

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan utama bagi sebuah negara yang dibayar oleh masyarakat dan sebagai iuran pemungutan yang dapat dipaksakan oleh pemerintah berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan serta sebagai perwujudan peran serta masyarakat atau wajib pajak untuk secara langsung dan bersama-sama melaksanakan kewajiban perpajakan yang diperlukan untuk pembiayaan negara dan pembangunan nasional.

Berdasarkan kewenangan yang memungut atau lembaga pemungutnya maka pajak dapat dikelompokkan menjadi pajak negara (pajak pusat) dan pajak daerah. Pajak negara antara lain meliputi Pajak Penghasilan (PPH), Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), Bea Meterai, sedangkan pajak daerah menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 yang merupakan perubahan terakhir tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, meliputi 5 (lima) jenis Pajak Provinsi dan 11 (sebelas) jenis Pajak Kabupaten atau Kota. Pajak Provinsi terdiri dari Pajak Kendaraan Bermotor, Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor, Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor, Pajak Air Permukaan, dan Pajak Rokok sedangkan Pajak Kabupaten atau Kota terdiri dari Pajak Hotel, Pajak Restoran, Pajak Hiburan, Pajak Reklame, Pajak Penerangan Jalan, Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan, Pajak Parkir, Pajak Air Tanah, Pajak Sarang Burung Walet, Pajak Bumi dan Bangunan Pedesaan dan Perkotaan, dan Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan.

Setiap daerah di Indonesia mempunyai kewenangan untuk memungut pajak atas semua objek pajak di daerahnya, demikian pula halnya dengan Kota Bekasi yang pembangunannya semakin berkembang dan maju secara pesat seiring dengan berlakunya otonomi daerah dan masuknya para investor baik dalam maupun luar negeri. Dengan berlakunya era perdagangan bebas, maka persaingan usaha semakin ketat dan tajam. 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). Dengan demikian penerimaan pajak reklame di Kota Bekasi diproyeksikan akan selalu mengalami peningkatan dengan bertambah banyaknya perusahaan yang menggunakan media periklanan (reklame) untuk tujuan komersial. Dan dengan pemungutan pajak atas reklame tersebut pemerintah Kota Bekasi telah memiliki salah satu sumber Pendapatan Daerah yang cukup menjanjikan. Yang menjadi permasalahannya adalah apakah pemungutan dan ataupun perolehan atas pajak reklame tersebut telah berjalan secara efektif ataukah belum.

Efektifitas pemungutan pajak reklame menggambarkan bagaimana kinerja suatu pemerintahan. Dimana kinerja menurut Indra Bastian adalah prestasi yang dapat dicapai oleh organisasi dalam periode tertentu. Efektifitas menurut Tamrin Simanjuntak adalah mengukur hasil pungut suatu pajak itu sendiri.

Berdasarkan dari data Dinas Pendapatan Daerah (Dispenda) Kota Bekasi, target dan realisasi pendapatan daerah dari sektor pajak daerah khususnya pajak reklame selama tiga tahun berturut-turut (tahun 2010-2012) adalah sebagai berikut:

**Tabel. 1.1 Penerimaan atau Realisasi Pendapatan Pajak Reklame tahun 2010-2012**

| Tahun | Target             | Realisasi          | %     |
|-------|--------------------|--------------------|-------|
| 2010  | Rp. 15.000.000.000 | Rp. 13.261.397.470 | 88,40 |
| 2011  | Rp. 15.500.000.000 | Rp. 13.876.212.819 | 89,52 |
| 2012  | Rp. 17.946.682.000 | Rp. 16.304.335.153 | 90,84 |

Sumber : Dinas Pendapatan Daerah Kota Bekasi Tahun 2010-2012 (data diolah)

Dari tabel 1.1 tersebut di atas dapat diperoleh gambaran mengenai target dan realisasi pajak reklame Kota Bekasi selama 3 (tiga) tahun terakhir yaitu tahun 2010 sampai dengan 2012, dari segi target dan realisasinya pajak reklame terus mengalami peningkatan.

Dalam pelaksanaan pemungutan pajak reklame, petugas Dinas Pendapatan Daerah berorientasi pada target yang telah disusun sebelumnya, target ini telah dibuat perbulan, dengan patokan berdasar pada penerimaan bulan yang sama pada tahun sebelumnya.

Jika diperhatikan, target maupun realisasi pajak reklame dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan. Ini berarti secara umum tingkat efektifitas pemungutannya baik. Mengingat pajak reklame merupakan salah satu unsur dari pajak daerah, maka apabila penerimaan pajak reklame terus mengalami peningkatan akan memberikan kontribusi yang lebih besar untuk penerimaan daerah khususnya dari sektor pajak daerah.

Presentase perolehan dan laju pertumbuhan pajak reklame yang cukup tinggi memberikan indikasi betapa besarnya potensi yang ada sebenarnya. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengemukakan dan membahas mengenai **“Efektifitas Pemungutan Pajak Reklame Dan Kontribusinya Terhadap Penerimaan Pajak Daerah Di Kota Bekasi”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dalam penelitian ini penulis mengidentifikasi permasalahan adalah sebagai berikut, apa yang dimaksud dengan pajak, apa yang dimaksud dengan pajak daerah, apa yang dimaksud dengan pajak reklame, apa yang dimaksud dengan Efektifitas Pajak Reklame, apa yang dimaksud dengan Kontribusi Pajak Reklame.

## **1.3 Batasan Masalah**

Pajak Reklame dalam penelitian ini adalah Pajak Reklame yang ada di Daerah Kota Bekasi. Data yang diambil dari tahun 2010 – 2012.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka pernyataan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Cara Penerapan Pemungutan Pajak Reklame di Kota Bekasi?
2. Bagaimana Laju Pertumbuhan Pajak Reklame di Kota Bekasi periode 3 tahun terakhir 2010-2012?
3. Bagaimana Potensi Perolehan Pajak Reklame di Kota Bekasi?
4. Bagaimana Tingkat Efektifitas Pemungutan Pajak Reklame Terhadap Penerimaan Pajak Daerah Kota Bekasi?
5. Bagaimana Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Penerimaan Pajak Daerah Kota Bekasi?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Cara Penerapan Pemungutan Pajak Reklame di Kota Bekasi.
2. Untuk mengetahui laju pertumbuhan Pajak Reklame di Kota Bekasi periode 3 tahun terakhir 2010-2012.
3. Untuk mengetahui Potensi Perolehan Pajak Reklame di Kota Bekasi.
4. Untuk mengetahui Tingkat Efektifitas Pemungutan Pajak Reklame Terhadap Penerimaan Pajak Daerah Kota Bekasi.
5. Untuk mengetahui Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Penerimaan Pajak Daerah Kota Bekasi.

## 1.6 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini, diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak–pihak yang berkepentingan, antara lain :

### 1. Bagi Akademis

Sebagai sarana untuk mengembangkan ilmu pengetahuan serta untuk mengevaluasi sejauh mana sistem pendidikan telah dijalankan sesuai dengan kebutuhan dan kondisi.

### 2. Bagi Penulis

Merupakan salah satu syarat bagi penulis untuk menyusun skripsi dalam mencapai gelar sarjana (S1) di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Perpajakan. Selain itu hasil penelitian diharapkan dapat menjadi sarana untuk mengaplikasikan ilmu yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan dan menambah pengetahuan dalam bidang perpajakan.

### 3. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan bagi para pengambil keputusan untuk merumuskan kebijakan strategis untuk meningkatkan realisasi Pajak Reklame Kota Bekasi.

### 4. Bagi Pembaca

Sebagai bahan informasi dan dapat dijadikan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya tentang peningkatan penerimaan Pajak Reklame Kota Bekasi.