

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan negara yang digunakan pemerintah untuk membiayai berbagai kebutuhan operasional pemerintahan. Selain sebagai sumber pendapatan, pajak juga berperan sebagai alat kebijakan untuk mengatur dan mendukung pelaksanaan program pemerintah, terutama dalam bidang sosial dan ekonomi. Pajak pada dasarnya adalah kontribusi wajib yang dikenakan kepada orang pribadi maupun badan usaha sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, tanpa adanya balas jasa secara langsung, dan dimanfaatkan untuk membiayai pembangunan guna mewujudkan kemakmuran masyarakat.

Pajak menjadi salah satu sumber utama pendapatan daerah karena dana yang dikumpulkan dari pajak digunakan untuk mendukung pembiayaan pembangunan serta penyediaan layanan bagi masyarakat. Pajak daerah memiliki peranan yang sangat penting dalam membiayai kegiatan administrasi serta pembangunan di wilayah-wilayah yang memiliki keterbatasan kapasitas pemerintahan. Selain itu, pajak daerah juga mencerminkan pelaksanaan otonomi daerah melalui kewenangan yang diberikan pemerintah pusat kepada daerah untuk mengelola keuangannya secara mandiri melalui kebijakan desentralisasi (Simamora & Wahyudin, 2024).

Sebagai daerah yang menerapkan sistem otonomi daerah, Jakarta memiliki karakteristik yang berbeda karena kedudukannya sebagai Ibu Kota Negara Republik Indonesia. Kondisi tersebut menyebabkan pelaksanaan otonomi daerah di Jakarta menjadi lebih kompleks, terutama terkait penyediaan sarana dan prasarana perkotaan serta penyelenggaraan pemerintahan yang memerlukan pembiayaan yang besar. Optimalisasi sumber pendapatan menjadi langkah penting bagi pemerintah daerah dalam menjaga stabilitas penerimaan. Salah satu sektor yang dinilai memiliki prospek tinggi di daerah perkotaan adalah Pajak Reklame. Hal ini berkaitan dengan peran strategis DKI Jakarta sebagai pusat ekonomi dan pemerintahan yang mendorong tingginya aktivitas bisnis, sehingga penggunaan media promosi oleh pelaku usaha semakin berkembang (Roisah, 2016).

Namun, tingginya potensi tersebut belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal. Masih maraknya reklame ilegal di Jakarta menjadi salah satu hambatan serius dalam pengelolaan pajak reklame. Berdasarkan pemberitaan PorosJakarta (2024), Kejaksaan Tinggi DKI Jakarta mencatat terdapat sekitar 7.000 reklame ilegal yang tidak membayar pajak kepada pemerintah daerah. Keberadaan reklame ilegal ini mengurangi potensi pendapatan daerah secara signifikan.

Keberadaan reklame ilegal masih menjadi persoalan serius dalam pengelolaan pajak daerah, khususnya di wilayah Jakarta Timur. Dilansir dari AntaraNews (2022), ditemukan sejumlah reklame tak berizin di wilayah Pulo Gadung, Jakarta Timur, khususnya di sepanjang Jalan Raya Pemuda. Reklame

ilegal tersebut dibongkar karena tidak memiliki izin resmi. Hal ini tentu menjadi tantangan serius bagi pemerintah dalam mengoptimalkan penerimaan pajak reklame serta menunjukkan adanya kebocoran potensi pendapatan yang seharusnya dapat dimaksimalkan.

Selain itu, berdasarkan hasil lapangan atau keadaan realitas yang ada di mana tingkat realisasi penerimaan pajak reklame di Kota Jakarta Timur menjadi yang terendah di antara kota lainnya di Jakarta, seperti yang ditunjukkan oleh tabel berikut:

Tabel 1.1 Realisasi Penerimaan Pajak Reklame di DKI Jakarta (Dalam Miliar Rupiah)

Tahun	Jakarta Barat	Jakarta Pusat	Jakarta Timur	Jakarta Selatan	Jakarta Utara
2020	108,19	200,71	91,96	217,74	94,82
2021	117,99	212,46	99,12	265,99	95,82
2022	169,74	288,76	134,88	365,86	136,16
2023	144,76	241,96	121,85	344,26	120,37
2024	159,45	246,05	119,07	310,17	124,53
Total	700,15	1.189,95	566,90	1.504,04	571,72

Sumber: Bapenda Provinsi DKI Jakarta, data diolah (2025)

Berdasarkan data tersebut, pada periode 2020 sampai dengan 2024, diketahui realisasi penerimaan pajak reklame di Kota Jakarta Timur lebih kecil jika dibandingkan dengan tingkat penerimaan pajak reklame di Kota Jakarta lainnya di mana jumlah realisasi penerimaan pada Kota Jakarta Timur sebesar Rp566,9 miliar dan penerimaan pajak reklame tertinggi dicapai oleh Kota Jakarta Selatan dengan total penerimaan sebesar Rp1,5 triliun. Adapun data target dan realisasi penerimaan pajak reklame Jakarta Timur tahun 2020 sampai tahun 2024 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2 Target dan Realisasi Pajak Reklame di Kota Jakarta Timur
Tahun 2020-2024

Tahun	Target	Realisasi	Persentase
2020	Rp99.168.000.000	Rp91.968.690.191	92,74%
2021	Rp114.030.000.000	Rp99.120.410.439	86,92%
2022	Rp167.798.000.000	Rp134.884.103.260	80,38%
2023	Rp136.023.528.000	Rp121.856.041.746	89,58%
2024	Rp77.869.000.000	Rp119.077.385.511	152,92%

Sumber: Bapenda Provinsi DKI Jakarta, data diolah (2025)

Data tersebut menunjukkan bahwa penerimaan pajak reklame pada tahun 2021 sampai 2023 tidak mencapai target. Kemudian pada tahun 2023 realisasi penerimaan pajak reklame menurun, lalu di tahun 2024 juga realisasi penerimaan pajak reklame kembali mengalami penurunan. Hal ini mengindikasikan adanya potensi penerimaan yang belum dimanfaatkan secara optimal. Terlebih lagi, maraknya keberadaan reklame ilegal seperti yang dilansir oleh berbagai media menunjukkan bahwa masih terdapat kebocoran potensi penerimaan yang cukup besar. Jika pengawasan terhadap reklame ilegal ditingkatkan dan pendataan dilakukan secara lebih akurat, maka pajak reklame bisa menjadi salah satu komponen utama dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Jakarta Timur.

Selain melihat dari sisi realisasi penerimaan pajak reklame, potret kondisi penerimaan total pajak daerah dari seluruh jenis pajak di masing-masing wilayah kota administratif:

Tabel 1.3 Total Penerimaan Pajak Daerah DKI Jakarta Tahun 2020-2024
(Dalam Triliun Rupiah)

Tahun	Jakarta Barat	Jakarta Pusat	Jakarta Selatan	Jakarta Timur	Jakarta Utara	Total
2020	5,18	5,88	8,95	4,32	5,27	29,62
2021	6,02	5,45	10,04	4,58	5,92	32,02
2022	6,97	6,56	13,07	5,14	6,81	38,56
2023	7,19	7,09	14,39	5,33	7,73	41,74

Tahun	Jakarta Barat	Jakarta Pusat	Jakarta Selatan	Jakarta Timur	Jakarta Utara	Total
2024	7,18	7,15	14,71	5,28	8,04	42,36
Total	32,54	32,13	61,16	24,65	33,77	184,30

Sumber: Bapenda Provinsi DKI Jakarta, data diolah (2025)

Data pada tabel 1.3 merupakan total dari sebagian besar jenis pajak daerah di DKI Jakarta, namun tidak mencakup Pajak Rokok dan Pajak Penerangan Jalan, karena kedua jenis pajak tersebut tidak dikelola berdasarkan wilayah kota administratif, melainkan dilaporkan oleh Provinsi. Oleh karena itu, data total pajak per kota yang ditampilkan dalam tabel hanya mencerminkan 11 dari 13 jenis pajak daerah yang dipungut oleh pemerintah Provinsi DKI Jakarta. Maka, berdasarkan data dari Bapenda Provinsi DKI Jakarta, total penerimaan pajak daerah selama periode 2020 hingga 2024 di Jakarta Timur hanya mencapai Rp24,65 triliun, jauh di bawah wilayah Jakarta Selatan yang mencapai Rp61,16 triliun. Hal ini menunjukkan adanya potensi penerimaan pajak yang belum tergarap secara optimal di Jakarta Timur.

Berdasarkan berbagai latar belakang yang telah diuraikan, peneliti tertarik untuk menelusuri bagaimana perkembangan penerimaan pajak reklame di Kota Jakarta Timur serta mengidentifikasi faktor yang menyebabkan fluktuasi penerimaan pajak reklame di Jakarta Timur, dan menganalisis upaya optimalisasi yang dilakukan oleh Bapenda DKI Jakarta dalam meningkatkan penerimaan pajak reklame sesuai dengan potensi yang ada. Oleh karena itu, penelitian ini mengusung judul **“Optimalisasi Pendapatan Pajak Reklame dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Jakarta Timur”**.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan fenomena yang diuraikan dalam latar belakang, maka peneliti merumuskan pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana proses penetapan target penerimaan pajak reklame?
2. Bagaimana pertumbuhan penerimaan pajak reklame di Kota Jakarta Timur pada tahun 2020-2024?
3. Bagaimana upaya optimalisasi yang dilakukan oleh Badan Pendapatan Daerah dalam meningkatkan penerimaan pajak reklame Kota Jakarta Timur?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan yang akan diteliti, tujuan yang hendak dicapai melalui penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis proses penetapan target penerimaan pajak reklame.
2. Untuk menganalisis pertumbuhan penerimaan pajak reklame di Kota Jakarta Timur tahun 2020-2024.
3. Untuk menganalisis upaya optimalisasi yang dilakukan oleh Badan Pendapatan Daerah dalam meningkatkan penerimaan pajak reklame Kota Jakarta Timur.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Berikut merupakan manfaat teoritis yang diharapkan:

- a. Penelitian ini diharapkan akan memberikan pemahaman tentang situasi pengembangan dan pertumbuhan pendapatan pajak dan dapat memberikan pengetahuan tentang konsep peningkatan pendapatan pajak reklame pada akhir upaya yang dioptimalkan.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah keberagaman keilmuan pada lingkup perpajakan daerah dan juga dapat menjadi referensi berbagai pihak dalam melakukan analisis dan penelitian lebih lanjut mengenai penetapan target, pertumbuhan, dan upaya optimalisasi penerimaan pajak daerah khususnya pajak reklame.

2. Manfaat Praktis

Berikut merupakan manfaat praktis yang diharapkan:

- a. Untuk Pemerintah Daerah, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dalam proses pemungutan pajak reklame dengan memanfaatkan analisis pertumbuhan penerimaan. Selain itu, temuan penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam merumuskan kebijakan strategis guna meningkatkan penerimaan pajak reklame melalui pendekatan optimalisasi pajak daerah.
- b. Bagi para wajib pajak, penelitian ini diharapkan memberikan wawasan tambahan mengenai aspek perpajakan daerah, khususnya yang berkaitan dengan pajak reklame. Dengan adanya pemahaman tersebut, diharapkan tingkat kesadaran wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya dapat meningkat.