



## BAB I

### PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis akan membahas pendahuluan yang diawali dengan latar belakang masalah, yaitu penjabaran mengenai kondisi ekonomi dari objek yang diteliti serta fenomena yang menjadi dasar untuk merumuskan masalah dalam penelitian ini. Selanjutnya adalah identifikasi masalah, yaitu uraian mengenai masalah-masalah yang dipertanyakan. Dan yang ketiga adalah batasan masalah, yaitu kriteria-kriteria dan/atau kebijakan-kebijakan untuk mempersempit masalah-masalah yang diidentifikasi sebelumnya.

Selain itu, terdapat pula batasan penelitian, yaitu kriteria-kriteria dan/atau kebijakan-kebijakan yang dipergunakan untuk membatasi penelitian dengan berbagai pertimbangan karena keterbatasan waktu, tenaga, dan dana. Setelah itu, terdapat rumusan masalah yang merupakan formulasi mengenai inti masalah yang akan diteliti secara lebih lanjut dan konsisten. Selanjutnya yang akan dibahas adalah tujuan penelitian, yang merupakan sesuatu yang ingin dicapai dengan dilakukannya penelitian atau jawaban mengenai mengapa penelitian tersebut dilaksanakan. Pada bagian akhir, penulis membahas manfaat penelitian, yaitu uraian mengenai manfaat penelitian bagi berbagai pihak yang terkait dengan penelitian.

#### A. Latar Belakang Masalah

Penerimaan pajak reklame merupakan salah satu sektor pajak daerah yang cukup potensial di Provinsi DKI Jakarta sebagai sumber pendapatan daerah. Penerimaan pajak reklame diharapkan dapat memberikan sumbangsih yang cukup besar bagi kelangsungan pembangunan di Provinsi DKI Jakarta. Pajak Reklame yang diatur dalam Undang-Undang Perda Nomor 12 Tahun 2011 merupakan pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame yang dimaksud adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak



ragamnya untuk tujuan komersial, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan barang, jasa atau orang, ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau dapat dilihat, dibaca, dan/atau didengar dari suatu tempat oleh umum kecuali yang dilakukan oleh Pemerintah.

Seperti yang kita ketahui, DKI Jakarta sebagai ibukota Indonesia memiliki potensi yang besar untuk dapat memanfaatkan pajak reklame yang ada di daerahnya. Tentu saja ada banyak sekali masyarakat yang berlalu-lalang di DKI Jakarta sehingga dapat menarik para investor untuk kemudian datang dan memperkenalkan produk atau jasanya di DKI Jakarta. Perkembangan Provinsi DKI Jakarta saat ini sangat pesat seiring dengan menjamurnya pusat perbelanjaan, perusahaan dan bisnis lokal yang semakin berkembang sehingga membutuhkan media reklame agar dapat dikenal luas oleh masyarakat. Mengingat media periklanan (reklame) merupakan salah satu strategi yang dilakukan perusahaan dalam memasarkan produknya sehingga dapat meningkatkan penjualan serta memperluas pasar. Oleh karena itu, pajak reklame merupakan suatu unsur yang penting untuk kemudian dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap realisasi penerimaan Pendapatan Asli Daerah DKI Jakarta.

Target dan realisasi penerimaan pajak reklame di Provinsi DKI Jakarta enam dari tahun 2010 hingga 2015 bisa dilihat di tabel berikut:

**Tabel 1.1**  
**Penerimaan dan Target Pajak Reklame**  
**Provinsi DKI Jakarta Tahun 2010 – 2015**

Sumber: Badan Pajak dan Retribusi Daerah Provinsi DKI Jakarta

	TAHUN					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>JUMLAH</b>	260.949.775.364	269.366.219.465	485.346.826.679	655.709.503.813	881.483.677.754	748.785.391.818

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang  
Hak Cipta © Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



<b>Target Penerimaan</b>	275.000.000.000	330.000.000.000	410.000.000.000	515.000.000.000	2.400.000.000.000	1.800.000.000.000
<b>Persentase</b>	94,89%	81,63%	118,38%	127,32%	36,73%	41,60%

Dari tabel di atas bisa kita lihat bahwa pada tahun 2010 dan 2011, penerimaan pajak reklame di Provinsi DKI Jakarta tidak mencapai target penerimaan yang telah ditetapkan. Kenaikan penerimaan pajak reklame pada tahun 2010 juga tidak terlalu signifikan dari tahun sebelumnya. Bahkan pada tahun 2011 terjadi penurunan persentase penerimaan pajak reklame menjadi sebesar 81,63%. Pada tahun 2012 dan 2013 penerimaan pajak reklame di Provinsi DKI Jakarta berhasil mencapai target penerimaan, namun pada tahun 2014 dan 2015 penerimaan pajak reklame di Provinsi DKI Jakarta kembali tidak memenuhi target penerimaan. Bisa dilihat pada tahun 2014 terjadi kenaikan target penerimaan yang cukup drastis dibandingkan tahun sebelumnya, namun tidak diikuti dengan kenaikan penerimaan pajak reklame yang cukup signifikan. Hal ini juga terjadi pada tahun 2015. Meski target penerimaan pajak reklame di Provinsi DKI Jakarta diturunkan dari tahun sebelumnya, namun penerimaan pajak reklame juga ikut mengalami penurunan sehingga target penerimaan tidak terpenuhi.

Pembiayaan pemerintah daerah dalam melaksanakan tugas pemerintahan dan pembangunan senantiasa memerlukan sumber penerimaan yang dapat diandalkan. Salah satu upaya yang dapat dilakukan pemerintah daerah dalam peningkatan penerimaan Pendapatan Asli Daerah yaitu dengan mengoptimalkan penerimaan pajak daerah, yang salah satunya adalah pajak reklame. Pendapatan Asli Daerah merupakan cermin pertumbuhan ekonomi dalam suatu pemerintahan daerah (Sugianto, 2007: 64). Pemerintah daerah diharapkan lebih mampu menggali sumber-sumber keuangan, khususnya untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan pemerintahan dan pembangunan di daerahnya melalui Pendapatan Asli Daerah (PAD). Kemampuan daerah dalam menggali sumber-sumber

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) dilindungi undang-undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



penerimaan yang independen, misalnya pajak daerah akan sangat menentukan mereka dalam menjalankan fungsinya (Darwin, 2010: 10).

Hal ini semakin dirasakan semenjak berlakunya otonomi daerah mulai 1 Januari 2001. Otonomi daerah memberikan kewenangan kepada daerah untuk mengatur dan mengelola daerah masing-masing, baik dari segi pembangunan, penyediaan sarana dan prasarana maupun dalam hal mengumpulkan dan memaksimalkan pendapatan dari kekayaan daerah itu sendiri. Otonomi daerah menurut undang-undang Nomor 32 tahun 2004 pasal 1 ayat 5, pengertian otonomi daerah adalah hak, wewenang dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintah dan kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Maka sebagai konsekuensi adanya otonomi daerah, pemerintah daerah harus membiayai sendiri operasional penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan daerah serta dipacu untuk dapat mencari sumber penerimaan daerah yang dapat mendukung pembiayaan pengeluaran daerah (Triantoro, 2010). Masing-masing daerah harus bertindak efektif dan efisien agar pengelolaan daerahnya lebih terfokus dan mencapai sasaran yang telah ditentukan. Untuk itulah perlu adanya kerjasama yang sinergis antara pemerintah dan masyarakat setempat agar tujuan-tujuan yang hendak dicapai dapat dilakukan dengan benar dan tepat sasaran. Pembiayaan pemerintah daerah dalam melaksanakan tugas pemerintahan dan pembangunan senantiasa memerlukan sumber penerimaan yang dapat diandalkan.

Provinsi DKI Jakarta selain sebagai ibukota Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) juga merupakan daerah yang ikut melaksanakan otonomi daerah. Seperti yang kita ketahui, Provinsi DKI Jakarta memerlukan penerimaan yang lebih besar dari daerah lain di Indonesia karena selain merupakan ibukota negara, DKI Jakarta juga merupakan pusat bisnis, politik dan juga kebudayaan di Indonesia. Pada pelaksanaannya, otonomi daerah di DKI Jakarta terlihat sangat kompleks karena sebagai ibukota negara, DKI Jakarta perlu

Hak cipta milik IBIKKG (Asosiasi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



menyediakan sarana dan prasarana perkotaan serta pemerintahan yang lebih baik dari kota-kota lainnya di Indonesia, mulai dari sektor infrastruktur, pariwisata, dan sebagainya.

Pendapatan Asli Daerah sendiri terdiri atas pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain yang sah. Tuntutan peningkatan Pendapatan Asli Daerah semakin besar seiring dengan semakin banyaknya kewenangan pemerintahan yang dilimpahkan kepada setiap daerah untuk memaksimalkan penerimaannya. Oleh karena itu, Provinsi DKI Jakarta memerlukan sumber penerimaan yang potensial, yang salah satunya berasal dari penerimaan pajak reklame.

Meskipun pajak reklame mempunyai potensi yang cukup besar sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah DKI Jakarta, namun pemerintah nampaknya masih mengalami kendala dalam meningkatkan penerimaan dari pajak reklame. Oleh karena itu, cukup menarik untuk diketahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame di Provinsi DKI Jakarta.

Terdapat banyak faktor yang dapat dikaitkan dengan penerimaan pajak reklame di Provinsi DKI Jakarta. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Farouq (2015), mencoba mengkaitkan pengaruh sanksi perpajakan dan pelayanan petugas pajak terhadap penerimaan pajak reklame. Sanksi perpajakan dapat mempengaruhi kesadaran masyarakat terhadap pajak, misalnya adanya sanksi administrasi berupa kerugian berupa bunga atau kenaikan serta adanya sanksi pidana. Selain itu, pelayanan petugas pajak merupakan daya tarik yang sangat penting bagi para wajib pajak untuk melaksanakan kewajiban perpajakannya.

Menurut Purwanto (2016) dalam penelitiannya mengatakan bahwa penerimaan pajak akan bertumbuh seiring dengan pertumbuhan perusahaan. Jumlah perusahaan merupakan salah satu faktor positif pemicu pertumbuhan ekonomi. Tentu saja banyak sekali perusahaan yang menggunakan jasa pemasangan reklame sehingga berpengaruh terhadap



penerimaan pajak reklame. Hal ini disebabkan karena suatu perusahaan ingin memasarkan produknya dengan menggunakan media reklame agar produknya bisa dikenal oleh masyarakat. Jumlah perusahaan di Provinsi DKI Jakarta selalu mengalami perubahan setiap tahunnya. Dari tahun 2004 hingga 2007 jumlah perusahaan di Provinsi DKI Jakarta cenderung berfluktuasi. Namun dari tahun 2007 hingga 2014 jumlah perusahaan di Provinsi DKI Jakarta cenderung mengalami penurunan.

Selain itu, jumlah penduduk juga merupakan salah satu faktor yang dapat berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame (Puspitaningsih, 2013). Jumlah penduduk merupakan faktor yang dapat membuat penyelenggara reklame berfikir untuk menggunakan sejumlah media reklame diukur dari jumlah penduduk yang ada, misalnya jika suatu daerah memiliki jumlah penduduk banyak maka demi menginformasikan kepada penduduk tersebut dipergunakan media reklame yang lebih banyak di sudut-sudut kota, sedangkan jika penduduk sedikit maka tidak memerlukan media reklame yang cukup banyak untuk menginformasikan kepada penduduk tersebut (Nurmayasari, dalam Fatah, 2015). Hal ini dikarenakan semakin banyak jumlah penduduk di suatu daerah tentu saja tingkat konsumsi di daerah itu akan semakin besar. Jumlah penduduk di Provinsi DKI Jakarta dari tahun 2004 hingga 2015 hampir selalu mengalami peningkatan. Peneliti tertarik untuk mengetahui apakah peningkatan penduduk tersebut juga mempengaruhi penerimaan pajak reklame di Provinsi DKI Jakarta.

Menurut Indriyawan dan Agus (2015) dalam penelitiannya membuktikan bahwa jumlah PDRB berpengaruh positif terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Klaten. Menurut BPS (2016:35), PDRB merupakan jumlah nilai tambah yang dihasilkan oleh seluruh usaha dalam suatu wilayah, atau merupakan pejumlahan nilai keluaran (*output*) bersih perekonomian yang ditimbulkan oleh seluruh kegiatan ekonomi di suatu wilayah tertentu (provinsi dan kabupaten/kota). Salah satu faktor penting untuk mengetahui

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



kondisi ekonomi di suatu wilayah dalam suatu periode tertentu dapat ditunjukkan oleh data PDRB daerah tersebut. Apabila nilai PDRB mengalami peningkatan tentu akan membawa pengaruh positif pada pertumbuhan pendapatan daerah dan juga pajak daerah. Subroto (2015) dalam penelitiannya menyatakan bahwa pajak reklame merupakan salah satu pajak daerah sehingga semakin tinggi PDRB semakin tinggi pula penerimaan pajak reklame. Menurut BPS (2015: 2), PDRB atas harga konstan dapat digunakan untuk menunjukkan laju pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan atau setiap kategori dari tahun ke tahun. PDRB atas dasar harga konstan disusun berdasarkan harga pada tahun dasar dan bertujuan untuk mengukur pertumbuhan ekonomi. PDRB di Provinsi DKI Jakarta dari tahun 2004 hingga 2015 selalu mengalami peningkatan. Hal ini memberikan ketertarikan peneliti untuk melihat bagaimana PDRB di Provinsi DKI Jakarta dilihat dari laju pertumbuhan ekonomi berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame.

Kondisi-kondisi inilah yang menarik minat penulis untuk melakukan penelitian mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi naik turunnya penerimaan pajak reklame tersebut. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penulis tertarik untuk menuangkannya ke dalam sebuah penelitian dengan tema **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame di Provinsi DKI Jakarta”**

## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka beberapa masalah yang dapat diidentifikasi peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana efektivitas penerimaan pajak reklame di Provinsi DKI Jakarta?
2. Apakah sanksi perpajakan berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame di Provinsi DKI Jakarta?



3. Apakah pelayanan petugas pajak berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame di Provinsi DKI Jakarta?
4. Apakah jumlah perusahaan berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame di Provinsi DKI Jakarta?
5. Apakah jumlah penduduk berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame di Provinsi DKI Jakarta?
6. Apakah PDRB berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame di Provinsi DKI Jakarta?

#### C. Batasan Masalah

Dari beberapa masalah yang telah diidentifikasi, maka penulis memberikan batasan masalahnya mengenai:

1. Apakah jumlah perusahaan berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame di Provinsi DKI Jakarta?
2. Apakah jumlah penduduk berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame di Provinsi DKI Jakarta?
3. Apakah PDRB berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame di Provinsi DKI Jakarta?

#### D. Batasan Penelitian

Dengan pertimbangan keterbatasan kemampuan, waktu dan data yang bisa diperoleh maka peneliti membatasi penelitian dengan batasan sebagai berikut:

1. Berdasarkan aspek waktu, data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dari tahun 2004 sampai 2015.





- Objek penelitian adalah penerimaan pajak reklame di Provinsi DKI Jakarta yang berasal dari Badan Pajak dan Retribusi Daerah (BPRD) Provinsi DKI Jakarta.

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

#### E. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Apakah terdapat pengaruh jumlah perusahaan, jumlah penduduk dan PDRB terhadap penerimaan pajak reklame di Provinsi DKI Jakarta?”

#### F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin diperoleh peneliti dalam penelitian ini, yaitu:

- Untuk mengetahui apakah jumlah perusahaan berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame di Provinsi DKI Jakarta.
- Untuk mengetahui apakah jumlah penduduk berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame di Provinsi DKI Jakarta
- Untuk mengetahui apakah PDRB berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame di Provinsi DKI Jakarta.

#### G. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan penulis dalam penelitian ini adalah:

- Bagi Pemerintah Daerah  
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang berkaitan dengan pajak reklame bagi Pemerintah Daerah Provinsi DKI Jakarta.
- Bagi Penulis

Instytut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
- Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Penulis memperoleh wawasan dan pengalaman dalam bidang pajak daerah, khususnya mengenai pajak reklame, baik secara teori maupun praktek selama melakukan penelitian ini serta bisa menjadi tambahan aplikasi dan ilmu yang telah diperoleh dari perkuliahan.

2. Bagi Kwik Kian Gie School of Business

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan studi yang bermanfaat bagi mahasiswa Kwik Kian Gie School of Business, terutama yang mengambil konsentrasi perpajakan.

4. Bagi Pembaca

Untuk memberikan informasi dan pengetahuan mengenai pajak daerah, khususnya pajak reklame.

5. Peneliti Selanjutnya

Sebagai referensi/acuan yang dapat digunakan bagi peneliti selanjutnya terkait dengan pajak reklame.

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.