POTENTIAL LOSS PAJAK REKLAME DI KOTA SINGKAWANG (STUDI KASUS PADA IMPLEMENTASI KEBIJAKAN DAN PERILAKU WAJIB PAJAK REKLAME KOTA SINGKAWANG)

TUGAS AKHIR

ANNISYA AYU WULANDARI
NIM. B1011191105

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2024

POTENTIAL LOSS PAJAK REKLAME DI KOTA SINGKAWANG (STUDI KASUS PADA IMPLEMENTASI KEBIJAKAN DAN PERILAKU WAJIB PAJAK REKLAME KOTA SINGKAWANG)

TUGAS AKHIR

OLEH :



ANNISYA AYU WULANDARI
NIM. B1011191105

TUGAS AKHIR INI DIAJUKAN SEBAGAI SYARAT UNTUK MEMPEROLEH GELAR SARJANA PADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2024

PERNYATAAN KARYA ILMIAH TUGAS AKHIR

Saya menyatakan bahwa tugas akhir dengan judul:

***Potential Loss* Pajak Reklame di Kota Singkawang (Studi Kasus Pada Implementasi Kebijakan dan Perilaku Wajib Pajak Reklame Kota Singkawang)**, yang diuji pada **Tgl/ Bln/ Thn** adalah karya saya bukan plagiarism, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam tugas akhir ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa tugas akhir ini adalah hasil jiplakan atau meniru karya tulis orang lain, maka gelar dan ijazah kesarjanaan saya dibatalkan.

Pontianak, 01 Juli 2024
Pembuat Pernyataan



Annisya Ayu Wulandari
NIM. B1011191105

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Annisya Ayu Wulandari
N I M	:	B1011191105
Jurusan	:	Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan
Program Studi	:	Ekonomi Pembangunan
Judul Proposal	:	*Potential Loss* Pajak Reklame di Kota Singkawang (Studi Kasus Pada Implementasi Kebijakan dan Perilaku Wajib Pajak Reklame Kota Singkawang)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul tersebut di atas, secara keseluruhan adalah murni karya penulis sendiri dan bukan plagiat dari karya orang lain, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sebagai sumber pustaka sesuai dengan panduan penulisan yang berlaku (lembar hasil pemeriksaan plagiat terlampir).

Apabila di dalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan maka sepenuhnya menjadi tanggungjawab penulis yang dapat berakibat pada pembatalan Tugas Akhir dengan judul tersebut di atas.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pontianak, 01 Juli 2024
Pembuat Pernyataan



Annisya Ayu Wulandari
NIM. B1011191105

LEMBAR YURIDIS

***POTENTIAL LOSS* PAJAK REKLAME DI KOTA SINGKAWANG (STUDI KASUS PADA IMPLEMENTASI KEBIJAKAN DAN PERILAKU WAJIB PAJAK REKLAME KOTA SINGKAWANG)**

Penanggung Jawab Yuridis

Annisya Ayu Wulandari
NIM. B1011191105

Jurusan : Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Tgl Ujian Tugas Akhir (TA) : Tgl/ Bln/ Thn

Majelis Penguji

No	Majelis Penguji	Nama/ NIP	Tgl/ Bln/ Thn	Tanda Tangan
1	Pembimbing	Dr. Sri Kurniawati., S.E., M.Sc. NIP. 197602082005012002.		
2	Ketua Penguji	Dr. H. Wahyudi., S.E., M.Si. NIP. 196312091989031004.		
3	Anggota Penguji	Nindya Lestari, S.E., M.Sc. NIP. 199303212019032025.		

Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus
Dalam Ujian Tugas Akhir (TA)

Pontianak,
Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan

Yanto., S.E., M.Sc.
NIP. 197706152003121004.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir dengan judul **"*Potential Loss* Pajak Reklame di Kota Singkawang (Studi Kasus Pada Implementasi Kebijakan dan Perilaku Wajib Pajak Reklame Kota Singkawang)"** yang disusun sebagai syarat akademis dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Jurusan Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini tidak mungkin diselesaikan dengan baik tanpa dukungan, bantuan, bimbingan serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan Tugas Akhir ini. Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan terima kasih pada:

1. Dr. Barkah., S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
2. Nurul Bariyah., S.E., M.Si., Ph.D., selaku Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
3. Metasari Kartika., S.E., M.E., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
4. Yanto., S.E., M.Sc., S.E., M.Si., selaku Ketua Prodi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
5. Dr. Sri Kurniawati., S.E., M.Sc., sebagai Dosen Pembimbing Akademik (PA) yang telah meluangkan waktu dengan sabar dan bijaksana dalam membimbing serta memberikan arahan, nasehat dan semangat penulis sampai terselesaikannya Tugas Akhir ini.
6. Dr. H. Wahyudi., S.E., M.Si., sebagai Dosen Penguji (Ketua Penguji) yang telah memberikan arahan, nasehat di dalam penulisan Tugas Akhir.
7. Helly Suharlina., S.E., M.M., sebagai Dosen Penguji (Anggota Penguji) yang telah memberikan arahan, nasehat di dalam penulisan Tugas Akhir.

8. Kedua orangtuaku, terimakasih atas doa restu, kasih sayang, semangat dan material dalam menyelesaikan studi ini. Motivasi, pengorbanan serta kesabaran yang berlimpah pada penulis sejak kecil sampai saat ini dan seterusnya yang tidak akan pernah terbalaskan oleh penulis.

Segala upaya dan kemampuan yang maksimal telah peneliti berikan dalam penulisan Tugas Akhir ini guna sebagai penambahan, pengembangan wawasan dan studi. Namun demikian penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini belum sempurna. Mengingat keterbatasan pengetahuan yang penulis peroleh sampai saat ini, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun guna tercapainya kesempurnaan Tugas Akhir ini. Akhir kata, penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukannya.

Pontianak, 01 Juli 2024
Peneliti,



Annisya Ayu Wulandari
NIM. B1011191105

Potential Loss of Advertisement Taxes in Singkawang City (Case Study on Policy Implementation and Behavior of Singkawang City Advertisement Taxpayers)

ABSTRACT

The aim of this research is to analyze the potential loss of advertising tax in Singkawang City (case study on policy implementation and behavior of Singkawang City advertising tax payers). The type of method used in this research is descriptive-quantitative. Data collection techniques include field surveys, distributing questionnaires and literature studies. The results of this research show that the highest potential advertising tax loss is in Central Singkawang District. From a taxpayer's perspective, business sustainability is closely related to regulatory stability and clarity. Therefore, constructive dialogue between the government and entrepreneurs is very necessary. Entrepreneurs hope to be more actively involved in the policy determination process so that every decision taken truly reflects shared interests and needs, which will ultimately encourage local economic growth and community welfare.

Keywords: Potential Loss, Advertisement Tax and Sales Value of Tax Objects

Potential Loss Pajak Reklame di Kota Singkawang (Studi Kasus Pada Implementasi Kebijakan dan Perilaku Wajib Pajak Reklame Kota Singkawang)

ABSTRAK

Adapun tujuan dari penelitian ini ialah menganalisis *potential loss* pajak reklame di Kota Singkawang (studi kasus pada implementasi kebijakan dan perilaku wajib pajak reklame Kota Singkawang). Jenis metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif-kuantitatif. Teknik pengumpulan data dengan cara survey lapangan, penyebaran kuesioner maupun studi literatur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Potential Loss* Pajak Reklame tertinggi berada di Kecamatan Singkawang Tengah. Dari sudut pandang wajib pajak, keberlanjutan bisnis sangat terkait dengan stabilitas dan kejelasan regulasi. Oleh karena itu, dialog yang konstruktif antara pemerintah dan pengusaha sangat diperlukan. Pengusaha berharap dapat terlibat lebih aktif dalam proses penentuan kebijakan sehingga setiap keputusan yang diambil benar-benar mencerminkan kepentingan dan kebutuhan bersama, yang pada akhirnya akan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat.

Kata Kunci: _Potential Loss,_ Pajak Reklame dan Nilai Jual Objek Pajak

DAFTAR ISI

HALAMAN

HALAMAN JUDUL ..... **i**

PERNYATAAN KARYA ILMIAH TUGAS AKHIR ..... **ii**

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT ..... **iii**

LEMBARAN PENGESAHAN (YURIDIS) ..... **iv**

UCAPAN TERIMA KASIH ..... **v**

ABSTRACT ..... **vii**

ABSTRAK ..... **viii**

DAFTAR ISI ..... **ix**

DAFTAR TABEL ..... **xii**

DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**

BAB 1 PENDAHULUAN **1**

1.1. Latar Belakang 1

1.2. Rumusan Masalah 9

1.2.1. Pernyataan Masalah 9

1.2.2. Pertanyaan Penelitian 9

1.3. Tujuan Penelitian 10

1.4. Kontribusi Penelitian 10

1.4.1. Kontribusi Teoritis 10

1.4.2. Kontribusi Praktis 10

BAB 2 TELAAH PUSTAKA **11**

2.1. Tinjauan Teori 11

2.1.1. Teori Peacock dan Wiseman 11

2.1.2. Pajak Reklame 12

2.1.3. *Potential Loss* Penerimaan Pajak Reklame 14

2.2. Tinjauan Empiris 15

2.3. Kerangka Konseptual 17

BAB 3 METODE PENELITIAN **19**

3.1. Bentuk Penelitian..... 19
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian..... 19
3.3. Data Penelitian..... 19
3.4. Populasi dan Sampel..... 20
3.5. Metode Analisis..... 22
3.6. Alat Analisis 23
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN 27
4.1. Hasil Penelitian..... 27
4.1.1. Kota Singkawang..... 27
4.1.2. Luas Wilayah di Kota Singkawang 28
4.1.3. Jumlah Penduduk di Kota Singkawang 29
4.1.4. Kondisi Perekonomian di Kota Singkawang 30
4.2. Pembahasan 31
4.2.1. Penyebab *Potential Loss* Pada Pajak Reklame di Kota Singkawang ... 31
4.2.2. Kebijakan Pemerintah Kota Singkawang Terkait Pajak Reklame..... 43
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN 73
5.1. Kesimpulan..... 73
5.2. Saran 74
DAFTAR PUSTAKA 77
LAMPIRAN..... 79

DAFTAR TABEL

TABEL **HALAMAN**

1.1. Pajak Reklame Kota Singkawang..... 4

3.1. Jumlah Populasi dan Sampel Wajib Pajak (Pajak Reklame) di Kota Singkawang 20

4.1. Perkembangan PDRB di Kota Singkawang (Rp) 30

4.2. Persepsi Wajib Pajak Terhadap Kesadaran Membayar Pajak Daerah (Pajak Reklame) di Kota Singkawang 31

4.3. Persepsi Wajib Pajak Terhadap Pengetahuan Tentang Pajak Daerah (Pajak Reklame) di Kota Singkawang 34

4.4. Persepsi Wajib Pajak Terhadap Pelayanan Pajak Daerah (Pajak Reklame) di Kota Singkawang..... 36

4.5. Persepsi Wajib Pajak Terhadap Inovasi Pajak Daerah (Pajak Reklame) di Kota Singkawang..... 39

4.6. Persepsi Wajib Pajak Terhadap Strategi Meningkatkan Pajak Daerah (Pajak Reklame) di Kota Singkawang 41

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR **HALAMAN**

2.1. Kerangka Konseptual..... 18
4.1. Peta Kota Singkawang..... 27
4.2. Luas Wilayah 5 Kecamatan di Kota Singkawang (Km^2) 28
4.3. Jumlah Penduduk 5 Kecamatan di Kota Singkawang (Jiwa) 29

BAB 1
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kemajuan dalam pembangunan nasional dan kegiatan operasional suatu negara sangat bergantung kepada pendapatan pemerintah. Penerimaan pemerintah ini didukung oleh pembiayaan yang berasal dari masyarakat terhadap penerimaan negara, salah satunya yaitu dari penerimaan pajak. Merealisasikan pembangunan di segala bidang memerlukan adanya dukungan dari pemerintah, baik itu pemerintah daerah maupun pemerintah pusat.

Berdasarkan teori Peacock dan Wiseman (Mangkoesoebroto, 2018) yang merupakan teori perkembangan penerimaan pemerintah menitikberatkan pada analisis penerimaan dan pengeluaran pemerintah. Didalamnya dijelaskan bahwa pemerintah berusaha untuk memperbesar pengeluaran dengan mengandalkan pendapatan dari pajak. Dalam teori ini juga menyatakan peningkatan dalam pemungutan pajak disebabkan oleh Pertumbuhan Ekonomi (PDB) yang mana tarif pajak tidak berubah. Penerimaan pajak dan pengeluran pemerintah berbanding lurus, ketika penerimaan pajak meningkat maka pengeluaran pemerintah juga semakin meningkat. Dalam keadaan normal GDP yang bertambah menyebabkan pengeluran dan penerimaan pemerintah juga meningkat.

Sumber daya manusia yang berkualitas memiliki produktivitas yang tinggi berakibat pada kemampuan bayar pajak yang tinggi pula hal ini selanjutnya dapat meningkatkan pendapatan pemerintah. Untuk menggerakkan perekonomian ini dapat dilakukan pengoptimalan pengeluaran pemerintah yang produktif (Kurniawati, 2019). Peningkatan pajak berkaitan dengan penerimaan dan pengeluaran pemerintah. Saat pajak ditingkatkan, maka akan mendorong pertumbuhan ekonomi dan belanja pemerintah.

Selanjutnya, belanja pemerintah yang bertambah ini akan menyebabkan pengeluaran pemerintah semakin tinggi yang mana pengeluaran pemerintah ini dibiayai oleh penerimaan baik dari pajak dan non pajak. Dari hal ini dapat dilihat

apakah keuangan negara mengalami defisit atau surplus, serta menjadi dasar dan acuan dalam memutuskan dan mengambil kebijakan fiskal oleh pemerintah.

Pembangunan ekonomi daerah khususnya Pemerintah Kota merupakan titik awal pelaksanaan pembangunan, sehingga daerah diharapkan bisa lebih mengetahui potensi dan apa yang menjadi kebutuhan daerahnya (Kuncoro, 2004). Penerimaan pemerintah berasal dari pajak, hasil penjualan barang dan jasa milik pemerintah dan juga diperoleh oleh pemerintah, hutang pemerintah, mencetak uang, dan lainnya. Penerimaan Pemerintah baik Pemerintah Pusat maupun Pemerintah Daerah dapat berasal dari pungutan pajak maupun bukan pajak, serta sumbangan ataupun bantuan dan pinjaman.

Pendapatan negara atau penerimaan uang negara atau penerimaan pemerintah yakni meliputi pajak, retribusi, keuntungan perusahaan negara, denda, sumbangan masyarakat, dll. Sektor pajak merupakan pendapatan yang paling berpengaruh besar dalam meningkatkan pembangunan suatu negara, penyelenggaraan pemerintah, serta pemerataan pendapatan (Sulistyowatie,2017). Pajak juga salah satu kebijakan yang dapat digunakan pemerintah dalam mengatasi ketidakstabilan ekonomi seperti mengatasi inflasi, dengan cara menaikkan tarif pajak sehingga dapat mengurangi perputaran uang di masyarakat (Bernadin, 2017). Adam Smith telah mengajukan beberapa prinsip bagi pengenaan pajak yang baik, disebut dengan istilah Smith's Canons, terdiri atas:

1. Keadilan (*equity*), artinya beban pajak harus sesuai dengan kemampuan relatif dari setiap wajib pajak. Distibusi beban pajak harus berdasarkan dengan tingkat penghasilan objek pajak yang berbeda.
2. Kepastian (*certainty*), yang mana pajak harus tegas dan jelas sehingga mudah dipahami wajib pajak dan tidak menghambat administrasi pemerintah.
3. Kelayakan (*convenience*), hal ini agar setiap wajib pajak dengan rela menunaikan kewajibannya karena tidak adanya penekanan berlebihan terhadap wajib pajak.
4. Ekonomi (*economy*), pajak harus meminimalkan kerugian dengan kata lain penerimaan pajak lebih kecil dari biaya pemungutan.

Smith's Canons ini harus juga dilengkapi dengan ketepatan (*adequate*), dimana pajak ditarik tepat waktu sehingga tidak menjadi kendala anggaran belanja pemerintah. Prinsip ini berkesinambungan satu dan lainnya, karena saat terjadi 3 penurunan pada anggaran belanja pemerintah saat paajak ditarik terlambat dan tidak sesuai waktu yang ditentukan. Selanjutnya menurunnya anggaran belanja pemerintah berdampak pada pembangunan negara tersebut, yang juga berdampak pada kegiatan-kegiatan yang dibiayi pemerintah (Hasliah, 2017).

Pada Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 yang menjelaskan bahwa setiap daerah berwenang untuk mengelola dana dan potensi-potensi daerah yang dimiliki daerah tersebut secara bebas dengan tujuan mengembangkan pembangunan dan perekonomian daerah tersebut dengan satu keoala yang mana didasarkan peraturan yang berlaku. Kebebasan dalam mengolah daerahnya masing-masing ini disebut dengan otonomi daerah. Otonomi daerah inilah yang mendorong derah untuk mengoptimalkan dan mengakselerasi kemajuan perekonomian daerah dan juga meningkatkan pendapatan atas potensi daerah itu sendiri (Bernadin & Pertiwi, 2020). Otonomi daerah ini merupakan cara pemrintah agar dapat memkasimalkan pemasukan daerah nya dengan memaksimalkan PAD (Pendapatan Asli Daerah).

Sebagaimana telah dijabarkan dalam Undang-undang Nomor 33 tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah, pendapatan Asli Daerah yang selanjutnya disebut PAD adalah pendapatan yang diperoleh daerah yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Dengan adanya otonomi daerah, suatu daerah diharuskan untuk mampu meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang mana PAD ini berpengaruh terhadap pembiayaan suatu daerah. Karena untuk melaksanakan kegiatan ekonomi, kemampuan suatu daerah dilihat dari parameter seberapa besar peran yang diberikan oleh PAD kepada APBD. PAD ini terdiri atas salah satunya yaitu pajak daerah. Pajak daerah cukup memiliki peran penting dalam PAD. Diantara mata pajak dari pajak daerah terdapat pajak reklame yang bila dioptimalkan maka dapat meningkatkan pajak daerah. Pajak reklame

merupakan tarif yang dikenakan pada setiap pemasangan reklame atau iklan dalam berbagai bentuk yang telah diatur dalam undang-undang.

Singkawang merupakan kota di Kalimantan Barat yang mana terdapat pusat-pusat pelayanan jasa pemerintahan dan jasa publik. Kota Singkawang adalah kota wisata yang strategis dan berpotensi untuk pemasangan iklan atau yang disebut 4 dengan reklame. Pemasangan reklame ini dikenakan pungutan wajib atau pajak reklame, dengan tarif sesuai jenis reklame yang digunakan. Pajak reklame sedang dioptimalkan oleh badan terkait di Kota Singkawang dengan mengupayakan penertiban reklame di Kota Singkawang agar pajak reklame ini dapat mengoptimalkan PAD Kota Singkawang. Pajak Reklame berarti tarif yang dikenakan pada pemasangan reklame, reklame ini sendiri merupakan media yang dipasang dan dirancang untuk tujuan komersil yang mana bertujuan untuk menarik perhatian umum terhadap apa yang ditayangkan pada media tersebut. Media ini dirancang dengan cara kerja dapat direspon dengan indra manusia sehingga dapat dinikmati oleh khalayak umum.

Tabel 1.1
Pajak Reklame Kota Singkawang

Tahun	Target Pajak Reklame	Realisasi Pajak Reklame	Pajak Daerah	Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pajak Daerah	Efektivitas Pajak Reklame (%)	Potensi Pajak Reklame
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
2015	313.170.000	313.170.000	24.953.690.000	1,26%	100%	410.272.289
2016	343.261.026	343.261.026	29.627.560.000	1,16%	100%	369.096.142
2017	803.591.373	603.591.373	39.381.090.000	2,04%	75,11%	913.528.779
2018	759.212.038	758.698.018	48.215.790.000	1,57%	99,93%	806.985.623
2019	957.561.464	851.098.154	55.880.760.000	1,70%	88,88%	1.194.090.022
2020	1.169.981.496	843.488.463	48.290.270.000	2,37%	72,09%	1.358.100.455
2021	1.128.135.021	925.100.269	54.434.650.000	2,07%	82,00%	1.139.135.723
2022	1.096.097.386	887.246.986	69.682.720.000	1,56%	80,94%	1.104.428.804

Sumber: Badan Statistik Pusat (2023)

Pada Tabel 1.1 potensi pajak reklame didapat dari hasil perkalian antara jumlah reklame, ukuran reklame, jumlah hari atau waktu, dan tarif reklame. Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pajak reklame Kota Singkawang ditahun 2015 sampai dengan 2016 realisasi sampai target akan tetapi jauh dari potensi reklame. Pada tahun 2018 sampai dengan 2022 realisasi tidak sampai target dan jauh dari potensi pajak reklame.

Dilihat dari realisasi penerimaan pajak reklame cenderung menunjukkan angka yang fluaktif, dengan kontribusi yang masih rendah maka ini menjadi

perhatian bagi pemerintah Kota Singkawang untuk mengoptimalkan pajak reklame di Kota Singkawang mengingat bahwa Kota Singkawang merupakan kota wisata yang menarik cukup banyak wisatawan. Untuk mengoptimalkan pajak reklame ini maka pemerintah Kota Singkawang meluncurkan peraturan yaitu perda No.11 tahun 2010 mengenai pajak daerah. Dalam pelaksanaan pajak reklame, terdapat target dan realisasi untuk setiap tahunnya dan hambatan dalam penerapan pemungutan pajak reklame ini yaitu ada yang tidak mencapai target dan tidak mewujudkan potensi pajak reklame. Secara ekonomi bahwa adanya penyimpangan seperti adanya papan reklame illegal dan pemasangan pajak reklame yang tidak beraturan dan juga adanya kesalahan dalam pelaporan menyebabkan adanya potensi yang hilang atau yang disebut dengan potensial loss dalam meningkatkan akumulasi pendapatan daerah.

Dikjen Pajak mendekteksi Potensi yang hilang pada pajak disebabkan adanya potensi yang tidak dilaporkan oleh pelaku kegiatan *Underground Economy*, tidak adanya pelaporan ini dapat disebabkan dari kemauan mereka untuk meaksimalkan keuntungan ataupun efek dari implementasi kebijakan pajak reklame yang dikeluarkan dan diberlakukan oleh pemerintah. Langkah yang diambil oleh pemerintah untuk menekan angka potential loss ini adalah dengan terus merevisi kebijakan pemerintah, memingkatkan basis pajak dengan memperbaiki layanan perpajakan serta teknologi informasi yang dapat diandalkan (Sapardi,2013)

Dalam pelaksanaan pemungutan pajak berdasarkan data yang telah didapat peneliti terdapat indikasi potential loss yang timbul pada potensi pajak dengan aktualnya penerimaan pajak, keadaan ini menunjukkan adanya potensi pajak yang hilang. Hal ini dapat disebabkan karena (1) Perundang-undangan perpajakan yang berlaku, (2) Kerugian akibat petugas pajak; dan (3) Kerugian akibat perilaku wajib pajak (Zain, 2003). Menurut Rees jones (2018) objek pajak mengambil pengurangan dengan cara yang merugikan saat pengembalian pajak, Rees Jones juga menganalisis manipulasi pajak yang cukup besar dengan menganalisis pengelompokan di antara kerugian dan keuntungan. Rees Jones menemukan bahwa manipulasi inilah yang digunakan untuk menghindari pajak yang harus

dibayar. 6 Mengenai penghindaran pajak ini Watts (2003) menyatakan bahwa hingga perusahaan profit serta memiliki penghasilan kena pajak dan suku bunga yang positif mereka akan berinisiatif untuk menjeda pengakuan penghasilan perusahaan dan segera mengintroduksi biaya untuk menurunkan nilai dan melakukan pemotongan atau pengurangan pendapatan mereka saat ini.

Perilaku penghindaran pajak dapat diartikan sebagai tindakan menghindari atau tidak membayar atau tidak melaporkan pajak yang terutang oleh wajib pajak atau dengan kata lain oleh warga negara. Penghindaran pajak ini berakibat pada semakin sedikitnya layanan publik yang mampu disediakan pemerintah, mempengaruhi juga validasi yang diberikan oleh masyarakat terhadap kebijakan yang dibikin oleh pemerintah berdasarkan wewenangnya yang dimiliki pemerintah, menimbulkan adanya ketidakadilan sosial, menurunnya kepercayaan pada institusinya, dan defisit anggaran yang tinggi (Fjeldstad, 1996; Di Nola et al., 2021; Saidu dan Dauda, 2014). Penegak pajak dapat melakukan audit secara acak yang mana dapat dikatakan misalnya para penegak ini dapat konsentrasi pada kelompok wajib pajak yang terindikasi melakukan kecurangan, sehingga estimasi kesenjangan akan menjadi bias ke atas.

Badan pendapatan dan Bea Cukai HM di Inggris Raya relevan terhadap masalah kesenjangan pajak ini, setiap tahun, mereka ini memperhitungkan kesenjangan bersih semua pajak, yang mana kontribusi sosial masuk kedalam perkiraan tersebut. Mereka juga menganalisa mengenai tipologi klien, dan perilaku sosial yang dapat menyebabkan kesenjangan pajak seperti kurangnya ketekunan, interpretasi hukum, adanya penggelapan dan pelanggaran fiskal. Kantor perpajakaan di Australia sangat berhati-hati dalam menafsirkan data, yang mana hal ini utamanya disebabkan oleh adanya kesenjangan pajak dan indikator lainnya yang menggambarkan kinerja dan integritas sistem perpajakan di Australia. Dimulai sejak tahun 2013, sebuah badan ahli independen dibentuk dengan tujuan untuk meningkatkan transparansi dalam perhitungan dan untuk memberikan panduan tentang perhitungan mereka (Kantor Perpajakan Australia, 2018).

Forum Administrasi Perpajakan OECD juga memfokuskan pada kesenjangan pajak untuk lebih memahami fungsi sistem perpajakan suatu negara dan efektivitas administrasi perpajakannya (OECD, 2017). Swedia mengahadapi 7 kesulitan pada masalah estimasi yang telah dilakukan secara berkala dan menetapkan target untuk mengurangi kesenjangaan hingga setengahnya pada tahun 2012. Masalah mulai muncul saat upaya-upaya tersebut tidak membuat mereka mencapai target mereka. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa hal yaitu informasi perpajakan yang tidak memadai dan kurangnya sumber daya manusia yang menangani bagian perpajakan ini. Whicker (2018) menjelaskan adanya hubungan antar biaya-biaya yang diperlukan dan tingkat kesenjangan pajak yaitu bahwa biaya untuk mengukur kesenjangan pajak lebih besar daripada manfaatnya, mengingat ketersediaan data, investasi sumber daya yang diperlukan dan tingkat ketidakpastian yang terlibat.

Potential Loss perpajakan ini dapat disebabkan oleh imbas dari implementasi kebijakan dan perilaku wajib pajak reklame. Salah satu perilaku yang berdampak pada Potential loss ini yaitu penghindaran pajak yang dapat ditemukan hampir disemua negara karena para perusahaan selalu memaksimalkan keuntungan dan memperkecil pengeluaran. Penghindaran pajak ini dapat dianggap sebagai kejahatan ekonomi yang konsekuensinya dapat berpengaruh terhadap banyak aspek termasuk pengeluaran publik yang memburuk, sehingga proyek infrastruktur dan program kesejahteraan sosial, pertumbuhan dan pembangunan ekonomi menjadi terhambat dan dapat menurun, penghindaran pajak ini juga menyebabkan adanya ketidakpercayaan institusional serta defisit fiskal. Menurut International Monetary Fund (IMF), hilangnya pajak dari pendapatan negara yang disebabkan penghindaran pajak ini sebesar 2-3% setiap tahun, dan untuk negara berpenghasilan rendah sebanyak 6-13% (Norris, 2019).

Pada tahun 2019 di AS terdapat penghindaran pajak mewakili hampir tiga perempat dari defisit negara tersebut (Gale dan Krupkin, 2019). Untuk negara berkembang terdapat kesulitan dalam perhitungan penghindaran pajak, hal ini disebabkan oleh beberapa fakor yang terdapat di negara berkembang, yaitu besarnya basis ekonomi informal, pejabat yang korup, dan biaya audit yang tinggi.

Akibatnya, anggaran negara berurusan dengan celah pajak yang mana kekurangan pendapatan pemerintah disebabkan oleh pengumpulan pajak yang lebih kecil dari jumlah yang seharusnya. Kesulitan ini semakin diperkuat oleh penegakan kebijakan yang tidak maksimal dan kurangnya 8 tindakan statistik, sehingga defisit menjadi lebih luas tanpa adanya solusi untuk mengatasi masalah ini.

Meter dan Van Horn (dalam Budi Winarno, 2008) menjelaskan arti dari implementasi kebijakan publik yaitu keputusan dan perilaku organisasi publik untuk merealisasikan tujuan yang telah dirancang dan sudah diputuskan sebelumnya untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah diatur dan ditetapkan dalam keputusan sebelumnya. Keputusan dan tindakan ini termasuk didalamnya upaya menjalankan keputusan dengan tindakan operasional pada rentang waktu yang telah ditentukan dan juga untuk melanjutkan penerapan dari keputusan kebijakan untuk mencapai perubahan dan kemajuan. Van Horn berpendapat suatu performa kebijakan ditentukan oleh lebih dari satu variabel yang berkesinambungan, variabel ini terdiri atas standar peratruran, tujuan peraturan, sumber daya, organisasi pelaksana, peralihan komunikasi, sosial, ekonomi, serta politik.

Melihat realisasi pajak reklame yang belum maksimal ini akibat dari kekurangan dalam pelaksanaan tugas yang diemban oleh pegawai dinas terkait. Dari penelitian tersebut dihasilkan bahwa masih kurangnya koordinasi antar dinas terkait mengenai kebijakan pajak reklame yang berlaku, sangan diperlukan peningkatan dalam pengawasan untuk menekan anhgka reklame illegal yang berperan dalam adanya potential loss pajak reklame Kota Singkawang (Trinaldo,2014) Meninjau asumsi homo economicus, dinyatakan didalamnya bahwa tidak adanya batas dalam rasionalitas individu. Hal ini berarti para pelaku ekonomi mempunyai akses ke seluruh informasi pasar, sehingga memudahkan mereka untuk memperhitungkan konsekuensi dari keputusan yang diambil dan menghitung keputusan optimal, dan memelilih opsi yang memaksimakan keuntungan bagi mereka (Ng dan Tseng, 2008). Jika unit dan pejabat pemerintah merombak kebijakan mereka dengan melakukan hal-hal-hal yang lebih baik, hal itu dilakukan sebagai pengganti memaksakan peraturan komando dan control

konvensional, hasilnya bias mendukung kesejahteraan individu, sosial, dan ekonomi (Thaler dan Sustein, 2015).

1.2. Rumusan Masalah

1.2.1. Pernyataan Masalah

Analisis dari Ceteris paribus, melihat bahwa rasionalnya pembayar pajak cenderung mengambil pengurangan ketika menghadapi tarif pajak marjinal yang lebih tinggi. Mereka juga mencari informasi tentang ada harapan bagi mereka untuk pengembalian pajak atau harus membayar pajak. Informasi ini tidak berpengaruh kepada kelompok individu yang rasional, tetapi wajib pajak yang menolak kerugian akan lebih mungkin untuk mencari dan mendapatkan pengurangan jika memiliki pajak yang harus dibayar daripada jika mengharapkan pengembalian dana. Adanya indikasi terjadinya *underground* ekonomi menyebabkan hilangnya potensi yang hilang pada Pajak Reklame Kota Singkawang.

Peneliti akan meneliti apakah *potential loss* pajak reklame yang terjadi di Kota Singkawang ini disebabkan oleh adanya *nonfiling* atau ketika wajib pajak tidak melaporkan diri atau disebabkan oleh *underrepoting* yang mana ketika wajib pajak melakukan pelaporan yang tidak sesuai, atau disebabkan oleh underpayment ketika terjadi kekurangan pembayaran pajak terutang. Peneliti juga akan melihat sejauh mana kebijakan pemerintah berperan dalam terjadinya *potential loss* di pajak reklame Kota Singkawang.

1.2.2. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang, rumusan masalah dan pernyataan masalah di atas maka pertanyaan penelitian ialah sebagai berikut:

1. Apa penyebab terjadinya *potential loss* pada pajak reklame di Kota Singkawang?
2. Bagaimana kebijakan yang diambil pemerintah dalam mengoptimalkan penerimaan pajak reklame di Kota Singkawang?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang, rumusan masalah, pernyataan masalah dan pertanyaan penelitian di atas maka tujuan penelitian ialah sebagai berikut:

1. Mengetahui penyebab timbulnya *potential loss* di Kota Singkawang.
2. Mengetahui kebijakan apa saja yang diusahakan pemerintah Kota Singkawang untuk mengoptimalkan penerimaan pajak reklame Kota Singkawang.

1.4. Kontribusi Penelitian

1.4.1. Kontribusi Teoritis

Adapun kontribusi secara teoritis adalah sebagai berikut:

1. Peneliti ingin membuat penelitian ini dapat menjadi literasi dan wawasan untuk mengetahui *potential loss* pajak reklame di Kota Singkawang dan penyebabnya.
2. Peneliti ingin membuat penelitian ini dapat menjadi referensi untuk melakukan penelitian kedepannya.

1.4.2. Kontribusi Praktis

Adapun kontribusi secara praktis adalah sebagai berikut:

1. Peneliti berharap dengan diadakannya penelitian ini dapat menjadi referensi pemerintah untuk memaksimalkan potensi pajak reklame di Kota Singkawang.
2. Peneliti berharap agar para masyarakat Kota Singkawang lebih berkontribusi dalam membayarkan pajak reklame untuk meningkatkan PAD Kota Singkawang.