

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam sejarah pemerintahan daerah di Indonesia, sejak Indonesia merdeka sampai saat ini pajak dan retribusi daerah telah menjadi sumber penerimaan yang dapat diandalkan bagi daerah. Bahkan dalam Undang-Undang Nomor 5 tahun 1974 pajak dan retribusi daerah dimasukkan menjadi pendapatan asli daerah.

Pemerintah Indonesia telah mencanangkan reformasi di bidang akuntansi. Salah satu reformasi yang dilakukan adalah keharusan penerapan akuntansi berbasis akrual pada setiap instansi pemerintahan, baik pemerintah pusat maupun pemerintahan daerah, yang dimulai tahun anggaran 2008. Hal ini ditegaskan dalam Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara dalam Pasal 36 ayat (1) yang berbunyi: *"Ketentuan mengenai pengakuan dan pengukuran pendapatan dan belanja berbasis akrual sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 angka 13, 14, 15, dan 16 undang-undang ini dilaksanakan selambat-lambatnya dalam 5 (lima) tahun. Selama pengakuan dan pengukuran pendapatan dan belanja berbasis akrual belum dilaksanakan, digunakan pengakuan dan pengukuran berbasis kas."*

Demikian halnya dengan Kabupaten Gorontalo yang pembangunannya semakin berkembang dan maju secara pesat seiring dengan berlakunya otonomi daerah dan masuknya para investor baik dari dalam maupun luar negeri membuat persaingan usaha semakin ketat dan bersaing. Kondisi seperti itu menuntut perusahaan untuk selalu mengembangkan strategi perusahaan agar dapat terus berkembang mempertahankan eksistensinya. Setiap perusahaan yang ada selalu berusaha untuk menjadi yang terbaik dalam segala hal. Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan berusaha untuk menarik perhatian konsumen dengan cara melakukan promosi-promosi baik untuk memperkenalkan maupun memasarkan produknya. Salah satu strategi yang dilakukan perusahaan dalam memperkenalkan dan memasarkan produknya sehingga penjualan (pendapatan) perusahaan meningkat serta dapat memperluas pangsa pasar perusahaan adalah melalui media periklanan (reklame).

Siahaan (2010: 381) sesuai dengan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 1 angka 26 dan 27, Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Sedangkan yang dimaksud dengan reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan atau dinikmati oleh umum.

Selanjutnya, pengertian Pajak reklame berdasarkan Peraturan Daerah (PERDA) Kabupaten Gorontalo Nomor 04 Tahun 2011 pasal 1 angka 13 dan 14 menyatakan bahwa Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Sedangkan reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum.

Sama seperti daerah lain Kabupaten Gorontalo memiliki ribuan spanduk, baliho, dan papan reklame dengan berbagai ukuran bahkan ada yang tergolong raksasa. Reklame tersebut terkait dengan promosi atau perkenalan suatu produk. Sudah tentu dengan banyaknya pemasangan reklame ini telah diatur sedemikian rupa oleh jajaran pemerintah Kabupaten Gorontalo, agar tidak menyalahi faktor estetika atau keindahan maupun potensi pajak yang bisa dihimpun guna mendongkrak pendapatan asli daerah (PAD) dari sektor ini.

Berikut ini adalah data Laporan Realisasi Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) Pemerintah Kabupaten Gorontalo untuk kategori jenis Pajak Reklame dari tahun 2008 sampai dengan tahun 2012.

Laporan Realisasi Anggaran Pendapatan Dan Belanja Daerah

Kabupaten Gorontalo Tahun 2008-2012

Tahun	Uraian	Anggaran (Rp)	Realisasi		Lebih/ (Kurang) (Rp)
			Periode Ini Rp	Total (Rp)	
2008	Pajak Reklame	250.000.000	217.048.900	217.048.900	(32.951.100)
	Reklame Papan/ <i>billboard</i>	237.500.000	206.988.150	206.988.150	(30.511.850)
	Reklame Kain	5.000.000	6.480.500	6.480.500	1.480.500
	Reklame Melekat/stiker	0	2.405.250	2.405.250	2.405.250
	Reklame Selebaran	5.000.000	375.000	375.000	(4.625.000)
	Reklame Berjalan	2.500.000	800.000	800.000	(1.700.000)
2009	Pajak Reklame	275.000.000	187.773.750	187.773.750	(87.226.250)
	Reklame Papan/ <i>billboard</i>	263.400.000	176.751.250	176.751.250	(86.648.750)
	Reklame Kain	7.500.000	6.735.000	6.735.000	(765.000)
	Reklame Melekat/stiker	2.000.000	1.087.500	1.087.500	(912.500)
	Reklame Berjalan	2.100.000	3.200.000	3.200.000	1.100.000
2010	Pajak Reklame	350.000.000	227.097.450	227.097.450	(122.902.550)
	Reklame Papan/ <i>billboard</i>	350.000.000	208.854.450	208.854.450	(141.145.550)
	Reklame Kain	0	15.788.000	15.788.000	15.788.000
	Reklame Melekat/stiker	0	705.000	705.000	705.000
	Reklame Selebaran	0	450.000	450.000	450.000
	Reklame Berjalan	0	1.300.000	1.300.000	1.300.000
2011	Pajak Reklame	300.000.000	279.584.450	279.584.450	(20.415.550)
	Reklame Papan/ <i>billboard</i>	300.000.000	223.172.750	223.172.750	(76.827.250)
	Reklame Kain	0	11.016.000	11.016.000	11.016.000
	Reklame Melekat/stiker	0	4.750.000	4.750.000	4.750.000
	Reklame Berjalan	0	3.300.000	3.300.000	3.300.000
	Reklame Bersinar	0	37.345.700	37.345.700	37.345.700
2012	Pajak Reklame	300.000.000	366.913.359	366.913.359	66.913.359
	Reklame Papan/ <i>billboard</i>	300.000.000	197.503.075	197.503.075	(197.503.075)
	Reklame Kain	0	93.847.002	93.847.002	93.847.002
	Reklame Melekat/stiker	0	2.392.438	2.392.438	2.392.438
	Reklame Berjalan	0	5.200.000	5.200.000	5.200.000
	Reklame Bersinar	0	67.970.844	67.970.844	67.970.844

Sumber : Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah

(DPPKAD) Kabupaten Gorontalo

Berdasarkan data laporan realisasi anggaran pendapatan dan belanja daerah diatas, jumlah anggaran Pajak Reklame pada tahun 2008 sampai dengan tahun 2012 pada umumnya mengalami peningkatan dan penurunan. Data menunjukkan di tahun 2008 jumlah anggaran Pajak Reklame sebesar Rp. 250.000.000,- dengan total realisasi sebesar

Rp.217.048.900,- yang berarti terjadi selisih kurang sebesar Rp. 32.951.100,-. Berikutnya di tahun 2009 jumlah anggaran Pajak Reklame menjadi Rp. 275.000.000,- dengan total realisasi sebesar Rp. 187.773.750,- yang berarti terjadi selisih kurang sebesar Rp. 87.226.250,-. Selanjutnya di tahun 2010 jumlah anggaran Pajak Reklame sebesar Rp. 350.000.000,- dengan total realisasi sebesar Rp. 227.097.450,- sehingga terjadi selisih kurang sebesar Rp. 122.902.550,-. Sementara di tahun 2011 mengalami penurunan jumlah anggaran Pajak Reklame sebesar Rp. 300.000.000,- dengan total realisasi mencapai Rp. 279.584.450,- namun masih mengalami selisih kurang sebesar Rp. 20.415.550,-. Sedangkan untuk tahun 2012 dengan jumlah anggaran Pajak Reklame yang sama sebesar Rp. 300.000.000,- dengan total realisasi sebesar Rp. 366.913.359,- yang berarti terjadi selisih lebih sebesar Rp. 66.913.359,-.

Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPPKAD) Kabupaten Gorontalo sebagai unsur pelaksana berusaha semaksimal mungkin menentukan besarnya target serta berupaya meningkatkan realisasi Pajak Reklame yang dipungut sebagai bentuk pengelolaan sumber- sumber pendapatan asli daerah yang dilakukan oleh pemerintah daerah dalam hal penyelenggaraan pemerintahan di Kabupaten Gorontalo.

Sebagaimana informasi yang diperoleh dari instansi DPPKAD Kabupaten Gorontalo, pemerintah Kabupaten Gorontalo melalui Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPPKAD) telah

berusaha secara maksimal dalam mengoptimalkan pendapatan daerah melalui pemungutan pajak, diantaranya yaitu Pajak Reklame. Dengan demikian penerimaan pajak reklame di Kabupaten Gorontalo diproyeksikan akan selalu mengalami peningkatan dengan bertambah banyaknya perusahaan yang menggunakan media periklanan (reklame) untuk tujuan komersial dan memberikan kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah.

Berikut ini adalah data target dan realisasi pendapatan daerah Kabupaten Gorontalo dari tahun 2008 sampai dengan tahun 2012.

Tabel 1.1

Target Dan Realisasi Pendapatan Daerah

Pajak Reklame Kabupaten Gorontalo Tahun 2008-2012

Tahun Anggaran	Pendapatan Asli Daerah (PAD)		Persentase Capaian
	Target	Realisasi	
2008	250.000.000	217.048.900	86,82%
2009	275.000.000	187.773.750	68,28%
2010	350.000.000	227.097.450	64,88%
2011	300.000.000	279.584.450	93,19%
2012	300.000.000	366.913.359	122,30%

Sumber : Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPPKAD) Kabupaten Gorontalo (data diolah)

Berdasarkan tabel 1.1 diatas menunjukkan target dan realisasi penerimaan pajak Kabupaten Gorontalo tahun anggaran 2008 sampai dengan tahun 2012 mengalami peningkatan dan penurunan, dimana anggaran tahun 2008 dengan target Rp. 250.000.000,- terealisasi sebesar

Rp. 217.000.000,- atau dengan pencapaian sebesar 86,82 %, pada tahun anggaran 2009 dengan target Rp. 275.000.000,- terealisasi sebesar Rp. 187.773.750,- atau mengalami penurunan dengan presentase capaian 68,28 %, selanjutnya pada tahun anggaran 2010 dengan target Rp. 350.000.000,- dengan jumlah realisasi Rp. 227.097.450,- masih mengalami penurunan dengan persentase sebesar 64,88 %, sementara untuk tahun anggaran 2011 dengan target Rp. 300.000.000,- mengalami peningkatan presentase capaian 93,19 % dengan jumlah realisasi sebesar 279.584.450,- dan pada tahun 2012 jumlah penerimaan penyelenggaraan reklame yang ditargetkan sebesar Rp. 300.000.000,- berhasil terealisasi sebesar Rp.366.913.359,- atau mencapai peningkatan dengan persentase capaian 122,30%.

Sehubungan dengan hal tersebut, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai pemungutan pajak reklame yang selanjutnya dituangkan dalam judul **“PENERAPAN BASIS AKRUAL PAJAK REKLAME DAN KONTRIBUSINYA TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH DI KABUPATEN GORONTALO”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yakni:

1. Reformasi penerapan akuntansi berbasis akrual pada setiap instansi pemerintahan, baik pemerintah pusat maupun pemerintahan daerah sebagai salah satu sarana pendukung yang diperlukan dalam rangka transparansi dan akuntabilitas pemerintah.
2. Proses pengawasan pemungutan pajak reklame yang kurang maksimal, serta kurangnya kesadaran dan kepatuhan wajib pajak dalam melunasi pajak reklame berdampak terhadap jumlah penerimaan pendapatan asli daerah (PAD) di Kabupaten Gorontalo.

1.3 Rumusan Masalah

Sehubungan dengan uraian tersebut di atas, maka permasalahan yang penulis rumuskan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan basis akrual Pajak Reklame di Kabupaten Gorontalo ?
2. Berapa besar kontribusi Pajak Reklame terhadap pendapatan asli daerah di Kabupaten Gorontalo ?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui penerapan basis akrual pajak reklame di Kabupaten Gorontalo.
2. Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah di Kabupaten Gorontalo.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoretis

Dari segi teoritis, dapat menambah dan memperluas wawasan peneliti serta menerapkan teori-teori yang telah diperoleh selama peneliti kuliah di Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo.

1.5.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman, pedoman dan bahan rujukan bagi rekan mahasiswa, masyarakat, dan pelaku bisnis. Serta menjadi bahan masukan untuk pertimbangan dan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi pemerintah daerah ataupun instansi terkait. Sehingga pemerintah dalam pelaksanaan pemungutan pajak reklame nantinya dapat dimaksimalkan serta memberikan kesadaran bagi masyarakat dalam membayar dan melunasi pajak.