

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Otonomi daerah merupakan tantangan setiap daerah untuk semakin nyata memanfaatkan peluang kewenangan yang di peroleh untuk mengurus rumah tangga sendiri. Pemberian kewenangan tersebut membawa dampak besarnya tuntutan agar daerah mampu mengelola keuangannya secara efektif sehingga mampu membiayai penyelenggaraan pemerintah dan pembangunan di daerah.

Sebagai daerah yang ikut melaksanakan otonomi, kedudukan Jakarta sebagai Ibu Kota negara RI membuat pelaksanaan otonomi daerah di Jakarta menjadi lebih kompleks. Kompleksitas tersebut terkait dengan penyediaan sarana dan prasarana perkotaan dan kegiatan pemerintah sehingga membutuhkan dana besar untuk membiayai pembangunan dengan mengoptimalkan sumber-sumber pendapatan daerah yang dimiliki.

DKI Jakarta sebagai ibu kota negara, memerlukan dana yang cukup besar untuk membiayai pengeluaran dan pembangunan di daerahnya. Namun kondisi geografis DKI Jakarta sebagai daerah yang tidak memiliki sumber daya alam , membuat Pajak Daerah menjadi sumber penerimaan yang utama dalam PAD DKI Jakarta. Salah satu jenis pajak daerah yang memiliki potensi yang besar adalah Pajak Reklame. Sebagai ibu kota negara, DKI Jakarta memiliki kedudukan yang strategis dibandingkan

dengan kedudukan provinsi lain di Indonesia. Tak dapat disangkal DKI Jakarta mempunyai keunggulan komparatif maupun kompetitif.

Keunggulan komparatif DKI Jakarta dapat dilihat dari geografi wilayah yang mempunyai pantai, memiliki luas wilayah sangat besar sehingga menjadi wilayah yang sangat potensial untuk berbagai kegiatan bisnis dan ekonomi. Keunggulan kompetitif DKI Jakarta bisa dilihat dari kemampuan Pemerintah Daerah DKI Jakarta untuk menghasilkan kegiatan dalam bidang jasa dan perdagangan. Sebagai pusat ekonomi utama Indonesia, beragam jenis kegiatan industri dan perdagangan berhasil menarik para penanam modal baik dalam negeri maupun Internasional. Tidak hanya itu Jakarta juga terkenal sebagai kota wisata seiring dengan bertambahnya sarana pariwisata baru, pusat-pusat hiburan, serta hotel dan restoran bertaraf Internasional. Untuk menunjang kegiatan ekonomi tersebut, maka para pelaku ekonomi memerlukan reklame sebagai alat atau media yang dirancang untuk tujuan komersial, mempromosikan barang atau jasa agar menarik perhatian masyarakat luas.

Potensi reklame yang sangat besar tidak menjadikan reklame sebagai salah satu penyumbang terbesar dalam pajak daerah. Penerimaan reklame yang kecil menjadikan reklame sebagai level kelas bawah dalam penerimaan daerah dari sektor pajak, seperti terlihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 1.1****Realisasi Penerimaan Pajak Daerah Provinsi DKI Jakarta Tahun 2011-2013**

NO	Jenis Penerimaan	2011	2012	2013
1	PKB	3.664.400.000	4.106.968.000	4.605.752.000
2	BBN-KB	4.582.085.000	5.507.710.000	6.143.220.000
3	PBB-KB	848.570.000	882.559.000	1.027.109.000
4	PAT	114.442.000	102.046.000	95.970.000
5	Pajak Hotel	858.337.000	1.028.522.000	1.155.587.000
6	Pajak Restoran	1.031.996.000	1.238.574.000	1.572.377.000
7	Pajak Hiburan	296.520.000	369.153.000	393.263.000
<b>8</b>	<b>Pajak Reklame</b>	<b>269.667.000</b>	<b>483.179.000</b>	<b>657.911.000</b>
9	PPJ	511.449.000	557.308.000	609.449.000
10	Pajak Parkir	158.256.000	220.902.000	314.642.000
11	BPHTB	2.885.527.000	3.224.573.000	3.419.926.000
12	PBB-P2	-	-	3.372.767.000
	<b>TOTAL</b>	<b>15.221.249.000</b>	<b>17.721.493.000</b>	<b>23.367.974.000</b>

Sumber: Dinas Pendapatan Daerah DKI Jakarta, 2014

Dinas Pelayanan Pajak sebagai instansi yang melakukan administrasi pemungutan pajak daerah, sesuai dengan Pergub DKI Jakarta Nomor 34 Tahun 2009 tentang Tata Kerja Dinas Pelayan Pajak mempunyai tugas pokok dan fungsi untuk melaksanakan sebagian urusan rumah tangga daerah dalam bidang pemungutan pendapatan daerah dan mengadakan koordinasi dengan instansi lain dalam perencanaan, pelaksanaan serta pengendalian pemungutan pendapatan daerah. Dalam

rangka menjalankan prinsip good governance, Dinas Pelayanan Pajak DKI Jakarta telah menyusun suatu rencana strategis yang mengandung visi, misi, tujuan dan sasaran yang harus dicapai Dinas Pelayanan Pajak. Rencana strategis tersebut mencakup pula kebijakan, program dan kegiatan yang akan dilaksanakan dalam mengantisipasi perkembangan masa depan dan bagaimana mengoptimalkan penerimaan pajak daerah.

Upaya-upaya dalam rangka mengoptimalkan penerimaan pajak daerah dapat dilakukan melalui program intensifikasi dan ekstensifikasi. Terkait dengan pajak reklame, upaya intensifikasi yang dilakukan adalah dengan mengeluarkan kebijakan peningkatan tarif kelas jalan yang akan berpengaruh terhadap perubahan Nilai Sewa Reklame. Tarif Kelas jalan berlaku untuk reklame jenis papan/billboard/kain dan *Light Emitting Diode*(LED). Sementara untuk reklame berjalan, seperti yang terpasang pada kendaraan tidak menggunakan tarif kelas jalan, tetapi mengacu pada tarif khusus flat rate, yaitu Rp 50.000/m<sup>2</sup> per hari.

Kebijakan mengenai perubahan tarif nilai kelas jalan tentunya sudah melalui berbagai pertimbangan dan perencanaan yang baik dengan melibatkan berbagai pihak dan mempertimbangkan faktor-faktor yang ikut berperan di dalamnya. Kebijakan tersebut selain diharapkan mampu meningkatkan pemasukkan dana ke kas negara juga dapat mengatur agar orang/biro reklame tidak sembarang memasang reklame.

Oleh karena itu, penulis merasa perlu untuk melakukan penelitian mengenai **“DAMPAK PERUBAHAN TARIF KELAS JALAN PAJAK REKLAME TERHADAP PENERIMAAN PAJAK REKLAME DKI JAKARTA TAHUN 2014”**

## **B. Perumusan Masalah**

Sebagaimana telah dikemukakan dalam latar belakang masalah diatas, permasalahan yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

1. Apa yang menjadi dasar kebijakan perubahan tarif kelas jalan Pajak Reklame di DKI Jakarta?
2. Apa kendala yang dihadapi pemerintah setelah adanya perubahan tarif kelas jalan Pajak Reklame di DKI Jakarta?
3. Bagaimana cara pemerintah mengatasi kendala yang dihadapi dengan adanya perubahan tarif Pajak Reklame di DKI Jakarta?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penulisan**

Tujuan Penulisan:

1. Untuk menganalisis yang menjadi dasar kebijakan perubahan tarif kelas jalan Pajak Reklame di DKI Jakarta
2. Untuk menganalisis dampak kebijakan perubahan tarif kelas jalan terhadap penerimaan pajak reklame DKI Jakarta tahun 2014?

Manfaat Penulisan:

1. Penulisan karya ilmiah ini diharapkan dapat memberi gambaran mengenai perkembangan penerimaan pajak daerah, khususnya pajak reklame dengan diberlakukannya kebijakan baru dan dampak yang ditimbulkan dari kebijakan tersebut terhadap Wajib Pajak.
2. Penulisan karya ilmiah ini diharapkan dapat memberi bahan pemikiran terkait dengan pembuatan kebijakan pajak reklame dalam upoptimalisasi penerimaan pajak.