**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang Penelitian**

Pajak Daerah merupakan pajak yang dipungut oleh Pemerintah Daerah dan digunakan untuk membiayai rumah tangga daerah. Seiring dengan ditetapkannya otonomi daerah, setiap daerah memiliki kewenangan untuk mengelola pajak daerahnya masing-masing. **Undang-Undang Nomor 55 Tahun 2016 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Pemungutan Pajak Daerah** mengatakan bahwa pajak daerah adalah 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 Daerah bagi sebesar-besar kemakmuran rakyat.

Berdasarkan **Undang-Undang Nomor 55 Tahun 2016 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Pemungutan Pajak Daerah**, jenis Pajak Kabupaten/Kota yang dipungut berdasarkan penetapan Kepala Daerah terdiri atas pajak reklame, pajak air tanah dan pajak PBB.Sedangkan Jenis Pajak Kabupaten/Kota yang dibayar sendiri berdasarkan penghitungan oleh Wajib Pajak terdiri atas pajak hotel, pajak restoran, pajak hiburan, pajak penerangan jalan, pajak mineral bukan logam dan batuan, parker, pajak sarang burung wallet dan BPHTB.

**Tabel 1.1.**

**Target dan Realisasi Pajak Daerah Tahun 2015-2018**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tahun | Target | Realisasi | % |
| 2015 | 1.598.000.000.000 | 1.972.547.682.504 | 123,44% |
| 2016 | 2.186.416.770.000 | 1.708.748.685.327 | 78.15% |
| 2017 | 2.400.097.139.060 | 2.183.314.066.558 | 90.97% |
| 2018 | 2.644.000.000.000 | 581.399.183.756 | 21.99% |

Sumber: Badan Pengelolaan Pendapatan Kota Bandung

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa realisasi dan penerimaan Pajak Daerah Kota Bandung mengalami naik turun. Pada tahun 2016 hingga 2018 tidak mencapai target yang sudah ditentukan. Hal ini mengindikasikan bahwa sumber penerimaan pajak Kota Bandung belum terserap secara penuh serta belum optimal pengelolaan penerimaan pendapatan daerah di Kota Bandung. Pendapatan Kota Bandung bertumpu pada sembilan sektor pajak untuk memenuhi aspek pembiayaan pembangun, sembilan sektor tersebut diantaranya: Pajak hotel, pajak parkir, PBB, pajak restoran, PBB, pajak restoran, BPHTB, pajak reklame, pajak hiburan, pajak penerangan jalan dan pajak air tanah.

Berdasarkan sembilan sektor pajak Kota Bandung, persentasi target pencapaian dapat dikatakan fluktuatif. Dikarenakan terdapat beberapa sumber pajak yang tidak memenuhi target yang telah disepakati. Salah satu sumber pajak yang paling kecil dan kurang dalam penyerapannya yaitu pajak reklame. Padahal, pajak reklame menjadi salah satu sumber pajak yang sangat berpotensi sangat baik di Kota Bandung.

**Peraturan Daerah Nomor 08 Tahun 2003 tentang Pajak Reklame**, mengatakan bahwa 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 dana tau didengar dari suatu tempat oleh umum, kecuali yang dilakukan oleh Pemerintah. Objek pajak reklame meliputi:

1. Reklame papan/billboard/vidotron/megatron
2. Reklame kain
3. Reklame melekat
4. Reklame selebaran
5. Reklame berjalan termasuk pada kendaraan
6. Reklame udara
7. Reklame suara
8. Reklame film
9. Reklame peragaan

Potensi pajak reklame Kota Bandung sangat besar, dikarenakan banyaknya investor-investor yang melakukan investasi di Kota Bandung dalam bentuk apapun baik itu fashion, kuliner dan lain-lainnya yang dimana pada saat ini merupakan era perdangan bebas. Reklame menjadi salah satu strategi para investor untuk menarik perhatian konsumen. Disinilah tugas Pemerintah Daerah Kota Bandung dalam mengatur seluruh kegiatan penyelenggaraan reklame dan menjadi salah satu sumber pajak yang sangat sangat berpotensi.

Namun, pada kenyataannya penerimaan pajak reklame di Kota Bandung masih belum optimal.. Ditambah sistem pemungutan pajak di Kota Bandung masih menggunakan sistem *Self Assesment*. Self Assesment System merupakan sistem yang memberikan kepercayaan kepada wajib pajak untuk menghitung, menetapkan dan melaporkan jumlah pajak yang terhutang. Sistem ini untuk menguji sejauh mana tingkat kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban pajaknya. Tidak menutup kemungkinan para wajib pajak bermain curang atau bahkan dengan mudahnya mereka memasang reklame secara illegal. Terlihat dari banyaknya reklame illegal yang terpasang di setiap wilayah Kota Bandung. Hal ini dapat merugikan Pemerintah Daerah Kota Bandung dan juga para pengusaha.

**Tabel 1.2**

**Potensi Pajak Reklame Kota Bandung**

**Tahun 2012-2016**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Tahun** | **Jumlah Wajib Pajak (WP)** | **SKPD (Surat Ketetapan Pajak Daerah)** | **SSPD (Surat Setoran Pajak Daerah)** |
| 2012 | 1235 | 6237 | 6126 |
| **Tahun** | **Jumlah Wajib Pajak****(WP)** | **SKPD (Surat Ketetapan Pajak Daerah)** | **SSPD ( Surat Setoran Pajak Daerah)** |
| 2014 | 1134 | 7381 | 7491 |
| 2015 | 1195 | 6528 | 5982 |
| 2016 | 1110 | 8998 | 8991 |

Sumber: Badan Pengelolaan Pendapatan Kota Bandung

Berdasarkan data diatas, bahwa potensi pajak reklame setiap tahunnya mengalami penurunan. Hal inilah yang dapat berpengaruh terhadap penyerapan pajak reklame di Kota Bandung. Ditambah adanya pembatasan peletakan reklame yang sudah diatur oleh Peraturan Walikota.

**Tabel 1.3**

**Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Kota Bandung**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Tahun** | **Target (Rp)** | **Realisasi (Rp)** | **Persentase %** |
| 2012 | 15.500.000.000 | 18.575.238.358 | 119,84% |
| 2013 | 18.500.000.000 | 17.603.910.300 | 95,15% |
| 2014 | 24.000.000.000 | 23.641.404.085 | 98,50% |
| 2015 | 18.000.000.000 | 18.107.052.336 | 100,59% |
| 2016 | 316.000.000.000 | 25.646.023.484 | 8,12% |
| 2017 | 240.548.569.530 | 12.860.399.954 | 5,35% |

Sumber: Badan Pengelolaan Pendapatan Kota Bandung

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa penerimaan pajak reklame masih belum berjalan dengan baik. Pada tahun 2016 hingga 2017 tidak mencapai target yang sudah ditentukan. Hal ini mengindikasikan bahwa sumber penerimaan pajak reklame di Kota Bandung belum terserap secara penuh serta belum optimal pengelolaan penerimaan pendapatan daerah di Kota Bandung.

Peneliti menduga hal ini terjadi karena di akibatkan oleh beberapa faktor. Pertama, kurangnya komunikasi yang dilakukan Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung terkait pajak reklame. Kedua, kurangnya sumber daya manusia yang mengelola pajak reklame. Ketiga, faktor wajib pajak yang kurang sadar akan membayar pajak menjadi persoalan di Kota Bandung, hal ini yang mengakibatkan tidak tercapainya target pendapatan Kota Bandung serta seringkali terjadi pelanggaran yang dilakukan oleh wajib pajak. Keempat, tidak adanya tindakan tegas kepada wajib pajak dan membiarkan reklame tidak berizin.

Setiap kota di Indonesia tentunya memerlukan dana yang besar dalam menyelenggarakan kegiatan Pemerintahan dan pembangunan daerah di berbagai sektor. Begitu juga dengan Kota Bandung yang memerlukan dana yang besar untuk menyelenggarakan hal tersebut. Dana tersebut salah satunya berasal dari penerimaan pajak yang bersumber dari Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang berasal dari 9 sumber pajak yang ada di Kota Bandung.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Implementasi Kebijakan Tentang Pajak Reklame di Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung”.**

* 1. **Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian maka penelitian ini difokuskan pada Implementasi Kebijakan Pajak Reklame di Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung.

* 1. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana Implementasi Kebijakan Pajak Reklame di Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung.

* 1. **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian dan rumusan masalah maka tujuan penelitian, adalah untuk mengetahui sejauh mana Implementasi Kebijakan Pajak Reklame di Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung.

* 1. **Kegunaan Penelitian**
1. Kegunaan Teoritis

Dengan mengetahui pelaksanaan Implementasi Kebijakan Pajak Reklame di Pemerintah Daerah Kota Bandung dapat dipelajari kelebihan dan kekurangannya sehingga dapat dimanfaatkan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam rangka mengembangkan teori dan konsep serta diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dalam disiplin ilmu administrasi, khususnya yang berkaitan dengan kebijakan publik.

1. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pengambil kebijakan di Instansi mengenai aspek-aspek yang berhubungan dengan kebijakan publik dalam hal ini berkaitan dengan pajak reklame.