hotel
  - b. Pajak Restoran;
  - c. Pajak Reklame;
  - d. Pajak Hiburan;
  - e. Pajak Parkir;
  - f. Pajak Penerangan Jalan;
  - g. Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan
  - h. Pajak Air Tanah
  - i. Pajak Sarang Burung Walet
  - j. Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan
  - k. Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan

Dari semua jenis pajak Kabupaten/Kota, penulis tertarik untuk meneliti pajak reklame dan pajak hiburan di Kota Bandung. Objek pajak reklame dapat ditemui di sepanjang jalan di Kota Bandung. Kota Bandung sebagai kawasan yang sering dikunjungi oleh wisatawan, baik domestik maupun mancanegara karena objek-

objek wisatanya, memberikan peluang kepada perusahaan-perusahaan yang ingin memasarkan produknya melalui media reklame.

Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda, alat, perbuatan, 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, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum (Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009).

**Tabel 1.1**  
**Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame**  
**Kota Bandung Tahun 2013-2015**

<b>Tahun</b>	<b>Target (Rp)</b>	<b>Realisasi (Rp)</b>	<b>Persentase (%)</b>
2013	18.500.000.000	17.603.910.300	95,20
2014	24.000.000.000	23.693.479.085	98,51
2015	30.000.000.000	18.107.052.336	60,36

Sumber : Rencana Kerja (Renja) Disyajak Tahun 2013-2015

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat terlihat bahwa efektivitas dari realisasi pendapatan pajak reklame di Kota Bandung pada tahun terakhir sangat menurun dari target yang diharapkan. Hal ini disebabkan karena target yang ditetapkan pada tahun 2015 sangat menurun dari tahun sebelumnya dan masih banyaknya reklame yang ilegal. Maka realisasi pajak reklame di Kota Bandung pada tahun 2015 belum mencapai target yang diharapkan yakni hanya mencapai 60,36%.

Pajak reklame merupakan salah satu pajak daerah yang sangat potensial di masa mendatang, selain mulai tumbuhnya pusat-pusat perbelanjaan yang baru dan dibangunnya berbagai macam properti serta berbagai usaha lainnya diberbagai

sudut kota yang pada akhirnya membutuhkan media reklame agar dikenal luas oleh masyarakat, selain itu ada wacana kedepan untuk dikenakannya pajak reklame untuk objek pajak reklame untuk kepentingan pilkada yang selama ini dibebaskan dari pengenaan pajak reklame (Octavianto, 2009).

Penyelenggaraan reklame di kota Bandung saat ini sudah tidak sesuai dengan kondisi yang ada di lapangan. Anggota Komisi B DPRD Kota Bandung, Aan Andi Purnama mengatakan Pemerintah Kota Bandung harus segera merevisi Perda No. 4 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame, dengan adanya revisi tersebut ini bertujuan untuk menata lagi keberadaan titik-titik reklame di Kota Bandung dan kondisi tersebut sulit bagi Pemerintah Kota Bandung untuk menaikan target pendapatan di sektor reklame. Hal ini tidak lepas dari jumlah reklame yang ilegal lebih banyak dari yang legal. Dengan adanya penataan tersebut Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Bandung dari sektor pajak reklame dapat lebih ditingkatkan ([www.pikiran-rakyat.com](http://www.pikiran-rakyat.com), 2015).

**Tabel 1.2**  
**Penerimaan Pajak Reklame, Pajak Daerah, dan Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung**

<b>Tahun</b>	<b>Pajak Reklame (Rp)</b>	<b>Pajak Daerah (Rp)</b>	<b>Pendapatan Asli Daerah (Rp)</b>
2013	17.603.910.300	1.194.087.447.016	1.442.775.238.323
2014	23.693.479.085	1.399.598.856.917	1.716.057.298.378
2015	18.107.052.336	1.494.147.377.053	1.859.694.643.505

Sumber : Rencana Kerja (Renja) Disyajak Tahun 2013-2015

Berdasarkan tabel 1.2 diatas, presentase pajak reklame terhadap pajak daerah di tahun 2015 menurun, begitu pula kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah. Kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung masih kecil dibandingkan komponen PAD lainnya, bahkan presentasinya di tahun

terakhir menurun. Melihat potensi daerah Kota Bandung sebagai kawasan wisata seharusnya kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah juga meningkat. Presentase dari rata-rata kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah selama tiga tahun terakhir hanya 1,19%.

Selain pajak reklame, komponen pajak daerah lainnya yang menarik untuk diteliti adalah pajak hiburan. Menurut Undang-Undang No. 28 Tahun 2009 Pajak Hiburan adalah pajak atas penyelenggaraan hiburan. Hiburan adalah semua jenis tontonan, pertunjukan, permainan, dan atau keramaian yang dinikmati dengan dipungut bayaran dan dinikmati oleh umum.

Objek pajak hiburan adalah jasa penyelenggaraan hiburan dengan dipungut bayaran. Subjek pajak hiburan adalah orang pribadi atau badan yang menikmati hiburan. Wajib pajak hiburan adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan hiburan. Tarif minimum yang dikenakan untuk Pajak Hiburan adalah 5%. Dan untuk tarif tertinggi sebesar 35% (Darono, 2014).

Sektor pajak hiburan selama beberapa tahun terakhir menjadi andalan Kota Bandung dalam meraup Pendapatan Asli Daerah (PAD). Akan tetapi dalam realisasinya, sektor pajak itu juga dinilai rawan kebocoran. Tidak heran jika kemudian realisasi pajak yang berhasil dicapai, masih jauh dari potensi yang ada. Anggota DPRD Kota Bandung, Aan Andi Purnama, menekan Pemerintah Kota Bandung khususnya Dinas Pelayanan Pajak (Disyanjak) untuk lebih meningkatkan pengawasan. Pajak hiburan baru mendapatkan Rp 45 miliar per tahun. Potensi yang ada bisa lebih dari Rp 100 miliar. Untuk memaksimalkan potensi yang ada, banyak kendala ditemui. Dinas Pelayanan Pajak harus berupaya melakukan perbaikan-

perbaikan atas kekurangan yang ada. Salah satu kendala yang menjadi persoalan, yaitu penerimaan pajak yang tidak efektif. Menurut Peraturan Daerah, pajak hiburan sebesar 35 persen. Akan tetapi di lapangan, ditemukan adanya pembayaran pajak hanya 10 persen (<http://m.galamedianews.com>, 2016).

Menurut Cohen dalam Pitana dan Diarta (2009; 185), perkembangan pariwisata berdampak terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat, salah satu diantaranya adalah dampak pariwisata terhadap pendapatan pemerintah. Namun, dalam kenyataannya pendapatan pemerintah daerah Kota Bandung yang berasal dari penerimaan pajak hiburan relatif menurun pada tiga tahun terakhir ini.

**Tabel 1.3**  
**Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Hiburan**  
**Kota Bandung Tahun 2013-2015**

<b>Tahun</b>	<b>Target (Rp)</b>	<b>Realisasi (Rp)</b>	<b>Persentase (%)</b>
2013	35.500.000.000	37.767.188.531	106,4
2014	45.000.000.000	40.730.151.211	90,51
2015	60.000.000.000	50.449.101.884	84,08

Sumber : Rencana Kerja (Renja) Disyajak Tahun 2013-2015

Berdasarkan tabel 1.3 di atas, dapat terlihat bahwa efektivitas dari Pajak Hiburan di Kota Bandung pada tiga tahun terakhir rata-rata menurun. Hal ini bisa disebabkan karena target dari penerimaan pajak hiburan yang ditentukan pada setiap tahunnya tidak sesuai dengan realisasi penerimaan di tahun sebelumnya.



**Tabel 1.4**  
**Penerimaan Pajak Hiburan, Pajak Daerah, dan Pendapatan Asli Daerah**  
**Kota Bandung**

<b>Tahun</b>	<b>Pajak Hiburan (Rp)</b>	<b>Pajak Daerah (Rp)</b>	<b>Pendapatan Asli Daerah (Rp)</b>
2013	37.767.188.531	1.194.087.447.016	1.442.775.238.323
2014	40.730.151.211	1.399.598.856.917	1.716.057.298.378
2015	50.449.101.884	1.494.147.377.053	1.859.694.643.505

Sumber : Rencana Kerja (Renja) Disyajak Tahun 2013-2015

Berdasarkan tabel 1.4 di atas, penerimaan Pajak Hiburan di Kota Bandung cenderung menurun setiap tahunnya hanya di tahun 2015 yang terjadi peningkatan sebesar Rp 9.718.950.673 (Rp 50.449.101.884 – Rp 40.730.151.211). Persentase pajak hiburan terhadap pajak daerah cenderung menurun, bahkan persentase dari tahun 2013 ke tahun 2014 terlihat menurun sebesar 0,25% (2,91% - 3,16%). Kontribusi Pajak Hiburan terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung pada tiga tahun terakhir juga terlihat menurun, namun di tahun 2015 terlihat bahwa adanya kenaikan persentase dari kontribusi pajak hiburan terhadap PAD yang tidak begitu besar, kenaikannya hanya sebesar 0,34% (2,71% - 2,37%). Presentase dari rata-rata kontribusi pajak hiburan terhadap Pendapatan Asli Daerah selama tiga tahun terakhir hanya 2,57%.

Pengaruh pajak daerah dalam hal ini Pendapatan Asli Daerah (PAD) dengan pajak hiburan merupakan hubungan secara fungsional, karena PAD merupakan fungsi dari pajak hiburan. Dengan meningkatnya pajak hiburan akan menambah penerimaan pemerintah untuk pembangunan program-program pembangunan, selanjutnya akan mendorong peningkatan pelayanan pemerintah kepada masyarakat yang diharapkan akan dapat meningkatkan produktivitas masyarakat



yang akhirnya dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi kembali (Rame dan I.G.P Nata Wirawan, 2011).

Berdasarkan uraian di atas tersebut, maka penulis bermaksud untuk melakukan penelitian yang kemudian hasilnya akan dituangkan dalam bentuk skripsi yang berjudul :

**“EVALUASI KONTRIBUSI PAJAK REKLAME DAN PAJAK HIBURAN PADA PENDAPATAN ASLI DAERAH KOTA BANDUNG (Studi Kasus pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Bandung)”**.



## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang diatas, maka permasalahan yang dapat di identifikasi adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kontribusi Pajak Reklame di Kota Bandung.
2. Bagaimana kontribusi Pajak Hiburan di Kota Bandung.
3. Bagaimana kontribusi Pajak Reklame dan Pajak Hiburan pada Pendapatan Asli Daerah di Kota Bandung.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana kontribusi Pajak Reklame di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui bagaimana kontribusi Pajak Hiburan di Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui bagaimana kontribusi Pajak Reklame dan Pajak Hiburan pada Pendapatan Asli Daerah di Kota Bandung.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Penulis  
Dapat memperdalam pengetahuan penulis berkenaan dengan kontribusi Pajak Reklame dan Pajak Hiburan terhadap Pendapatan Asli Daerah

(PAD) di Kota Bandung. Dan sebagai salah satu syarat untuk mengikuti Sidang Sarjana Jurusan Akuntansi pada Fakultas Ekonomi Universitas Widyatama.

2. Bagi Instansi

Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah sedikit masukan yang sifatnya mengarah pada perbaikan, dan dapat dijadikan sebagai tambahan informasi bagi pihak-pihak yang terkait.

3. Bagi Masyarakat

Digunakan sebagai motivasi untuk memberikan kesadaran dalam melaksanakan kewajibannya dengan baik sesuai dengan peraturan yang berlaku.

### **1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Bandung yang berlokasi di Jalan Wastukencana No.2 Bandung. Waktu yang digunakan untuk melakukan penelitian ini dimulai pada bulan Agustus 2016 sampai dengan selesai.