

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pembangunan Nasional merupakan rangkaian upaya pembangunan yang berkesinambungan yang meliputi seluruh kehidupan masyarakat, bangsa, dan negara. Mempercepat pembangunan ekonomi daerah yang efektif dan kuat dengan memberdayakan pelaku dan potensi ekonomi daerah, serta memperhatikan penataan ruang fisik maupun sosial sehingga terjadi pemerataan pertumbuhan ekonomi sejalan dengan pelaksanaan otonomi daerah (GBHN, 1999) merupakan tujuan dari pembangunan nasional, serta untuk mencapai tingkat pembangunan yang tinggi dan tetap menjaga kestabilan ekonomi.

Pembangunan ekonomi daerah merupakan suatu proses di mana pemerintah daerah dan masyarakatnya mengelola sumberdaya-sumberdaya yang ada dan membentuk suatu pola kemitraan antara pemerintah daerah dengan sektor swasta untuk menciptakan suatu lapangan kerja baru dan merangsang perkembangan kegiatan ekonomi (pertumbuhan ekonomi) dalam wilayah tersebut. (Lincoln Arsyad, 2010). Oleh karena itu pemerintah pusat memberikan kesempatan kepada pemerintah daerah untuk mengatur rumah tangganya sendiri dalam pelaksanaan pembangunan untuk meningkatkan kinerja daerah dan kesejahteraan masyarakat. Untuk itu tahun 2000 diberlakukan otonomi daerah

diperbaharui dengan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah.

Otonomi daerah berdasarkan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah adalah hak, wewenang, dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Salah satu maksud pemberian hak otonomi daerah agar pemerintah daerah dapat menggali potensi dan sumber-sumber keuangan daerah guna membiayai pelaksanaan pembangunan dan memaksimalkan penerimaan daerahnya, termasuk memaksimalkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan Pajak Daerah di daerah otonom bersangkutan. Daerah otonom adalah kesatuan masyarakat hukum yang mempunyai batas-batas wilayah yang berwenang mengatur dan mengurus urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat menurut prakarsa sendiri berdasarkan aspirasi masyarakat dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Visi otonomi daerah di bidang ekonomi adalah otonomi daerah di satu pihak harus menjamin lancarnya pelaksanaan kebijakan ekonomi nasional di daerah, dan di lain pihak terbukanya peluang bagi pemerintah daerah dalam mengembangkan kebijakan regional dan lokal untuk mengoptimalkan pendayagunaan potensi ekonomi di daerahnya (Rasyid, 2005). Salah satu bentuk kebijakan pelaksanaan visi bidang ekonomi adalah kebijakan penerimaan daerah

mencari sumber penerimaan daerahnya yang dapat mendukung anggaran pengeluaran daerahnya.

Sumber-sumber potensi pendapatan daerah yang dimiliki oleh suatu daerah akan mempengaruhi kekuatan keuangan sekaligus menentukan tingkat kemandirian suatu daerah otonom. Semakin besar penerimaan PAD suatu daerah, maka semakin rendah tingkat ketergantungan pemerintah daerah tersebut terhadap pemerintah pusat. Sebaliknya, semakin rendah penerimaan PAD suatu daerah, maka semakin tinggi tingkat ketergantungan pemerintah daerah tersebut terhadap pemerintah pusat. Oleh karena itu, pemerintah daerah dituntut optimal dalam menggali sumber pendapatan di daerahnya dalam rangka memperoleh devisa dan mengakumulasi dana bagi daerahnya guna melaksanakan pembangunan.

Dengan demikian peran Pendapatan Asli Daerah (PAD) menjadi sangat penting sebagai sumber pembiayaan pemerintah daerah karena merupakan tolak ukur dalam pelaksanaan otonomi daerah, dimana proporsi PAD terhadap total penerimaan merupakan indikasi "Derajat Kemandirian" keuangan suatu pemerintah daerah. Sumber-sumber PAD sebenarnya sangatlah diharapkan dapat menjadi salah satu solusi bagi pendanaan daerah dan diharapkan menjadi penyangga utama dalam membiayai kegiatan-kegiatan daerahnya. Semakin banyak kebutuhan daerah yang dapat dibiayai dengan PAD, maka akan semakin tinggi kualitas otonominya (Dini Nurmayasari, 2010).

Salah satu komponen Pendapatan Asli Daerah yang mempunyai kontribusi dan potensi terbesar di Kota Yogyakarta adalah pajak daerah. Pajak daerah adalah

dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah. Beberapa macam pajak yang dipungut oleh pemerintah Kota Yogyakarta diantaranya yaitu Pajak Hotel, Pajak Restoran, Pajak Reklame, Pajak Hiburan, Pajak Penerangan Jalan, Pajak Parkir, Pajak Air Bawah Tanah, Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), Pajak Sarang Burung Walet, dan Bea Perolehan Hak Atas Tanah Dan Bangunan (BPHTB).

Terdapat satu jenis pajak yang menarik dari semua pajak yang dikelola oleh Pemerintah Kota Yogyakarta, yaitu pajak reklame. Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Pajak reklame dikenakan dengan alasan bahwa reklame dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau yang dapat dilihat, dibaca, dan didengarkan dari suatu tempat umum, kecuali yang dilakukan oleh pemerintah.

Mencermati penerimaan Pendapatan Asli Daerah, Pajak Daerah dan Pajak Reklame Kota Yogyakarta pada 2010:Q1 – 2012:Q4 seperti yang terlihat pada Tabel 1.1, diketahui bahwa nilai dari Pendapatan Asli Daerah (PAD) mengalami peningkatan dengan nilai pertumbuhan cenderung meningkat. Hal tersebut tidak jauh berbeda jika dibandingkan dengan pertumbuhan Pajak Daerah yang mengalami peningkatan cukup signifikan. Sementara penerimaan pajak reklame mengalami peningkatan beberapa tahun terakhir walaupun mempunyai pertumbuhan yang relatif rendah dan tidak sebanding dengan pertumbuhan

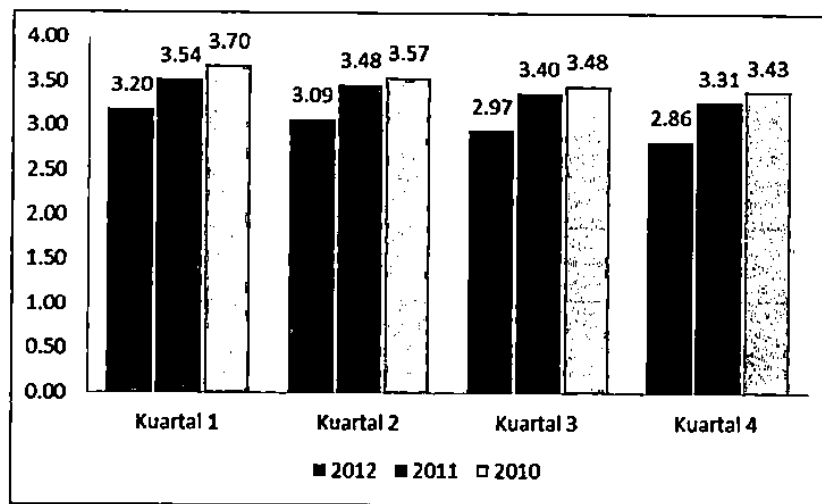
Tabel 1.1
Pendapatan Asli Daerah, Pajak Daerah dan Pajak Reklame Kota Yogyakarta
2010:Q1 - 2012:Q4 (Rp)

Tahun dan Kuartal	Pendapatan Asli Daerah (Rp)	Pertumbuhan PAD (%)	Pajak Daerah (Rp)	Pertumbuhan PD (%)	Pajak Reklame (Rp)	Pertumbuhan PR (%)
2012:Q1	72.036.157.892	43,45	46.639.587.326	28,82	1.492.468.321	16,38
2012:Q2	79.854.881.562	47,19	50.121.894.872	30,90	1.547.470.333	16,05
2012:Q3	88.619.263.472	49,60	53.953.651.116	32,49	1.603.466.274	15,74
2012:Q4	98.329.303.622	50,90	58.134.856.060	33,62	1.660.456.144	15,43
2011:Q1	50.217.845.602	19,73	36.204.844.131	16,51	1.282.399.556	11,52
2011:Q2	54.253.936.316	24,56	38.289.356.881	19,63	1.333.425.854	16,55
2011:Q3	59.235.685.268	29,72	40.723.318.331	22,64	1.385.446.081	19,76
2011:Q4	65.163.092.460	35,02	43.506.728.479	25,47	1.438.460.237	21,05
2010:Q1	41.942.759.930	10,15	31.074.961.965	6,71	1.149.929.080	-9,40
2010:Q2	43.556.765.010	9,66	32.007.095.479	7,57	1.144.097.865	-9,65
2010:Q3	45.662.912.555	10,86	33.206.872.505	9,23	1.156.887.844	-7,90
2010:Q4	48.261.202.564	13,60	34.674.293.044	11,66	1.188.299.019	-4,08

Sumber : DPDPK Kota Yogyakarta, diolah

Bila dilihat dari kontribusinya bagi Pajak Daerah, Pajak Reklame sebagai salah satu sumber pendapatan daerah yang berpotensi dan dapat memberikan kontribusi yang maksimal apabila dilakukan pemungutan secara efisien, efektif, dan transparan sehingga dapat lebih berperan dalam usaha peningkatan Pendapatan Asli Daerah di Kota Yogyakarta. Mencermati perkembangan kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah sesuai yang terlihat pada Gambar 1.2 terlihat kontribusi pajak reklame mengalami penurunan, namun realisasi penerimaan pajak reklame setiap kuartalnya mengalami peningkatan walaupun masih cukup kecil dibanding jenis pajak lain yaitu rata-rata sebesar Rp3.851.211.672/tahun. Hal ini membuktikan bahwa pajak reklame bukan pajak

kenyataan di lapangan banyak reklame ditemukan di tempat-tempat umum maupun di ruas jalan namun kontribusinya masih kecil.



Sumber : DPDPK Kota Yogyakarta, diolah

Gambar 1.1
Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pajak Daerah Kota
Yogyakarta, 2010:Q1 – 2012:Q4 (%)

Mencermati perkembangan penerimaan dan kontribusi pajak reklame Kota Yogyakarta terlihat ada beberapa faktor yang menyebabkan penerimaan pajak reklame relatif kecil. Menurut Dini Nurmayasari (2010), dalam penelitiannya membuktikan bahwa jumlah penduduk berpengaruh terhadap jumlah penerimaan Pajak Reklame. Pertumbuhan penduduk dan angkatan kerja dianggap sebagai salah satu faktor yang positif dalam memacu pertumbuhan ekonomi. Penduduk dianggap sebagai pemacu pembangunan. Banyaknya jumlah penduduk akan memacu kegiatan produksi, konsumsi dari penduduk inilah yang akan menimbulkan permintaan agregat. Pada gilirannya, peningkatan konsumsi agregat memungkinkan usaha-usaha produktif berkembang, begitu pula perekonomian secara keseluruhan (Dumairy, 1999).

Nurmayasari (2010) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa PDRB berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame. PDRB merupakan jumlah nilai tambah yang dihasilkan oleh seluruh unit usaha dalam suatu daerah/wilayah tertentu, atau merupakan jumlah nilai barang dan jasa akhir yang dihasilkan oleh seluruh unit kegiatan ekonomi dalam suatu daerah/wilayah pada suatu periode tertentu (BPS, 2009). Salah satu faktor penting untuk mengetahui kondisi ekonomi di suatu wilayah tertentu dalam suatu periode tertentu dapat ditunjukkan oleh data 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 yang digunakan untuk membiayai pengeluaran rutin dan pengeluaran pembangunan pemerintah (Mardiasmo, 2000 dalam Dini Nurmayasari).

Menurut Vera Fransisca P (2013) dan Dini Nurmayasari (2010) jumlah industri mempunyai pengaruh positif terhadap penerimaan pajak reklame. Jumlah industri adalah jumlah usaha industri baik industri kecil, menengah maupun besar yang ada di Kota Yogyakarta. Industri yang menggunakan jasa pemasangan reklame secara otomatis akan mempengaruhi besarnya PAD yang diterima Kota Yogyakarta. Hal ini disebabkan apabila suatu industri yang ingin memasarkan produknya dapat menggunakan atau memasang reklame agar dapat diketahui oleh

mengakibatkan obyek pajak bertambah luas, sehingga penerimaan daerah pun meningkat.

Altim Setiawan (2009) menyimpulkan dalam penelitiannya bahwa klasifikasi jalan merupakan prioritas utama dalam tingkat kepentingan nilai strategis lokasi pemasangan reklame, urutan berikutnya adalah sudut pandang, ketinggian dan guna lahan. Secara tidak langsung faktor-faktor tersebut mempengaruhi nilai penerimaan pajak reklame. Sementara Vera Fransisca Pesik (2012) menyimpulkan kelas jalan berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame. Hal ini menunjukkan panjang jalan disuatu daerah mempengaruhi tingkat penerimaan pajak reklame. Semakin panjang jalan semakin banyak pilihan ruang untuk tempat pemasangan reklame. Penggunaan ruas jalan untuk penempatan reklame sebagai media promosi dan publikasi suatu produk ataupun kegiatan merupakan hal yang lazim dilihat disepanjang jalan baik di pertigaan jalan, perempatan jalan maupun jalan-jalan yang ramai dilalui. Panjang jalan yang dimaksud disini adalah panjang jalan secara keseluruhan yang ada di Kota Yogyakarta.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian lebih lanjut, yang dituangkan dalam bentuk usulan penelitian dengan judul **“Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi**

B. Batasan Masalah

Sehubungan dengan faktor keterbatasan yang ada dan mengingat banyaknya faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame, maka peneliti hanya membahas pada :

1. Variabel-variabel yang dianggap berpengaruh terhadap besar kecilnya penerimaan pajak reklame Kota Yogyakarta yaitu PDRB, jumlah penduduk, jumlah industri, dan panjang jalan.
2. Data yang digunakan adalah data kuartal yaitu tahun 2003:Q1- 2012:Q4 terdiri atas :
 - a. Penerimaan Pajak Reklame.
 - b. Produk Domestik Regional Bruto.
 - c. Jumlah Penduduk.
 - d. Jumlah Industri.
 - e. Panjang jalan

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang penelitian tersebut diatas, maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh PDRB terhadap penerimaan Pajak Reklame Kota Yogyakarta?

3. Bagaimana pengaruh jumlah industri terhadap penerimaan Pajak Reklame Kota Yogyakarta?
4. Bagaimana pengaruh panjang jalan terhadap penerimaan Pajak Reklame Kota Yogyakarta?
5. Bagaimana pengaruh jumlah penduduk, jumlah industri, panjang jalan dan PDRB secara bersama terhadap penerimaan Pajak Reklame Kota Yogyakarta?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame Kota Yogyakarta. Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengidentifikasi pengaruh PDRB terhadap penerimaan Pajak Reklame Kota Yogyakarta.
2. Untuk mengidentifikasi pengaruh jumlah penduduk terhadap penerimaan Pajak Reklame Kota Yogyakarta.
3. Untuk mengidentifikasi pengaruh jumlah industri terhadap penerimaan Pajak Reklame Kota Yogyakarta.
4. Untuk mengidentifikasi pengaruh panjang jalan terhadap penerimaan Pajak Reklame Kota Yogyakarta.
5. Untuk mengidentifikasi pengaruh PDRB, jumlah penduduk, jumlah industri,

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian tersebut adalah :

1. Bagi Penulis.

Menambah khasanah keilmuan serta sumber pustaka (referensi) dalam bidang pengembangan potensi Pajak Daerah di Kota Yogyakarta, khususnya Pajak Reklame.

2. Bagi Masyarakat.

Sebagai acuan bagi masyarakat terutama wajib pajak untuk menyadari pentingnya membayar pajak reklame.

3. Bagi Pemerintah.

a. Sebagai bahan masukan bagi para pengambil keputusan untuk merumuskan kebijakan strategis untuk meningkatkan realisasi penerimaan Pajak Reklame Kota Yogyakarta.

b. Diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi Pemerintah Kota Yogyakarta dan Dinas Pajak Daerah dan Pengelolaan Keuangan (DPDPK) Kota Yogyakarta dalam menerapkan kebijakan dalam rangka meningkatkan realisasi penerimaan Pajak Reklame Kota Yogyakarta.

4. Bagi Pembaca.

Sebagai bahan informasi dan dapat dijadikan referensi bagi penelitian-