

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagai Negara kesatuan, Indonesia menganut prinsip desentralisasi pemerintahan yang memberikan peluang dan keleluasaan kepada daerah untuk melaksanakan otonomi daerah (Samudra, 2015:32). Pada dasarnya, pengertian otonomi daerah dapat diartikan sebagai wilayah. Dalam Bahasa Yunani otonomi berawal dari kata Autos yang memiliki makna sendiri, Namos yang bermakna aturan atau hukum (Hakim, 2020). Menurut Philip Mahwood otonomi daerah adalah penyelenggaraan pemerintahan daerah dengan kewenangan tersendiri yang terpisah dari kewenangan pemerintah untuk mengalokasikan sumber daya material yang signifikan untuk berbagai tugas. Pemerintah memberikan kewenangan kepada daerah otonom untuk menata pekerjaan pemerintahan secara individu pada setiap masing-masing daerah sesuai dengan peraturan pemerintah Republik Indonesia (Smaudra, 2015:38). Wewenang ini menyarankan agar setiap daerah diharapkan dapat memperluas otonomi daerahnya sesuai dengan tujuan dari otonomi daerah tersebut (Agustina, 2018).

Dalam memperluas otonomi daerah, salah satunya dengan mengelola keuangan daerah. Berdasarkan Undang-undang No. 34 Tahun 2000 Pasal 157 Sumber penghasilan keuangan daerah mencakup Pendapatan Asli Daerah (PAD) Dana Transfer, serta Pendapatan Daerah lain yang Sah. Daerah otonom yang mempunyai PAD tinggi maka akan lebih fleksibel dan mandiri dalam menata pekerjaan

pemerintahan dan keperluan masyarakat sekitar sebagaimana undang-undang yang tertulis.

Sebagaimana dimaksud Undang-undang Nomor. 34 Tahun 2000 mengenai sumber keuangan daerah menyebutkan bahwasanya salah satu penerimaan PAD ialah Pajak Daerah. Menurut Prof. Dr. H. Rochmat Soemitro, Pajak adalah transfer harta milik masyarakat ke bendahara untuk membiayai produksi lanjutan dan surplusnya dipakai untuk tabungan negara, yang merupakan sumber utama pembiayaan investasi negara (Agoes, 2013:6).

Menurut pasal 4 Undang – Undang Nomor 1 tahun 2022 tentang Hubungan Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat (HKPD) pajak dibagi dua kategori: pajak pusat dan pajak daerah, pajak pusat ialah pajak yang dikenakan oleh pusat, contohnya: Pajak Kendaraan Bermotor (PKB), Bea Balik nama Kendaraan Bermotor, Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor, pajak Air Permukaan, Pajak Rokok dan Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan. Sebaliknya Pajak Daerah ialah pajak yang dikenakan oleh daerah, contohnya: Pajak Restoran, Pajak Hotel, Pajak Relame, Pajak Parkir, dan lain sebagainya.

Teori development from below menyatakan bahwasanya masyarakat lebih suka menyetor pajak pada pengelola daerah dibanding pada pengelola pusat, lantaran masyarakat bisa merasakan dan mengetahui langsung manfaat dari mengembangkan daerahnya (Anggoro, 2017:45). Menurut pernyataan tersebut, hal ini dapat dibuktikan dengan membayar pajak daerah masyarakat dapat merasakan manfaatnya secara langsung bagi pengembangan wilayah di Kota Semarang (Agustina, 2018). Pajak daerah yang dikenakan oleh pemerintah Kota Semarang

pada tahun 2022 bisa memberikan pengaruh yang signifikan pada PAD Kota Semarang, yaitu sebesar 101,03%. PAD Kota Semarang Tahun 2022 disajikan pada tabel seperti berikut:

Tabel 1. 1 Data Pendapatan Asli Daerah Kota Semarang Tahun 2022

No.	Jenis Penerimaan	Target	Realisasi	%
1	Pendapatan Asli Daerah	Rp 2,533,643,457,804	Rp2,537,403,150,446	100.15%
1.1	Pajak Daerah	Rp 1,937,950,180,076	Rp1,957,821,256,138	101.03%
1.2	Retribusi Daerah	Rp 110,704,628,900	Rp 100,960,604,391	91.20%
1.3	Hasil Pengelolaan Kekayaan Daerah yang Dipisahkan	Rp 66,717,312,156	Rp 66,717,372,156	100.00%
1.4	Lain-lain PAD yang Sah	Rp 418,271,336,672	Rp 411,903,917,761	98.48%

Sumber: Badan Pendapatan Daerah Kota Semarang, 2022

Partisipasi pajak daerah yang berada di atas target dikarenakan adanya potensi yang berada di Kota Semarang sebagaimana hotel/motel dan restoran yang penuh, tempat parkir ramai dan reklame sudah banyak. Saat ini untuk pajak hotel, restoran dan pajak rumah kos harganya sudah mengalami kenaikan (https://semarangkota.go.id/p/4146/bapenda_kota_semarang_sebut_realisasi_pajak_daerah_sudah_capai_82,67_persen). Selain itu, Kota Semarang merupakan daerah yang mempunyai kawasan industri cukup banyak yaitu 9 kawasan industri. Dengan berkembangnya potensi daerah yang ada di kota Semarang secara tidak langsung telah mengakibatkan jumlah wajib pajak dan pendapatan pajak daerah di Kota Semarang meningkat (Agustina, 2018). Diantara banyaknya pendapatan pajak daerah yang cukup berpengaruh di Kota Semarang salah satunya ialah Pajak Reklame, data penerimaan pajak reklame diuraikan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 1. 2 Data Pendapatan Pajak Reklame di Kota Semarang Sejak Tahun 2016 Hingga Tahun 2022

Tahun	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	%
2014	20,812,500,000	22,505,204,838	108%
2015	25,000,000,000	25,910,827,083	104%
2016	28,135,000,000	29,156,573,475	104%
2017	31,000,000,000	28,899,109,922	93%
2018	35,000,000,000	24,897,941,656	71%
2019	40,000,000,000	29,747,065,270	74%
2020	21,754,600,000	23,845,918,640	110%
2021	44,000,000,000	26,331,660,620	60%
2022	35,700,000,000	35,185,211,453	99%

Sumber: BAPENDA Kota Semarang 2023

Dalam tabel 1.2 dapat diketahui bahwa dalam sembilan tahun terakhir penerimaan pajak reklame di kota Semarang masih tergolong rendah, hal tersebut dibuktikan oleh realisasi penerimaan pajak reklame yang tidak didapati perkembangan yang cukup tinggi disetiap tahunnya (kecuali tahun 2022). Pajak reklame ialah pajak yang dikenakan kepada perseorangan ataupun badan hukum yang menggunakan reklame (Kurnia, 2010:41). Menurut Bharata (1988:210) reklame ialah suatu kegiatan yang tujuannya untuk menyampaikan informasi atau gagasan, benda atau jasa dan yang diperuntukkan menarik fokus orang pada gagasan, benda atau jasa yang bisa diketahui oleh umum.

Dengan banyaknya potensi daerah yang dimiliki Kota Semarang seperti tempat wisata, pusat industri, UMKM dan usaha besar maka dapat mengakibatkan jasa

pemasangan papan reklame untuk memajang atau mengiklankan barang dan jasa supaya bisa terkenal di kalangan penduduk Kota Semarang. Potensi pajak reklame yang semakin meningkat dapat dilihat dari banyaknya jumlah industri dan unit usaha yang semakin berkembang (Agustina, 2018). Menurut Pratama dan Supriatna (2020) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa dalam upaya meningkatkan realisasi penerimaan pajak reklame perlu untuk diketahui faktor apa saja yang dapat mengendalikan atau mendukung kenaikan nilai pajak reklame tersebut. Salah satu faktor tersebut ialah jumlah industri dan unit usaha.

Industri dan unit usaha yang di maksud adalah jumlah industri dan jumlah unit usaha termasuk usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah ataupun usaha besar yang berada di Kota Semarang. Perusahaan atau suatu unit usaha akan menggunakan papan reklame untuk memajang dan mengiklankan produk yang telah dihasilkan tersebut. Semakin bertambahnya jumlah unit usaha dan industri maka akan mengakibatkan pemasangan jasa reklame bertambah, sehingga penerimaan pajak daerah juga ikut meningkat (Agustina, 2018). Dalam hal pemasangan jasa reklame tersebut juga diperlukan peran masyarakat atau penduduk setempat.

Maulana (2020) dalam penelitiannya menyebutkan bahwasanya total penduduk mempunyai pengaruh positif dan signifikan pada pendapatan pajak reklame. Para pelaku usaha atau industri akan menggunakan pemasangan reklame di tempat yang jumlah penduduknya banyak supaya produk tersebut dapat dikenal secara luas oleh masyarakat. Selain itu total penduduk bisa mempercepat kegiatan produksi dan

konsumsi, kegiatan tersebut bisa meningkatkan media promosi dalam bentuk pemasangan jasa reklame.

Selain faktor industri dan jumlah penduduk, inflasi adalah salah satu faktor yang juga dapat berpengaruh pada pendapatan pajak reklame (Agustina, 2018). Inflasi ialah suatu proses menaiknya nilai benda serta jasa secara global serta terus berlangsung selama periode waktu tertentu (bi.go.id). Agustina (2018) dalam penelitiannya menyatakan bahwa inflasi secara parsial dapat berpengaruh pada pendapatan pajak reklame. Kemudian semakin rendah inflasi maka pengaruh terhadap pemasangan jasa reklame akan semakin tinggi, hal ini dikarenakan para pemilik usaha atau industri dapat memberikan jatah lebih banyak untuk pemasangan papan reklame.

Berlandaskan penelitian yang sudah di seebutkan tersebut bisa diambil kesimpulan bahwasanya pendapatan pajak reklame dapat diakibatkan oleh berbagai faktor, diantaranya jumlah industri dan unit usaha, jumlah penduduk dan inflasi. Namun hasil penelitian Pratama dan Supriatna (2020) menyatakan bahwa jumlah penduduk dan jumlah industri tidak ditemukan adanya pengaruh positif pada penetapan target penerimaan pajak reklame, hal ini bertentangan dengan hasil penelitian Agustina (2018) dan Maulana (2020) dimana dalam penelitian tersebut membuktikan bahwa total unit usaha, total penduduk, dan inflasi berpengaruh positif dan signifikan pada pendapatan pajak reklame.

Berlandaskan uraian tersebut, penulis berkeinginan untuk mengklarifikasi lebih dalam terkait pendapatan Pajak Reklame di Kota Semarang dengan judul **“Faktor-**

Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame Di Kota Semarang Pada Tahun 2014-2022”

1.2 Rumusan Masalah

Pajak reklame ialah pajak yang dikenakan kepada perseorangan ataupun badan hukum yang menggunakan reklame. Dalam sembilan tahun terakhir pendapatan pajak reklame di kota Semarang masih tergolong rendah, hal tersebut dibuktikan oleh realisasi penerimaan pajak reklame yang tidak didapati perkembangan yang cukup tinggi disetiap tahunnya (kecuali tahun 2022). Dalam upaya peningkatan realisasi pendapatan pajak reklame perlu dianalisis faktor-faktor yang disangka dapat ber pengaruh pada perolehan pajak reklame tersebut diantaranya jumlah industri dan unit usaha, jumlah penduduk, dan laju inflasi.

Berdasarkan latar belakang diatas, permasalahan yang terjadi pada pendapatan pajak reklame di kota semarang yaitu adanya ketidakstabilan realisasi pendapatan pajak reklame. Sehingga timbullah pertanyaan dari peneliti yaitu:

1. Apakah jumlah unit usaha berpengaruh pada pendapatan pajak reklame di kota Semarang?
2. Apakah jumlah penduduk berpengaruh pada pendapatan pajak reklame di kota Semarang?
3. Apakah laju Inflasi berpengaruh pada pendapatan pajak reklame di kota Semarang?

1.3 Tujuan dan Kegunaan penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin di capai dari penelitian ini yakni:

1. Untuk menguji pengaruh jumlah unit usaha pada penerimaan pajak reklame
2. Untuk menguji pengaruh jumlah penduduk pada penerimaan pajak reklame
3. Untuk menguji pengaruh laju inflasi pada penerimaan pajak reklame

1.3.2 Kegunaan Penelitian

1. Bagi penulis

Menambah ilmu dan wawasan di bidang perpajakan secara langsung terutama pada jenis pajak reklame.

2. Bagi pemerintah

Sebagai masukan untuk mengambil kebijakan skema dalam menaikkan penerimaan pajak reklame di Kota Semarang.

3. Bagi masyarakat

Menjadikan masukan kepada masyarakat untuk taat membayar pajak demi kepentingan bersama.

4. Bagi pembaca

Sebagai pengetahuan baru dan juga menambah referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika yang digunakan penulis sesuai dengan buku pedoman skripsi seperti berikut ini:

Bab I Pendahuluan

Isi dalam bab satu ialah latar belakang yang memuat permasalahan penelitian dan kenapa masalah itu perlu untuk diteliti, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

Bab II Metode Penelitian

Isi pada bab dua yaitu memuat landasan teori dan penelitian terdahulu yaitu berisi teori yang mendukung variabel-variabel penelitian dan perumusan hipotesis, kerangka pemikiran, serta hipotesis.

Bab III Metode Penelitian

Pada bab tiga terdapat pengertian Operasional Variabel yaitu mendeskripsikan variabel-variabel dalam penelitian sehingga tidak timbul perbedaan pengertian atau kesalah fahaman makna. Populasi dan Sampel, Jenis dan Sumber Data, Metode dan Pengumpulan, dan Metode Analisis.

Bab IV Hasil dan Pembahasan

Dalam bab lima terdapat Gambaran Objek Penelitian, Interpretasi Hasil, yaitu menjelaskan tentang interpretasi hasil analisis yang selaras dengan teknik analisis yang dipakai.

Bab V Penutup

Pada bab ini terdapat Kesimpulan, yaitu ringkasan hasil penelitian dan ditulis secara ringkas, jelas dan berurutan. Keterbatasan, pada penelitian ini yakni menguraikan kelemahan dan kekurangan yang didapati saat melakukan penelitian ini. Saran, yaitu merupakan rekomendasi dari hasil penelitian untuk pengembangan ilmu dan juga bagi peneliti selanjutnya yang berminat mengembangkan penelitian tersebut.