

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia menjalankan pemerintahannya melalui sistem otonomi daerah. Dalam ranah sosial dan politik, otonomi daerah merupakan bentuk reformasi dalam tata kelola pemerintahan provinsi, kabupaten, dan kota. Sistem ini dimaksudkan untuk menjawab berbagai tuntutan perubahan konstitusional yang muncul dari pihak dalam maupun luar negeri. Pada dasarnya, otonomi daerah mengharuskan pemerintah daerah untuk membiayai sendiri kegiatan-kegiatan yang mereka laksanakan (Ariyanti R et al., 2020).

Pemerintah daerah harus memaksimalkan pendapatan yang bersumber dari daerah sendiri guna meningkatkan kemandirian fiskal mereka. Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang mencakup pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan aset pemerintah daerah, serta sumber pendapatan daerah sah lainnya merupakan komponen penting dari pendapatan ini. Salah satu sumber potensial utama PAD adalah pajak reklame, yang merupakan jenis pajak daerah. Total penerimaan dari pajak daerah sangat dipengaruhi oleh besarnya pendapatan yang diperoleh dari pajak reklame (Natalia & Kusumaningtyas, 2023).

Dalam konteks Kota Bukittinggi, Provinsi Sumatera Barat, pemungutan pajak reklame diatur melalui peraturan daerah. Pajak reklame di Kota Bukittinggi diatur berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bukittinggi No. 8 Tahun 2023 serta Peraturan Wali Kota Bukittinggi Nomor 19 Tahun 2024 sebagai aturan pelaksanaannya. Regulasi tersebut mengatur tata cara pemungutan, pembayaran, penetapan, hingga

penagihan pajak reklame di Kota Bukittinggi. Dengan adanya regulasi terbaru tersebut, pemerintah daerah diharapkan mampu mengoptimalkan penerimaan pajak reklame sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (Pemerintah Kota Bukittinggi, 2023).

Menurut Putri (2016) Potensi pendapatan pajak reklame di kota ini masih tergolong rendah. Realisasi pendapatan pada tahun 2013 tercatat sebesar Rp745.057.333, sedangkan estimasi potensi pendapatan untuk tahun 2015 adalah Rp182.614.155. Sebagian besar pendapatan pajak ini sebelumnya berasal dari iklan rokok, namun sejak tahun 2014, iklan tersebut telah dilarang. Akibat adanya larangan ini, potensi pendapatan pajak reklame pun mengalami penurunan.

Penerimaan Pajak reklame dari videotron merupakan sumber utama pendapatan pajak reklame di Kota Bukittinggi; bentuk reklame lainnya seperti yang menggunakan media kain, stiker, atau reklame bergerak, udara, terapung, audio, film/slide, dan demonstrasi/peragaan memberikan kontribusi pendapatan yang jauh lebih kecil. Guna menghimpun pendapatan dari kategori reklame yang saat ini kinerjanya masih rendah, pemerintah daerah perlu memperluas basis pajak reklame dan mengintensifkan upaya pemungutan. (Putri, 2016).

Bukittinggi merupakan destinasi wisata populer di Provinsi Sumatra Barat yang mana memiliki banyak peluang untuk pemasangan papan reklame dan periklanan. Tingginya aktivitas perdagangan, jasa, kuliner, dan pariwisata di Kota Bukittinggi menjadikan kota ini sebagai lokasi strategis bagi pelaku usaha untuk melakukan promosi melalui reklame. Status Kota Bukittinggi sebagai kota wisata yang ramai pengunjung dapat menarik minat pelaku usaha untuk memasang reklame sebagai media promosi.

Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk mengkaji efektivitas penerimaan pajak reklame, tantangan dalam pengelolaan pajak ini, serta inisiatif dan strategi yang dapat diterapkan oleh pemerintah daerah untuk mengatasi berbagai persoalan terkait penerimaan pajak reklame di Kota Bukittinggi. Pembahasan ini dituangkan dalam tugas akhir yang berjudul “Analisis Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame di Kota Bukittinggi”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana tingkat efektivitas pemungutan pajak reklame di Kota Bukittinggi dalam kurun waktu 2021 hingga 2025 berdasarkan perbandingan antara target dan realisasi penerimaan?
2. Apa saja kendala yang dihadapi dalam penerimaan pajak reklame di Kota Bukittinggi?
3. Bagaimana upaya dan strategi yang dapat dilakukan oleh Pemerintah Kota Bukittinggi, khususnya Badan Keuangan, untuk mengatasi kendala dalam penerimaan pajak reklame di masa mendatang?

1.3 Tujuan Penulisan

1. Untuk mengidentifikasi tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame di Kota Bukittinggi dalam kurun waktu 2021 hingga 2025 berdasarkan perbandingan antara target dan realisasi penerimaan.
2. Untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam penerimaan pajak reklame di Kota Bukittinggi.
3. Untuk mengetahui upaya dan strategi yang dapat dilakukan oleh Pemerintah Kota Bukittinggi, khususnya Badan Keuangan, untuk mengatasi kendala dalam penerimaan pajak reklame di masa mendatang.

1.4 Metode Penulisan

Observasi atau pengamatan dalam penulisan ini dilaksanakan di Badan Keuangan Kota Bukittinggi. Lokasi ini dipilih karena Badan Keuangan Kota Bukittinggi merupakan instansi utama yang mengelola keuangan daerah, salah satunya penerimaan Pajak Daerah. Dengan itu, lokasi ini relevan untuk memperoleh data yang diperlukan dalam menjawab rumusan masalah dalam penulisan ini.

1.4.1 Jenis Observasi

Jenis observasi yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan dukungan data kualitatif. Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk mengukur tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame di Kota Bukittinggi melalui perbandingan antara target dan realisasi penerimaan. Pendekatan kualitatif dipakai untuk memperoleh pemahaman mendalam terhadap kendala yang dihadapi dalam penerimaan pajak reklame dengan melakukan wawancara dengan staff bidang pendapatan. Dengan demikian, pembahasan ini menggunakan pendekatan *campuran (mixed-method)* agar hasilnya lebih menyeluruh.

1.4.2 Subjek dan Objek Observasi

Subjek observasi adalah staff pada Bidang Pendapatan Badan Keuangan Kota Bukittinggi, sebagai pihak yang bertanggung jawab atas pengelolaan penerimaan pajak reklame. Objek observasi adalah data penerimaan pajak reklame (target dan realisasi) di Kota Bukittinggi dalam periode 2021-2025.

1.4.3 Metode pengumpulan data

1. Observasi langsung: Melihat langsung aktivitas penerimaan pajak reklame di Badan Keuangan. Teknik observasi ini penting untuk memperoleh data faktual sesuai kondisi real.

2. Wawancara Dilakukan dengan staff bidang pendapatan Badan Keuangan untuk mendapatkan informasi mendalam mengenai faktor yang mempengaruhi penerimaan.
3. Dokumentasi Pengumpulan data sekunder seperti: laporan realisasi pajak reklame, laporan PAD, Peraturan Daerah.

1.4.4 Metode analisis data

1. Data kuantitatif (target dan realisasi pajak reklame) dianalisis dengan Rumus rasio efektivitas.
2. Data kualitatif dari wawancara dan observasi dianalisis dengan mengelompokkan kendala-kendala yang dihadapi dalam penerimaan pajak.

1.5 Waktu dan Tempat Magang

Magang dilaksanakan di Badan Keuangan Kota Bukittinggi. Pelaksanaan magang berlangsung selama 40 hari kerja, dimulai pada 5 Januari 2026 hingga 4 Maret 2026. Selama periode tersebut, penempatan kegiatan magang dilakukan di bagian Pendapatan.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Latar belakang, rumusan masalah, tujuan, proses penulisan, lokasi dan jadwal magang, serta struktur semuanya dibahas dalam bab ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas teori-teori dan regulasi yang relevan dengan rumusan masalah. Tinjauan pustaka mencakup konsep dasar Pajak, Pajak Daerah, Pajak Reklame,

definisi efektifitas. Tujuannya adalah memberikan landasan teoritis dan kerangka konseptual bagi analisis yang dilakukan.

BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI MAGANG

Bagian ini memaparkan profil Badan Keuangan Kota Bukittinggi sebagai lokasi magang. Uraian mencakup visi misi, tugas dan fungsi utama, struktur organisasi internal, serta peran Badan Keuangan. Bab ini memberikan konteks kelembagaan tempat magang dilakukan.

BAB IV HASIL OBSERVASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil observasi langsung yang didapatkan selama masa magang mengenai efisiensi pemungutan pajak reklame di Kota Bukittinggi. Pembahasan mencakup tingkat efektivitas pemungutan pendapatan, faktor-faktor yang memengaruhinya, serta berbagai inisiatif dan strategi untuk meningkatkan efektivitas tersebut.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi rangkuman jawaban atas rumusan masalah berdasarkan hasil observasi dan analisa yang ada di bab sebelumnya, serta saran-saran yang ditujukan bagi Badan Keuangan Kota Bukittinggi maupun pihak terkait lainnya untuk meningkatkan efektivitas penerimaan pajak reklame.

