

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pajak mempunyai peranan penting dalam membiayai keperluan negara. Penerimaan pajak menjadi sumber pendapatan negara yang semakin hari semakin penting. Hal tersebut dikarenakan untuk membiayai keperluan negara sekaligus untuk pembangunan masing-masing daerah yang ada di Indonesia.

Ditinjau dari Lembaga Pemungutnya, pajak dikelompokkan menjadi dua, yaitu Pajak Pusat (Pajak Negara) dan Pajak Daerah. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, yang dimaksud dengan Pajak Daerah ialah 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.

Pajak Daerah terdiri dari beberapa jenis, salah satunya adalah Pajak Reklame. Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Dimana yang dimaksud dengan Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang bentuk bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang atau jasa, orang atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan atau dinikmati oleh umum.

Daerah Khusus Ibukota Jakarta merupakan salah satu provinsi yang saat ini sangat pesat seiring dengan menjamurnya tempat pendidikan, pusat perbelanjaan, perusahaan industri dan bisnis lokal yang tumbuh berkembang dengan berjalannya waktu yang pada akhirnya membutuhkan media reklame agar dapat dikenal luas oleh masyarakat.

Data dari Badan Pajak dan Retribusi Daerah (BPRD) menunjukkan bahwa realisasi penerimaan pajak reklame terbilang masih belum memenuhi target yang ditetapkan dikarenakan masih ada industri atau usaha-usaha kecil yang belum membayar pajak, tidak membayar pajak, tidak memiliki izin pemasangan reklame dan juga dikarenakan masa tayangnya sudah habis. Oleh karena itu akan dilakukan penertiban reklame.

Dalam tabel 1.1 terlihat bahwa penerimaan Pajak Reklame pada kurun waktu 2010 s/d 2016 selalu mengalami peningkatan.

Tabel 1.1
Penerimaan Pajak Reklame DKI Jakarta
Tahun 2006 s/d 2016

No.	Tahun	Penerimaan Pajak Reklame
1	2010	Rp260.925.909.264
2	2011	Rp269.356.199.490
3	2012	Rp485.331.347.102
4	2013	Rp655.616.296.872
5	2014	Rp881.481.751.042
6	2015	Rp748.114.384.508
7	2016	Rp952.741.236.659

Sumber: BPRD DKI Jakarta, data diolah

Objek pajak reklame akan tumbuh seiring dengan pertumbuhan perusahaan atau industri baik industri kecil, menengah maupun besar yang ada di Jakarta.

Pada ilmu marketing ada bauran pemasaran yang dipakai perusahaan atau industri yang bertujuan untuk memasarkan atau memperkenalkan produk maupun barang dan jasa. Salah satu bauran pemasaran itu adalah promosi yang diantaranya adalah iklan, reklame, dan promosi penjualan baik melalui media massa seperti koran, majalah maupun tabloid dan melalui media elektronik seperti radio, televisi maupun internet.

Berdasarkan pembahasan diatas, dapat diketahui peranan pajak reklame sebagai salah satu sumber penerimaan pajak daerah yang cukup menarik untuk dikaji lebih dalam karena perkembangannya akan selalu mengikuti pola kehidupan masyarakat. Perkembangan serta penerimaan/realisasi pajak reklame dapat dipengaruhi beberapa faktor-faktor antara lain jumlah penduduk, jumlah industri dan pertumbuhan PDRB (Dini Nurmayasari, 2010).

Kota Jakarta sebagai daerah yang heterogen penduduk, budaya, bahasa, dan beraneka ragam kegiatan serta ditambah dengan kesibukan-kesibukan yang mewarnai setiap saat, maka tepat sekali pemerintah melalui instansi terkait bekerjasama dengan swasta untuk mengadakan jenis dan tempat hiburan bagi warga yang membutuhkan.

Jumlah penduduk merupakan faktor pertama yang dapat membuat penyelenggara reklame berpikir untuk menggunakan sejumlah media reklame dan diukur dari jumlah penduduk yang ada. Misalnya jika memiliki jumlah penduduk yang banyak maka demi menginformasikan kepada penduduk tersebut dipergunakan media reklame yang lebih banyak disudut-sudut kota, sedangkan

jika penduduk sedikit maka tidak memerlukan media reklame yang cukup banyak untuk menginformasikan kepada penduduk tersebut (Dini Nurmayasari, 2010).

Faktor kedua adalah jumlah industri yang mana merupakan faktor yang mempengaruhi pajak reklame dikarenakan perusahaan/industri dalam memperkenalkan produknya ke masyarakat akan menggunakan jasa reklame. Semakin banyaknya variasi barang dan jasa yang tersedia akan membuat reklame semakin banyak. Perubahan permintaan jumlah reklame inilah yang akhirnya mempengaruhi penerimaan pajak reklame (Setia Neo Liberty, 2013).

Salah satu faktor penting lainnya untuk mengetahui kondisi ekonomi di suatu wilayah tertentu dalam suatu periode tertentu dapat ditunjukkan oleh data Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) daerah tersebut. Apabila nilai PDRB mengalami peningkatan maka akan membawa pengaruh positif pada kenaikan penerimaan daerah. Semakin tinggi pendapatan seseorang maka akan semakin tinggi pula kemampuan seseorang untuk membayar berbagai pungutan yang ditetapkan pemerintah, sehingga semakin tinggi pula kemampuan masyarakat daerah tersebut untuk membayar Pajak Daerah pada umumnya dan Pajak Reklame pada khususnya (Rizki, 2006). Maka prospek pajak reklame di Provinsi DKI Jakarta cukup potensial untuk waktu yang akan datang.

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Jumlah Penduduk, Jumlah Industri dan Pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Terhadap Penerimaan Pajak Reklame”** (Studi Kasus Pada Badan Pajak dan Retribusi Daerah (BPRD) DKI Jakarta).

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, dapat dirumuskan pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah Jumlah Penduduk berpengaruh terhadap Penerimaan Pajak Reklame?
2. Apakah Jumlah Industri berpengaruh terhadap Penerimaan Pajak Reklame?
3. Apakah Pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto berpengaruh terhadap Penerimaan Pajak Reklame?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh Jumlah Penduduk terhadap Penerimaan Pajak Reklame;
- b. Untuk mengetahui pengaruh Jumlah Industri terhadap Penerimaan Pajak Reklame;
- c. Untuk mengetahui pengaruh Pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto terhadap penerimaan Pajak Reklame.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat yang berguna untuk berbagai pihak.

1.3.2.1 Kegunaan Teoritis

Dari penelitian ini, diharapkan dapat menambah wawasan bagi para akademis yang memperdalam ilmu pengetahuan, khususnya mengenai pajak daerah. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan gambaran dan sumbangan pemikiran bagi masyarakat luas dan dapat digunakan sebagai referensi dan masukan-masukan maupun pedoman bagi pihak yang akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh-pengaruh dari berbagai faktor terhadap Penerimaan Pajak Reklame dan juga untuk menambah daftar pustaka yang telah ada.

1.3.2.2 Kegunaan Praktis

1.3.2.2.1 Bagi Badan Pajak dan Retribusi Daerah (BPRD) DKI Jakarta

Memberikan informasi dan referensi untuk menyusun kebijakan perpajakan yang tepat untuk meningkatkan penerimaan Pajak Daerah.

1.3.2.2.2 Bagi Peneliti

Dapat mengetahui pengaruh dari Jumlah Penduduk, Jumlah Industri dan Pertumbuhan PDRB terhadap Penerimaan Pajak Reklame.

1.3.2.2.3 Bagi Pembaca

Diharapkan hasil penelitian dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan serta menjadi referensi dan bahan masukan dalam penelitian sejenis yang akan dilakukan pada masa yang akan datang.