

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dalam menyelenggarakan otonomi daerah yang luas, nyata dan bertanggung jawab diperlukan kewenangan dan kemampuan menggali sumber keuangan sendiri, yang didukung oleh perimbangan keuangan antara pusat dan daerah. Adanya otonomi daerah berarti daerah mempunyai hak, wewenang dan kewajiban untuk mengatur rumah tangganya sendiri sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pelaksanaan otonomi daerah membuat daerah harus mampu mengatur keuangan daerahnya sendiri. Kekuasaan yang diberikan tersebut bukan diartikan sebagai kebebasan mutlak bagi daerah, sebab tujuan pemberian otonomi luas, nyata dan bertanggung jawab menuntut pentingnya pemberdayaan masyarakat dan kemandirian daerah agar mampu berkembang serta kewajiban memikul tanggung jawab yang diberikan guna peningkatan pelayanan dan kesejahteraan masyarakat serta memelihara keserasian hubungan antara pusat dan daerah dengan daerah lainnya. Kewenangan keuangan yang melekat pada setiap kewenangan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah. Dalam menjamin terselenggaranya otonomi daerah yang semakin mantap, maka diperlukan usaha-usaha untuk meningkatkan kemampuan keuangan sendiri yakni dengan upaya peningkatan penerimaan Pendapatan Asli Daerah (selanjutnya digunakan istilah PAD), baik dengan meningkatkan penerimaan sumber PAD yang sudah ada maupun dengan penggalan

sumber PAD yang baru sesuai dengan ketentuan yang ada serta memperhatikan kondisi dan potensi ekonomi masyarakat.

Pajak reklame adalah bagian dari pajak daerah yang merupakan sumber PAD selain retribusi daerah, perusahaan daerah atau pengelolaan kekayaan daerah lainnya. PAD merupakan salah satu sumber penerimaan keuangan negara disamping penerimaan lainnya berupa dana perimbangan, pinjaman daerah dan lain-lain penerimaan yang sah, juga sisa anggaran tahun sebelumnya dapat ditambahkan sebagai sumber pendanaan penyelenggaraan pemerintahan di daerah. Keseluruhan penerimaan tersebut tercermin dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (Selanjutnya digunakan istilah APBD).

Pajak Reklame memberikan kontribusi pada pendapatan pajak daerah. Pajak Reklame Kota Bogor ditemukan pada tahun 2005 dengan target Rp 3,175 milyar mencapai angka realisasi Rp. 3,470 milyar, berarti sekitar 109, 3%. Pada tahun berikutnya 2006, mengalami penurunan dari target yang ditetapkan sebesar Rp. 5, 050 milyar, hanya terealisasi Rp. 4, 699 milyar atau sama dengan 93%.

Ditemukannya papan reklame dan *billboard* yang dirobohkan di kota Bogor karena kadaluarsa atau habis masa ijinnya menimbulkan suatu permasalahan tersendiri, karena jika papan reklame yang telah kadaluarsa dipertahankan maka akan mengurangi PAD kota Bogor. Puluhan papan reklame dan *Billboard* yang terpampang di sejumlah ruas jalan di Kota Bogor diturunkan oleh petugas gabungan Pemerintah Kota Bogor, Kamis (28/2) siang. Aksi penertiban reklame dan *Billboard* yang dipimpin Kepala Seksi Pengendalian pada Dinas Pendapatan Daerah (Dispenda) tersebut dilakukan karena telah kadaluarsa atau habis masa izinnya. Dalam penertiban tersebut petugas yang diterjunkan melakukan penyisiran mulai dari Tugu Patung Narkoba, menuju Jalan Pajajaran,

Baranangsiang depan Bale Binarum dan berakhir di Jalan Merdeka. Ada 31 reklame dan *Billboard* kedaluarsa yang berhasil kami turunkan. Januari hingga sekarang sudah tiga kali dilakukan penertiban terhadap reklame- reklame liar. Sebelumnya, telah menurunkan puluhan reklame. Kami akan terus menertibkan papan reklame dan *Bilboard* yang ada di wilayah Kota Bogor. Karena kalau terus dibiarkan jelas akan sangat mengurangi pemasukan Pendapatan Anggaran Daerah (PAD) Kota Bogor. Penertiban reklame ini melibatkan 40 petugas gabungan antara lain, dari Dinas Lalu-Lintas Angkutan Jalan (DLLAJ), Satuan Polisi Pamong Praja (Sat Pol-PP), Dinas Tata Kota dan Pertamanan (DTKP) <sup>1</sup>

Puluhan reklame yang tidak memiliki izin dan belum diperpanjang masa ijinnya di robohkan petugas gabungan Pemerintah Kota (Pemkot) Bogor, Kamis (2/8) siang. Penertiban puluhan reklame yang melibatkan sekitar 20 petugas tersebut dipimpin Kepala Seksi Pengendalian pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor An An Andri Hikmat dengan sasaran sepanjang jalur Jalan Pajajaran Bogor mulai dari Warung Jambu sampai ke Gedung Bale Binarum. Petugas gabungan yang diterjunkan selain dari Dispenda, juga melibatkan Satpol PP, Dinas Bina Marga dan Pengairan, Dinas Lalu-Lintas dan Angkutan Jalan (DLLAJ), dan Dinas Tata Kota dan Pertamanan,

Penertiban reklame tersebut dilakukan dengan cara digergaji tiangnya yang langsung ditarik dengan menggunakan kendaraan truk yang telah dilengkapi alat penarik sehingga memudahkan petugas untuk mengangkutnya. Dari sejumlah reklame diantaranya tidak memiliki ijin, dan belum diperpanjang masa ijinnya. Menurut An An, reklame yang diturunkan berjumlah 27 buah dengan berbagai jenis ukuran. Jelas ini

---

<sup>1</sup> Puluhan Papan Reklame Liar Diturunkan, [www.kotabogor.go.id](http://www.kotabogor.go.id), 29 Februari 2008, diunduh 14 Maret 2008.

merupakan potensi PAD (Pendapatan Asli Daerah) dari sektor pajak reklame. Makanya, kalau pemilik reklame tersebut patuh akan kewajiban membayar pajaknya bisa terkumpul kurang lebih sekitar Rp 75 juta, ungkapnya. Lebih lanjut An An mengatakan, sebelum petugas bertindak merobohkan reklame-reklame tersebut pihaknya telah melakukan peneguran kepada pemiliknya. “Kita telah memberitahukan kepada pemiliknya untuk segera mengurus dan memperpanjang ijinnya, “ kata An An.

Dijelaskan, surat pemberitahuan pertama diberi jangka waktu sebulan sebelum keluar surat teguran kedua. Selanjutnya keluar surat teguran ketiga dengan jangka waktu dua minggu. Sampai akhirnya keluar perintah pembongkaran. Sebetulnya, kami masih memberikan toleransi dengan batas waktu seminggu kepada pemiliknya untuk segera mengurus ijinnya. Tapi, mereka tetap membandel sehingga terpaksa kami melakukan tindakan tegas dengan menurunkan reklame-reklame tersebut, “ ungkap An An. An An mengatakan, penertiban reklame yang tidak dibayar pajaknya ini bukan yang pertama kalinya, karena sebelumnya pihaknya juga telah melakukan tindakan serupa. “Dengan gencarnya penertiban hingga bulan ini dari sektor pajak reklame mengalami peningkatan sekitar 3 %, “ jelasnya.<sup>2</sup>

Tindakan perobohan papan reklame yang dilakukan oleh petugas gabungan Pemerintah Kota Bogor, menandakan adanya suatu permasalahan yang harus diteliti oleh peneliti. Setelah dilakukan pemeriksaan oleh aparat setempat akhirnya dilakukan penggantian papan reklame tersebut. Hal ini yang nantinya akan menjadi permasalahan yang digambarkan dalam penelitian ini.

---

<sup>2</sup> *Ibid.*

Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Pengenaan pajak reklame tidak mutlak ada pada seluruh daerah kabupaten atau kota yang ada di Indonesia. Hal ini berkaitan dengan kewenangan yang diberikan kepada pemerintah kabupaten/ kota. Untuk dapat dipungut pada suatu daerah kabupaten atau kota, pemerintah daerah harus terlebih dahulu menerbitkan peraturan daerah tentang pajak reklame yang akan menjadi landasan hukum operasional dalam teknis pelaksanaan pengenaan dan pemungutan pajak reklame di daerah kabupaten atau kota yang bersangkutan.<sup>3</sup>

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah dan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan daerah menetapkan bahwa penerimaan daerah dalam pelaksanaan desentralisasi terdiri atas pendapatan daerah dan pembiayaan pendapatan daerah bersumber dari tiga kelompok sebagaimana dibawah ini:

- 1) Pendapatan Asli Daerah (PAD), yaitu pendapatan daerah dan dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan, meliputi:
  - a) Pajak daerah
  - b) Retribusi daerah, termasuk hasil dari pelayanan badan layanan umum (BLU) daerah;
  - c) Hasil pengelolaan kekayaan, antara lain bagian laba dari BUMD, hasil kerja sama dengan pihak ketiga; dan
  - d) Lain-lain PAD yang sah.

---

<sup>3</sup> MARIHOT SIAHAAN, *Pajak Daerah Retribusi Daerah*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2004), hal 30.

- 2) Dana perimbangan yaitu dana yang bersumber dari pendapatan APBN yang dialokasikan kepada daerah untuk mendanai kebutuhan daerah dalam rangka pelaksanaan desentralisasi.
- 3) Lain-lain pendapatan yang sah. Sumber daerah yang ketiga yaitu pembiayaan yang bersumber dari:
  - a) Sisa lebih perhitungan anggaran daerah;
  - b) Penerimaan pinjaman daerah;
  - c) Dana cadangan daerah; dan
  - d) Hasil penjualan kekayaan daerah yang dipisahkan.<sup>4</sup>

**Tabel I.1**  
**JENIS PAJAK REKLAME KOTA BOGOR TAHUN 2007**

No	Jenis Pajak Reklame
1	Luar Sarana dan Prasarana
2	Dalam Sarana dan Prasarana
3	Reklame Kain
4	Reklame Selebaran/ Brosur

Sumber : Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor, 2007

Sesuai dengan Uraian di atas, disebutkan pula dalam Peraturan Daerah Kota Bogor Nomor 4 Tahun 2005 tentang penyelenggaraan reklame, jenis pajak reklame yang ada di

---

<sup>4</sup> Republik Indonesia, Undang-undang No.32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah dan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintahan Pusat dan Daerah

Kota Bogor, yaitu : (a) reklame bando; (b) reklame megatron; (c) reklame papan (*billboard*); (c) reklame baliho; (d) reklame umbul-umbul/banner/spanduk; (e) reklame poster atau tempelan/stiker; (f) reklame selebaran atau brosur; (g) reklame berjalan; (h) reklame udara; (i) reklame suara; (j) reklame film atau slide; (k) reklame peragaan; (l) reklame rombongan.

**Tabel I.2**  
**RENCANA DAN REALISASI PENERIMAAN PAJAK REKLAME**  
**DI KOTA BOGOR 2003-2006**

<b>Tahun</b>	<b>Rencana</b>	<b>Realisasi</b>
2003	1.731.156.000	1.631.382.460
2004	3.175.000.000	3.470.137.220
2005	5.050.000.000	4.699.504.624
2006	5.655.000.000	5.571.031.824

\*Dalam nilai rupiah

Sumber : Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor. 2007

Dari tabel di atas tahun 2003 rencana atau target pajak reklame Rp. 1,731 milyar terealisasi Rp.1.631 milyar. Tahun 2004 mengalami peningkatan, dari target yang direncanakan Rp 3,175 milyar, terealisasi Rp 3, 470 milyar. Kembali mengalami penurunan di tahun 2005 dan 2006 dari target, terealisasi kurang dari 100%. Hal ini terlihat pendapatan pajak reklame Kota Bogor cenderung tidak stabil. Bahkan mengalami penurunan.

## **B. Pokok Permasalahan**

Dari uraian di atas dengan dari tahun 2003 sampai dengan tahun 2006, target yang telah direncanakan oleh Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor, tidak selalu terealisasi, melainkan cenderung mengalami penurunan. Beberapa artikel yang memperkuat tentang

pemeriksaan yang dilakukan oleh aparat dinas pendapatan daerah Kota Bogor ditemukan para wajib pajak reklame yang “nakal” tidak membayar pajaknya, sehingga banyak ditemui pencabutan papan reklame di Kota Bogor, untuk menghindari kerugian lebih lanjut. Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka pertanyaan yang akan diajukan pada penelitian ini, adalah:

- 1) Apakah pemeriksaan pajak reklame yang dilakukan oleh Dispenda Kota Bogor sudah sesuai dengan standar pemeriksaan yang harus dilakukan?
- 2) Bagaimana implikasi dari penerapan pemeriksaan Pajak Reklame?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk menjelaskan pemeriksaan pajak reklame yang dilakukan Dispenda Kota Bogor sudah sesuai dengan standar pemeriksaan yang seharusnya dilakukan atau tidak..
2. Untuk mengetahui sejauh implikasi dari penerapan pemeriksaan Pajak Reklame dalam memenuhi target realisasi pajak reklame khususnya Kota Bogor yang dilakukan oleh Dispenda Kota Bogor..

### **D. Signifikansi Penelitian**

1. Signifikansi Akademis

Memberikan gambaran dalam bidang perpajakan tentang pelaksanaan pemeriksaan pajak reklame terhadap pendapatan pajak daerah di Kota Bogor.

## 2. Signifikansi Praktis

- a. Manfaat bagi Pemerintah, khususnya Dinas Pendapatan Daerah Bogor dapat mengoptimalkan peningkatan pajak reklame dan membuat kebijakan tentang pemeriksaan sehingga dapat meningkatkan efektivitas pemerintah dalam mengoptimalkan penerimaan daerah.
- b. Manfaat bagi pihak pembaca dapat menjadi referensi apabila ingin mengetahui penerimaan pajak reklame berhubungan dengan pemeriksaan pajak reklame

### **E. Sistematika Penulisan**

Skripsi ini terdiri dari lima (5) bab, yang masing-masing bab saling menunjang, sehingga secara keseluruhan skripsi ini diharapkan mampu membahas secara tuntas permasalahan yang ada. Adapun sistematika skripsi ini adalah sebagai berikut:

#### **BAB I           PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan tentang latar belakang, pokok permasalahan yang menjadi penelitian, tujuan penelitian, signifikansi penelitian baik bagi kalangan akademis maupun praktisi, serta sistematika penulisan penelitian.

#### **BAB II          KERANGKA PEMIKIRAN DAN METODE PENELITIAN**

Bab ini merupakan penguraian mengenai dasar-dasar teoritis mengenai permasalahan penelitian yang dibahas dalam skripsi ini, kebijakan serta

bentuk instrumen fiskal, pajak daerah. Bab ini juga akan membahas metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini.

### BAB III PENYELENGGARAAN REKLAME DAN KETENTUAN PEMERIKSAAN PAJAK REKLAME

Bab ini akan menjelaskan mengenai gambaran daerah penelitian, dalam hal ini adalah Kota Bogor secara umum dan Dispenda Kota Bogor secara khusus beserta struktur pengorganisasian Dispenda Kota Bogor. Selain itu, akan dibahas pula mekanisme penyelenggaraan pemeriksaan pajak reklame di Kota Bogor.

### BAB IV PEMERIKSAAN PAJAK REKLAME GUNA MENINGKATKAN PENDAPATAN PAJAK REKLAME

Bab ini menguraikan pembahasan mengenai dampak serta kendala dalam pemenuhan peningkatan target pemasukan pajak reklame dan kebijakan apa yang dapat diambil oleh pemerintah yang didapat melalui informasi wawancara dengan pihak Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor. Selain itu penulis menganalisa data mengenai rencana dan realisasi pendapatan daerah dan pajak reklame untuk mengetahui perkembangan pajak reklame dari tahun ke tahun serta menganalisa pemeriksaan pajak reklame dalam hubungannya dengan peningkatan penerimaan pajak daerah.

## BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Bab ini menguraikan kesimpulan dari analisis pada bab-bab sebelumnya serta saran sebagai masukan atas upaya pemecahan permasalahan yang ada.

