

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam pelaksanaan pembangunan nasional, baik pemerintah pusat maupun daerah membutuhkan pembiayaan. Dalam upaya untuk membiayai pembangunan antara lain dapat ditempuh suatu kebijaksanaan yang mewajibkan setiap orang untuk membayar pajak sesuai dengan kewajibannya. Salah satu sumber dana bagi pelaksanaan pembangunan dan pelayanan kepada masyarakat di daerah adalah Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Pendapatan Asli Daerah ialah pendapatan daerah yang bersumber dari potensi penerimaan yang digali dari daerah yang bersangkutan. Komponen Pendapatan Asli Daerah terdiri dari Pajak Daerah, Retribusi Daerah, Laba Usaha Daerah dan Lain-lain Pendapatan Asli Daerah. Untuk memenuhi kebutuhan Pemerintah Daerah dalam rangka penyelenggaraan pemerintahan di daerah dan pembangunan di daerah, maka pemerintah daerah akan berusaha semaksimal mungkin untuk meningkatkan pendapatannya khususnya melalui optimalisasi penerimaan Pendapatan Asli Daerah.

Berdasarkan Undang-undang Nomor 34 Tahun 2000 tentang perubahan Undang-undang Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, telah ditetapkan pengelompokan dan pembagian kewenangan pemungutan pajak daerah dengan membagi kewenangan pemungutan menjadi

jenis pajak yang dipungut oleh Pemerintahan Provinsi dan Pemerintahan Kabupaten/Kota.

Jenis Pajak Provinsi terdiri dari Pajak Kendaraan Bermotor dan Pajak Kendaraan diatas air, Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor dan Bea Balik Nama Kendaraan diatas air, Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor, dan Pajak Pemanfaatan Air Bawah Tanah dan Air Permukaan. Sedangkan jenis Pajak Kabupaten / Kota terdiri dari : Pajak Hotel, Pajak Restoran, Pajak Hiburan, Pajak Reklame, Pajak Penerangan Jalan, Pajak Pengambilan dan Pengolahan Bahan Galian C dan Pajak Parkir.

Dengan adanya otonomi daerah serta wewenang yang lebih luas, nyata dan bertanggungjawab serta dalam rangka kekhususan Pemerintah Daerah Provinsi DKI Jakarta sebagai Ibu Kota Negara, maka seluruh penerimaan di Provinsi DKI Jakarta yang bersumber dari Pajak Daerah menjadi kewenangan daerah Provinsi dan tidak mengenal pembagian kewenangan kepada Daerah Kabupaten/Kota. Oleh karena itu dalam rangka pelaksanaan penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan di Provinsi DKI Jakarta harus dapat menekankan kepada prinsip-prinsip demokrasi, peran serta masyarakat, pemerataan dan keadilan, akuntabilitas serta memperhatikan potensi keanekaragaman yang ada di wilayah DKI Jakarta.

Pajak Reklame merupakan salah satu jenis pajak daerah yang merupakan kewenangan pemerintahan Kabupaten/Kota yang penerimaannya cukup potensial. Berdasarkan data yang bersumber dari Dinas Pendapatan Daerah Provinsi DKI Jakarta penerimaan Pajak reklame tahun 2007 sebesar Rp.257.921.669.811 atau memberikan kontribusi sebesar 3,64% dari total penerimaan Pajak Daerah.

Sekilas tampak kontribusi penerimaan Pajak Reklame relatif kecil, hal ini disebabkan karena totalitas penerimaan Pajak Daerah di Provinsi DKI Jakarta mencakup seluruh jenis Pajak Daerah dimana realisasi penerimaan Pajak Kendaraan Bermotor dan Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor memberikan kontribusi terbesar yaitu 64,60% dari total penerimaan Pajak Daerah.

Berikut diberikan gambaran kontribusi penerimaan pajak daerah per jenis pajak tahun 2007 :

Tabel I.1
Penerimaan Pajak Daerah Per Jenis Pajak Tahun 2007
Dipenda Provinsi DKI Jakarta

JENIS PAJAK	RENCANA (Rp.)	REALISASI (Rp.)	%	KONTRIBUSI
PKB	2.500.000.000.000	2.368.877.005.505	94,76	33,38
BBN-KB	2.650.000.000.000	2.215.253.938.300	83,59	31,22
PBB-KB	950.000.000.000	601.594.384.410	63,33	8,48
Pajak Hotel	600.000.000.000	526.602.001.997	87,77	7,43
Pajak Restoran	600.000.000.000	491.730.628.422	81,96	6,93
Pajak Hiburan	200.000.000.000	188.229.471.248	94,11	2,66
Pajak Reklame	279.270.000.000	257.921.669.811	92,36	3,64
P.P.J.	375.000.000.000	346.826.639.475	92,46	4,89
P.P.A.B.T	80.000.000.000	58.842.930.908	73,55	0,01
Pajak Parkir	100.000.000.000	98.930.407.415	98,93	1,40
PKB	2.500.000.000.000	2.368.877.005.505	94,76	33,38
JUMLAH	8.334.270.000.000	7.096.735.077.491	93,67	100

Sumber : Subdis Renbang Dipenda Provinsi DKI Jakarta

Sebagai Pusat pemerintahan, pusat bisnis dan perdagangan, pertumbuhan Jakarta tergolong sangat pesat. Sejalan dengan itu, kebutuhan akan promosi juga

semakin tumbuh. Salah satu media promosi yang relatif banyak dipilih oleh pengusaha untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen serta merebut pangsa pasar yang sebanyak-banyaknya adalah media Reklame.

Kehadiran Reklame merupakan komoditas yang dipengaruhi oleh kepentingan dalam fungsi budgetair atau fiskal, fungsi regulasi sebagai elemen estetika kota serta kepentingan bisnis sebagai alat promosi. Untuk itulah Pemerintah Provinsi DKI Jakarta perlu mengeluarkan kebijakan di bidang Pajak Reklame yang ditetapkan dengan Peraturan Daerah DKI Jakarta No. 2 tahun 2004 tentang Pajak Reklame.

Berdasarkan Peraturan Daerah No. 2 tahun 2004, yang menjadi Objek Pajak reklame adalah semua penyelenggaraan reklame. Penyelenggaraan reklame dapat dilakukan oleh penyelenggara reklame atau perusahaan jasa periklanan yang terdaftar pada Dinas Pendapatan Daerah. Salah satu objek pajak reklame adalah reklame berjalan, termasuk pada kendaraan. Pengertian reklame berjalan sesuai Peraturan Daerah Daerah DKI Jakarta No. 2 tahun 2004, menyebutkan bahwa Reklame berjalan/kendaraan adalah reklame yang ditempatkan atau ditempelkan pada kendaraan yang diselenggarakan dengan mempergunakan kendaraan atau dibawa oleh orang. Pajak Reklame berjalan/kendaraan merupakan inovasi dari pajak reklame yang saat ini telah banyak ditemui di DKI Jakarta.

Pengguna jasa dan penyelenggara reklame mulai melirik keberadaan reklame berjalan/kendaraan sebagai salah satu media promosi di tengah-tengah kehidupan masyarakat ibukota yang haus akan informasi. Reklame berjalan/kendaraan menjadi angin segar diantara menjamurnya billboard yang

sudah memenuhi kota Jakarta. Selain tidak mengganggu estetika dan kecantikan kota, reklame berjalan/kendaraan juga tidak mempunyai resiko tinggi terhadap iklim yang sekarang sedang terjadi yaitu hujan disertai angin yang dapat menyebabkan billboard tersebut rusak ataupun roboh.

Dasar Pengenaan Pajak Reklame adalah Nilai Sewa Reklame (NSR), besar kecilnya Nilai Sewa Reklame diperhitungkan dengan memperhatikan lokasi penempatan, jenis, jangka waktu penyelenggaraan dan ukuran media reklame, sedangkan yang menentukan besar kecilnya harga suatu titik lokasi tergantung nilai strategis lokasi tersebut oleh karena itu ditetapkan suatu standar harga suatu titik lokasi berdasarkan tarif kelas jalan, sebagai suatu contoh, untuk lokasi sepanjang jalan MH. Thamrin dan Jl. Jenderal Sudirman ditetapkan sebagai kelas jalan tertinggi yaitu kelas jalan Protokol A dengan tarif kelas jalan sebesar Rp.15.000,- per meter persegi per hari demikian seterusnya terdapat tujuh klasifikasi kelas jalan dengan tarif kelas jalan terendah yaitu kelas jalan lingkungan dengan tarif kelas jalan Rp.1000,- per meter persegi per hari.

Terdapat tiga jenis reklame yaitu reklame jenis papan/billboard dan sejenisnya, reklame kain berupa umbul-umbul, spanduk dan sejenisnya dan reklame berjalan/kendaraan. Untuk jenis reklame papan/billboard dan reklame kain penetapan tarif kelas jalan sudah sesuai dan mengacu kepada nilai strategis lokasi penempatan berdasarkan kelas jalan, sedangkan untuk pengenaan nilai sewa reklame berjalan/kendaraan tidak berdasarkan lokasi penempatannya. Nilai Sewa Reklame untuk jenis reklame berjalan/kendaraan hanya mengacu kepada jangka waktu penyelenggaraan dan ukuran media reklamennya saja dan tidak

membedakan tarif kelas jalan, hal ini dikarenakan reklame tersebut tidak berdiam di satu lokasi.

Penetapan tarif kelas jalan reklame berjalan/kendaraan bersifat *flat* atau disama-ratakan. Besaran Nilai Sewa tidak mengacu kepada lokasi penempatan sebagai penentu kelas jalan atau domisili sebagai dasar dari pengenaan pajaknya serta tidak melihat trayek yang dilalui oleh kendaraan tersebut. Sehingga penyelenggara reklame berjalan/kendaraan dapat leluasa melintasi jalan di Jakarta termasuk melewati titik-titik strategis untuk promosi. Seperti yang dikemukakan Wakil Ketua Asosiasi Perusahaan Media Luargriya Indonesia :

“Sudah tentu untuk titik-titik lokasi pemasangan reklame itu pada kawasan-kawasan strategis akan makin mahal. Kawasan paling strategis yang disukai para pengusaha itu di antaranya titik poros Jakarta di Semanggi, berikut lintasan jalan yang menyertainya di sepanjang Jalan Gatot Subroto dan Jalan Jenderal Sudirman“.¹

Masalah mulai terjadi karena di satu sisi pemerintah daerah ingin mengoptimalkan penerimaan daerah melalui pajak reklame, terutama reklame berjalan/kendaraan tetapi di sisi lain tarif yang berlaku tidak menyesuaikan dengan lokasi, titik strategis maupun trayek yang dilalui oleh reklame berjalan/kendaraan. Atas latar belakang tersebut, peneliti akan melakukan penelitian dengan judul ”Analisis Penetapan Nilai Sewa Reklame Berjalan/Kendaraan Dalam Rangka Optimalisasi Penerimaan Pajak Daerah”.

¹ Nawa Tunggal, “Belum Optimal dan Diwarnai Pajak Gelap”, www.kompas.com, diunduh tanggal 20 Maret 2008.

B. Pokok Permasalahan

Di tengah persaingan produsen untuk merebut hati konsumen, reklame adalah satu media promosi yang banyak dipilih produsen untuk memasarkan produknya. Reklame Berjalan/Kendaraan menjadi salah satu alternatif media promosi yang kian marak di DKI Jakarta. Hal ini tentu saja merupakan potensi bagi penerimaan pajak daerah karena secara tidak langsung akan membantu terciptanya optimalisasi pajak daerah.

Dilihat dari pemungutan Pajak Reklame Berjalan/Kendaraan saat ini dalam penetapan Nilai Sewa Reklame yang berlaku tidak ditentukan berdasarkan tarif kelas jalan. Dimanapun kendaraan tersebut melintas di jalanan Ibukota Jakarta, tetap dikenakan berdasarkan tarif kelas jalan yang *flat*. Walaupun kendaraan tersebut melewati dan bahkan berdiam di titik atau kawasan strategis untuk promosi di Ibukota.

Berdasarkan uraian tersebut di atas maka yang menjadi pokok permasalahan dalam skripsi ini adalah :

1. Apakah tarif kelas jalan diperhitungkan sebagai dasar pengenaan pajak reklame berjalan/kendaraan ?
2. Bagaimana penyesuaian nilai sewa reklame berjalan/kendaraan setelah memperhitungkan tarif kelas jalan dalam rangka optimalisasi penerimaan pajak daerah ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penulisan skripsi ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis penetapan Nilai Sewa Reklame sebagai dasar pengenaan pajak reklame berjalan/kendaraan yang sesuai dengan tarif kelas jalan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis penetapan Nilai Sewa Reklame yang sesuai untuk optimalisasi penerimaan pajak daerah.

D. Signifikansi Penelitian

a. Signifikansi Akademik

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan bagi pembaca untuk dapat memahami dan mempelajari secara lebih jelas penetapan Nilai Sewa Reklame atas reklame berjalan/kendaraan, selain itu penelitian ini juga dimaksudkan untuk memberi masukan bagi kajian penelitian lebih lanjut.

b. Signifikansi Praktis

Secara praktis, skripsi ini diharapkan untuk memberi masukan bagi Dinas Pendapatan Daerah Provinsi DKI Jakarta untuk membuat peraturan yang lebih lengkap, jelas dan efisien bagi jalannya penetapan Nilai Sewa Reklame pajak berjalan/kendaraan untuk mengoptimalkan penerimaan daerah.

E. Sistematika Penulisan

Penulis membagi pembahasan ini dalam 5 (lima) bab untuk memudahkan pembahasan yang secara ringkas diuraikan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pendahuluan dari penulisan skripsi yaitu diuraikan mengenai latar belakang permasalahan, pokok permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KERANGKA PEMIKIRAN DAN METODE PENELITIAN

Pada bab ini penulis mencoba menggambarkan konsep yang akan diteliti, mengaitkan masalah dengan teori konsep untuk memadukan seluruh materi yang ada kaitannya dengan masalah dan cara mengungkapkan dasar-dasar teoritis, konseptual dan logis.

BAB III PELAKSANAAN PENETAPAN NILAI SEWA REKLAME

BERJALAN/KENDARAAN

Bab ini diuraikan mengenai gambaran umum mengenai instansi dan organisasi Dinas Pendapatan Daerah Provinsi DKI Jakarta, Dasar Hukum dan Ketentuan terkait Pajak Reklame, potensi penerimaan pajakreklame dan mekanisme serta kewenangan pemungutan Pajak Reklame di Provinsi DKI Jakarta.

BAB IV ANALISIS PENETAPAN NILAI SEWA REKLAME BERJALAN/KENDARAAN DALAM RANGKA OPTIMALISASI PENERIMAAN PAJAK DAERAH

Bab ini membahas seluruh uraian mengenai informasi dan data yang telah dikumpulkan dan dikaitkan dengan pokok permasalahan yang ada dan menganalisis penetapan tarif kelas jalan Pajak Reklame Berjalan/Kendaraan serta memberikan alternatif-alternatif untuk penerapannya.

BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Dalam bab penutup atau terakhir ini, Penulis akan mencoba untuk dapat memberikan konklusi hasil penelitian yang berupa kesimpulan dan saran berdasarkan temuan-temuan dalam bab terdahulu yang disesuaikan dengan permasalahan dan tujuan penulis.