

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Pajak adalah iuran atau uang yang wajib dibayarkan oleh setiap orang atau perusahaan kepada pemerintah tanpa mendapat balasan langsung (Mardiasmo, 2018). Pajak ini ditetapkan berdasarkan aturan hukum yang harus dipatuhi oleh semua warga negara dan badan usaha (Suryono, 2010). Sedangkan dalam Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022, pajak dijelaskan sebagai kontribusi wajib yang harus dibayar ke pemerintah daerah oleh warga atau badan hukum berdasarkan undang-undang tanpa balasan langsung, yang digunakan untuk kepentingan daerah dan kesejahteraan masyarakat (UU No. 1 Tahun 2022).

Pajak tidak hanya berfungsi sebagai sumber uang bagi pemerintah, tapi juga sebagai alat untuk mengatur kegiatan ekonomi masyarakat (Mardiasmo, 2018). Pajak membantu pemerintah mengendalikan penggunaan barang dan jasa, serta membantu mengurangi kesenjangan antara kelompok masyarakat kaya dan miskin (Suryono, 2010).

Penerimaan daerah merupakan salah satu indikator utama yang menunjukkan tingkat kemandirian fiskal suatu daerah. Semakin besar kontribusi Pendapatan Asli Daerah (PAD), semakin kecil ketergantungan daerah terhadap dana transfer dari pemerintah pusat (Mardiasmo, 2018). Dalam konteks desentralisasi fiskal, PAD menjadi instrumen strategis untuk memperkuat kapasitas keuangan daerah dalam membiayai pembangunan yang berkelanjutan (UU No. 1 Tahun 2022). Hal ini sejalan dengan amanat Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, yang mendorong setiap daerah untuk mengelola keuangannya secara mandiri dan akuntabel (UU No. 23 Tahun 2014).

Salah satu komponen utama PAD adalah pajak daerah, yang memiliki karakteristik berkelanjutan dan bersumber dari potensi ekonomi lokal (Mardiasmo, 2018). Pajak daerah mencerminkan partisipasi langsung masyarakat dalam pembiayaan pembangunan, dimana pungutan pajak ini bersifat memaksa dan diatur oleh undang-undang tanpa adanya balas jasa langsung kepada wajib pajak (UU No. 1 Tahun 2022,

Pasal 1 Ayat 34; UU KUP). Oleh sebab itu, pajak daerah menjadi pilar penting dalam menunjang keuangan daerah yang independen.

Dalam berbagai jenis pajak daerah, pajak reklame memiliki potensi besar terutama di wilayah perkotaan yang memiliki tingkat aktivitas ekonomi tinggi (Bapenda DKI Jakarta, 2023). Pajak reklame dikenakan atas penyelenggaraan reklame yang dipasang di ruang publik maupun media lain, baik untuk kepentingan komersial maupun non-komersial (UU No. 1 Tahun 2022, Pasal 23).

Mardiasmo (2018) menjelaskan bahwa pajak reklame adalah pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah atas kegiatan penyelenggaraan reklame sebagai bentuk kontribusi wajib dari pelaku usaha yang memanfaatkan media tersebut untuk kepentingan promosi. Pajak ini memiliki karakteristik sebagai pajak daerah yang bersifat memaksa dan diatur dalam regulasi daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Bapenda DKI Jakarta (2023) mengartikan pajak reklame sebagai pajak atas penyelenggaraan reklame yang meliputi berbagai media seperti baliho, spanduk, neon box, videotron, dan sejenisnya, yang digunakan untuk tujuan komersial. Pajak ini bertujuan tidak hanya untuk pendapatan daerah, tetapi juga untuk mengatur tata ruang dan estetika kota.

Kota Jambi merupakan salah satu daerah dengan pertumbuhan ekonomi yang pesat dan perkembangan sektor jasa yang signifikan (BPS Kota Jambi, 2022). Peningkatan ini mendorong kebutuhan akan media promosi dan reklame sebagai strategi pemasaran yang efektif (BPS Kota Jambi, 2022). Namun, realisasi penerimaan pajak reklame Kota Jambi belum mencapai potensi maksimal yang seharusnya diperoleh, sebagaimana terungkap dalam laporan penerimaan daerah (BPPRD Kota Jambi, 2023).

Permasalahan utama dalam pengelolaan pajak reklame di Kota Jambi telah muncul sejak beberapa tahun terakhir, khususnya pada periode 2018 hingga sekarang (Sujatmiko, 2021). Salah satu kendala signifikan adalah kurangnya pendataan dan registrasi objek reklame secara komprehensif, yang menyebabkan banyak reklame tidak terdata atau tidak membayar pajak sesuai ketentuan (Kurniawan, 2021). Pendataan yang kurang rapi ini diperparah dengan penggunaan sistem manual dalam pencatatan dan pelaporan pajak

reklame, sehingga menimbulkan risiko duplikasi data dan hilangnya potensi pendapatan daerah (Pratiwi & Fauzan, 2020).

Selain itu, tingkat kepatuhan wajib pajak reklame di Kota Jambi juga masih rendah, terutama karena kurangnya sosialisasi dan edukasi mengenai kewajiban perpajakan (Sujatmiko, 2021). Banyak pelaku usaha yang memasang reklame tanpa izin atau dengan izin yang sudah kadaluarsa, sehingga berkontribusi pada kerugian PAD (BPPRD Kota Jambi, 2023).

Lemahnya pengawasan terhadap pemasangan reklame ilegal juga menjadi masalah serius. Inspeksi lapangan yang terbatas serta kurangnya koordinasi antara BPPRD, Satpol PP, dan Dinas Perizinan menyebabkan reklame yang tidak sesuai aturan tetap banyak ditemukan di beberapa titik strategis Kota Jambi (Pratiwi & Fauzan, 2020). Misalnya, sepanjang jalan utama di pusat kota, banyak reklame yang belum berizin atau tidak membayar pajak reklame secara resmi (BPPRD Kota Jambi, 2023).

Hingga tahun 2022, pengawasan masih menggunakan metode manual tanpa dukungan teknologi digital yang mampu melakukan pemantauan secara real-time, sehingga penegakan aturan dan penertiban reklame ilegal berjalan lambat dan kurang efisien (Kurniawan, 2021). Semua permasalahan ini berdampak pada rendahnya optimalisasi penerimaan pajak reklame yang sebenarnya memiliki potensi besar untuk meningkatkan PAD Kota Jambi (BPS Kota Jambi, 2022). Oleh karena itu, diperlukan strategi yang inovatif, termasuk pemanfaatan teknologi informasi, peningkatan koordinasi lintas instansi, dan penguatan edukasi kepada masyarakat dan pelaku usaha (Mardiasmo, 2018).

Untuk mengatasi berbagai hambatan dalam pengelolaan pajak reklame, BPPRD Kota Jambi telah membuat inovasi berupa aplikasi bernama SIMPATI. Aplikasi ini memudahkan masyarakat untuk melaporkan dan membayar pajak secara online melalui e-SPTPD, serta menyediakan layanan tanya jawab langsung lewat fitur live chat (BPPRD Kota Jambi, 2023). Dengan adanya aplikasi ini, proses administrasi diharapkan bisa berjalan lebih cepat dan masyarakat menjadi lebih taat membayar pajak karena layanannya lebih mudah diakses (Mardiasmo, 2018).

Selain itu, Pemerintah Kota Jambi juga membentuk Tim Optimalisasi Ketaatan Wajib Pajak berdasarkan Surat Keputusan Wali Kota Nomor 198 Tahun 2023. Tugas tim ini adalah menertibkan reklame yang dipasang tanpa izin atau yang izinnya sudah habis (Instruksi Wali Kota Jambi No. 3 Tahun 2023). Penertiban dilakukan secara rutin dengan melibatkan berbagai instansi, seperti Satpol PP, Dinas Perizinan, dan Dinas Pekerjaan Umum (BPPRD Kota Jambi, 2023).

Walaupun langkah-langkah tersebut sudah dilakukan, hasilnya masih belum maksimal. Beberapa kendala yang dihadapi antara lain adalah kurangnya jumlah petugas di lapangan, terbatasnya dana operasional, dan kurangnya sosialisasi atau informasi kepada masyarakat dan pelaku usaha (Sujatmiko, 2021). Selain itu, sistem pengawasan yang belum sepenuhnya digital membuat pemerintah kesulitan dalam memantau reklame yang ilegal secara langsung dan cepat (Kurniawan, 2021).

Menurut teori perpajakan, keberhasilan pajak daerah sangat tergantung pada tiga hal utama: sistem pemungutan pajak yang efisien, kepatuhan masyarakat dalam membayar pajak, dan kemampuan pemerintah dalam menegakkan aturan (Musgrave, 1959). Oleh karena itu, BPPRD perlu meningkatkan kerja sama antarinstansi, memperbarui data reklame yang ada, dan memberikan edukasi serta sosialisasi yang lebih intens kepada masyarakat (Mardiasmo, 2018).

Penelitian tentang strategi pajak reklame ini penting dilakukan untuk melihat apakah kebijakan yang sudah diterapkan selama ini benar-benar efektif, serta untuk mengetahui apa saja masalah yang masih menjadi penghambat. Penggunaan teknologi informasi dipandang sebagai solusi utama karena dapat membantu menyelesaikan berbagai masalah struktural dan administratif dalam proses pajak reklame (Kurniawan, 2021).

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini akan fokus pada strategi BPPRD Kota Jambi dalam meningkatkan penerimaan pajak reklame. Fokus utamanya adalah penggunaan teknologi, penindakan terhadap reklame ilegal, dan peningkatan kesadaran wajib pajak. Harapannya, hasil penelitian ini bisa menjadi masukan penting bagi pemerintah daerah dalam membuat kebijakan fiskal yang lebih efektif dan berkelanjutan.

## **1.2 Masalah Utama Laporan**

Berdasarkan konteks yang telah dibahas sebelumnya, masalah inti dalam laporan ini adalah sebagai berikut:

1. Apa strategi yang digunakan oleh Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah (BPPRD) Kota Jambi untuk meningkatkan pendapatan dari pajak reklame?
2. Apa Upaya yang dilakukan oleh Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah (BPPRD) Kota Jambi dalam mengatasi tantangan tersebut guna mengoptimalkan penerimaan pajak reklame?

## **1.3 Tujuan dan Manfaat Penulisan**

### **1.3.1 Tujuan Penulisan**

Sesuai dengan isu yang diuraikan di atas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis strategi yang diterapkan oleh Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah (BPPRD) Kota Jambi dalam meningkatkan pendapatan pajak reklame.
2. Untuk mengidentifikasi langkah-langkah yang diambil oleh Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah (BPPRD) Kota Jambi dalam mengatasi masalah tersebut untuk mengoptimalkan penerimaan pajak reklame.

### **1.3.2 Manfaat Penulisan**

Adapun manfaat dari penulisan laporan ini adalah sebagai berikut:

#### **a. Bagi Penulis**

Laporan ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman penulis mengenai kontribusi pajak reklame terhadap strategi optimalisasi penerimaan pajak reklame oleh Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Jambi, serta penelitian ini merupakan salah satu prasyarat untuk memperoleh gelar pada Program Studi Diploma III Perpajakan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.

#### **b. Bagi Kantor BPPRD Kota Jambi**

Temuan dalam laporan ini dapat memberikan wawasan berharga bagi kantor BPPRD Kota Jambi sehingga dapat lebih efektif dalam mencapai tujuan mereka.

#### **c. Bagi Pembaca**

Diharapkan melalui penulisan ini, pembaca dapat memperoleh informasi yang bermanfaat mengenai kontribusi pajak reklame terhadap strategi yang diterapkan

oleh Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Jambi dalam upaya optimalisasi penerimaan pajak reklame, serta laporan ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya..

## **1.4 Metode Penulisan**

### **1.4.1 Metode Pengumpulan Data**

Untuk mengumpulkan data yang diperlukan, penulis menggunakan metode sebagai berikut:

#### **1. Observasi**

Metode ini melibatkan kunjungan langsung ke lokasi yang menjadi objek laporan untuk melakukan pengamatan.

#### **2. Wawancara**

Pengumpulan data ini dilakukan melalui diskusi dan tanya jawab terkait topik penelitian dengan pihak berwenang.

#### **3. Studi Pustaka**

Melalui pengumpulan dan analisis berbagai sumber literatur yang relevan guna memperkuat landasan teori yang akan diuji atau dibahas.

### **1.4.2 Jenis Data**

Data yang diperoleh bersumber dari dua kategori:

#### **1. Data Primer :**

Data ini dikumpulkan melalui wawancara langsung dengan pegawai Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah.

#### **2. Data Sekunder :**

Data sekunder diperoleh melalui dokumen resmi seperti peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan perpajakan dan literatur yang berkaitan dengan penerapan teknologi informasi untuk pajak reklame.

## **1.5 Waktu dan Lokasi Magang**

### **1.5.1 Waktu Magang**

Waktu : 12 Februari 2025 - 29 April 2025.

Lokasi : Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah

Alamat : Jl. Jend. Basuki Rahmat, Kelurahan Paal Lima, Kecamatan Kota Baru, Kota Jambi 36129, Provinsi Jambi.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Adapun Sistematika dalam penulisan laporan tugas akhir ini terdiri dari :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini penulis mengulas mengenai latar belakang alasan penulisan memilih judul yang, berisi rumusan masalah, tujuan kemudian manfaat penulisan laporan tugas akhir serta penjelasan mengenai metode penulisan jenis data dan metode pengumpulan data pada penulisan laporan ini.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Pada Bab ini penulis menguraikan teori-teori yang menjadi landasan dalam menjawab rumusan masalah pada laporan ini seperti halnya landasan teori mengenai bagaimana Langkah-langkah ataupun penerapan didalam teknologi informasi mengenai pajak reklame di BPPRD yang berlaku serta jenis, fungsi dan penerapan yang dilakukan BPPRD secara lengkap.

### **BAB III : PEMBAHASAN**

Bab ini berisi Gambaran umum Perusahaan, Struktur Organisasi dan bidang kerja. Visi dan Misi BPPRD dan berisi pembahasan mengenai rumusan masalah yang dirumuskan oleh penulis.

### **BAB IV : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini memuat tentang penjelasan Kesimpulan dan Saran dari hasil Pembahasan dari laporan tugas akhir ini.