

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Sejak awal tahun 2001, Indonesia memulai suatu era baru di dalam penyelenggaraan pemerintahan melalui kebijakan otonomi daerah. Dasar hukum yang digunakan yaitu UU No. 22/1999 mengenai Pemerintahan Daerah, dan UU No. 25/1999 mengenai Perimbangan Keuangan antara Pusat dan Daerah. Sejak saat itu terjadi perubahan tata cara penyelenggaraan urusan pemerintahan dan pelayanan publik. Secara umum, pemerintah pusat hanya bertanggung jawab pada urusan yang menyangkut negara secara keseluruhan yaitu di bidang ketahanan dan keamanan, kebijakan luar negeri, masalah moneter dan fiskal, hukum dan urusan agama. Pemerintah daerah diberi tanggung jawab untuk menangani urusan lain di luar urusan yang dipegang oleh pemerintah pusat walaupun tidak sepenuhnya.

Salah satu sektor yang ditangani oleh pemerintah daerah dalam era otonomi daerah tersebut yaitu menangani urusan penerimaan daerah, yang dikenal dengan istilah Pendapatan Asli Daerah (PAD). Dengan otonomi di bidang penerimaan daerah, diharapkan Pemerintah Daerah mampu mengoptimalkan potensi daerahnya untuk mendapatkan penerimaan. Dengan adanya kewenangan ini sebetulnya merupakan kesempatan bagi daerah untuk mengembangkan daerahnya, tetapi untuk mencapai sasaran yang diinginkan dibutuhkan juga kemampuan dari pemerintah daerah untuk mengenali dan menggali potensi-potensi yang ada.

PAD sendiri memiliki beberapa komponen yaitu :

- Pajak daerah
- Retribusi daerah
- bagian laba usaha daerah
- Lain-lain PAD yang sah

Dari beberapa komponen di atas, bisa dikatakan bahwa pajak daerah merupakan komponen yang paling utama karena menghasilkan pendapatan yang paling besar dari komponen yang lainnya. Maka dari itu pajak daerah merupakan suatu instrumen yang penting di dalam PAD.

Pengertian pajak daerah sendiri yaitu iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan kepala daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah¹.

Intinya, pajak daerah merupakan pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah yang akan digunakan untuk membiayai rumah tangga daerahnya. Pajak daerah sendiri, berdasarkan UU N0. 34 Tahun 2000 terdiri dari beberapa sumber, yaitu :

¹ Erly Suandy. *Hukum Pajak*, Salemba Empat, Jakarta, 2000, hal. 143.

TABEL 1.1**Jenis-Jenis Pajak Daerah**

Pajak Provinsi	Pajak Kabupaten/Kota
<ul style="list-style-type: none">• Pajak Kendaraan Bermotor dan Kendaraan di Atas Air• Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor dan Kendaraan di Atas Air• Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor• Pajak Pengambilan dan Pemanfaatan Air Bawah Tanah dan Air Permukaan	<ul style="list-style-type: none">• Pajak Hotel• Pajak Restoran• Pajak Hiburan• Pajak Reklame• Pajak Penerangan Jalan• Pajak Pengambilan Bahan Galian Golongan C• Pajak Parkir

Dikutip dari Liberty Pandiangan, 2002

Daerah Istimewa Yogyakarta saat ini telah mengalami kemajuan pembangunan yang cukup pesat. Ini bisa dilihat dari makin banyaknya tempat-tempat pendidikan, perusahaan-perusahaan baru dan juga tempat-tempat hiburan seperti mall, café dan pusat perbelanjaan. Bagi suatu perusahaan ataupun instansi, reklame memegang peranan yang cukup penting. Maka dari itu cukup banyak perusahaan atau instansi yang memasang reklame untuk memperkenalkan produk atau jasa yang dihasilkan dan juga sebagai sarana promosi. Dari reklame-reklame yang terdapat di yogyakarta ini, pemerintah daerah seharusnya bisa memungut pajak reklame yang cukup banyak.

Dari permasalahan di atas, penulis tertarik untuk menulis mengenai *“Analisis Potensi Pajak Reklame di Kota Yogyakarta Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta”*, yang akan dianalisis dengan menggunakan data pajak reklame tahun 2001 – 2005.

1.2. Perumusan Masalah

Dengan diberlakukannya otonomi daerah, termasuk dalam sektor pendapatan asli daerah, maka pemerintah daerah akan mencari sumber-sumber penerimaan dari potensi-potensi yang terdapat di daerahnya. Daerah Istimewa Yogyakarta tentunya memberikan peluang bagi pengusaha ataupun instansi untuk memasang reklame sebagai sarana promosi produk atau jasa yang dihasilkan yang sekaligus merupakan salah satu potensi penerimaan sektor pajak daerah.

Dari uraian tersebut, perumusan masalah yang ingin diungkapkan adalah :

1. Bagaimanakah laju pertumbuhan dan kontribusi masing – masing komponen pajak reklame?
2. Bagaimana posisi potensi masing – masing komponen pajak reklame tahun 2001 – 2005 di Kota Yogyakarta Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta?

1.3. Batasan Masalah

Pada penulisan ini batasan masalah yang diambil yaitu :

1. Daerah yang dijadikan objek penelitian adalah Kota Yogyakarta di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)

2. Data yang digunakan dalam analisis adalah data penerimaan tiap komponen pajak reklame pada tahun 2001 sampai dengan tahun 2005.
3. Analisa dilakukan dengan analisis potensi.
4. Penghitungan potensi dilakukan dengan menganalisis secara umum data – data penerimaan masing – masing komponen pajak reklame, kemudian menggunakan pendekatan matrik Boston Consulting Group (BCG) untuk mengetahui potensi tiap komponen pajak reklame.
5. Komponen – komponen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pajak reklame jenis papan, cahaya, baliho, papan harian, tempelan, selebaran, berjud/balon udara, kain, kain harian, kendaraan dan sekaten.

1.4. Tujuan Penulisan

Tujuan penulisan skripsi ini yaitu

1. Mendapatkan informasi tentang laju pertumbuhan dan kontribusi tiap komponen pajak reklame, sehingga dapat mencari jalan untuk meningkatkan pertumbuhan dan kontribusi pajak reklame yang laju pertumbuhannya lambat dan kontribusinya kecil.
2. mendapatkan perkiraan potensi dari pajak reklame, sehingga bisa diperkirakan juga tindakan apa yang akan dilakukan untuk menggali potensi yang ada tersebut.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan diperoleh dari penelitian ini yaitu :

1. Bagi penulis

Penelitian ini merupakan kesempatan untuk mengembangkan dan menerapkan teori yang diperoleh selama studi, sehingga dapat menambah pengetahuan, khususnya di bidang terapan ilmu ekonomi dan juga untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

2. Bagi pihak lain

Dapat memberikan tambahan informasi yang berguna bagi yang ingin mendalami topik yang serupa.

3. Bagi Pemerintah Daerah Yogyakarta

Dapat memberikan masukan yang berarti tentang potensi pajak reklame bagi Kota Yogyakarta.

1.6. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang akan digunakan yaitu

1. Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini, obyek yang akan diteliti berlokasi di Kota Yogyakarta Daerah Istimewa Yogyakarta.

2. Metode Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian ini digunakan dua cara pengumpulan data yaitu :

1. Observasi

Pengamatan langsung pada obyek yang akan diteliti, yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang tepat mengenai obyek yang diteliti dan segala sesuatu yang berhubungan dengan penelitian ini.

2. Wawancara

Pengumpulan data dengan menanyakan langsung kepada seseorang yang berwenang untuk mendapatkan keterangan tentang data serta informasi yang dibutuhkan.

3. Metode Analisa

Dalam penelitian ini akan digunakan analisis potensi yang dikembangkan dari metode pendekatan matrik Boston Consulting Group (BCG).

a. Analisis Potensi

1. Menghitung kontribusi masing – masing komponen pajak reklame

$$\frac{\text{Realisasi penerimaan tiap komponen pajak reklame}}{\text{Realisasi penerimaan pajak reklame keseluruhan}} \times 100\%$$

2. Menghitung laju pertumbuhan masing – masing komponen pajak reklame

$$\frac{Y_x - Y_{x-1}}{Y_{x-1}} \times 100\%$$

Dimana :

Y_x = Pendapatan tiap komponen pajak reklame tahun tertentu

Y_{x-1} = Pendapatan tiap komponen pajak reklame tahun sebelumnya

3. Pendekatan Metode Matrik Boston Consulting Group (BCG)

Yaitu memetakan potensi tiap komponen pajak reklame menjadi empat kategori potensi yaitu Prima, Gemuk, Berkembang, Terbelakang berdasarkan tingkat kontribusi dan laju pertumbuhannya, yaitu :

- **Prima** : Jenis penerimaan yang memiliki kontribusi dan laju pertumbuhan yang relatif tinggi.
- **Gemuk** : Jenis penerimaan yang memiliki kontribusi di atas rata – rata, tetapi pertumbuhannya relatif rendah.
- **Berkembang** : Jenis penerimaan yang memiliki kontribusi relatif kecil, namun pertumbuhannya tinggi.
- **Terbelakang** : Jenis penerimaan yang memiliki kontribusi dan pertumbuhan yang rendah.

GAMBAR 1.1

Pendekatan Metode Matrik Boston Consulting Group (BCG)

		PERTUMBUHAN	
		≥ 1	< 1
KONTRIBUSI	≥ 1	PRIMA	GEMUK
	< 1	BERKEMBANG	TERBELAKANG

Sumber : Supramono (2003, hal.40)²

b. Analisis Hasil

Setelah hasil perhitungan telah didapatkan semuanya, kemudian dilakukan analisis hasil, yaitu akan dianalisis arti dari angka-angka dari hasil perhitungan.

1.7 Sistematika Penelitian

Bab I : Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian yang digunakan, dan sistematika penelitian.

² Christine Wijayanti, Raden Ajeng. *Analisis Potensi dan Optimalisasi Pajak dan Retribusi Daerah Sebagai Sumber PAD Kota Batam. Gam. Oleh Supramono. Skripsi S1. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2005 (Tidak Dipublikasikan)*

Bab II : Pajak Daerah dan Evaluasinya

Bab ini membahas teori tentang perpajakan, khususnya tentang pajak daerah, dan pajak reklame, serta teori tentang analisis potensi yang digunakan.

Bab III: Gambaran umum Kota Yogyakarta

Bab ini berisi tentang gambaran umum Kota Yogyakarta sebagai obyek yang diteliti.

Bab IV: Analisis data

Bab ini berisi tentang analisis data yang telah diperoleh untuk mendapatkan hasil yang ingin diketahui.

Bab V : Kesimpulan dan saran

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang diperoleh dari hasil analisis.