

BABI

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 (Mardiasmo, 2011:6). 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.

Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 memberikan peluang kepada daerah kabupaten/kota untuk memungut jenis pajak daerah lain yang dipandang memenuhi syarat, selain kesebelas jenis pajak kabupaten/kota yang telah ditetapkan. Penetapan jenis pajak lainnya harus benar-benar bersifat spesifik dan potensial di daerah. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan keleluasaan kepada daerah kabupaten/kota dalam mengantisipasi situasi dan kondisi serta perkembangan perekonomian daerah pada masa mendatang yang mengakibatkan perkembangan potensi pajak dengan tetap memperhatikan kesederhanaan jenis pajak dan aspirasi masyarakat serta memenuhi kriteria yang telah ditetapkan (Triantoro, 2010:2).

Setiap daerah di Indonesia melalui Dinas Pendapatan Daerah atau Dinas Pelayanan Pajak mempunyai kewenangan untuk memungut pajak atas semua objek pajak di daerahnya, demikian pula halnya dengan kota Jakarta Timur yang pembangunannya semakin berkembang dan maju secara pesat seiring dengan berlakunya otonomi daerah dan masuknya para investor baik dari dalam maupun luar negeri. Dengan berlakunya era perdagangan bebas, maka persaingan usaha semakin ketat. 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) (Watini, 2010:182). Adapun penyelenggaraan reklame adalah media promosi yang terbilang efektif berhasil menarik konsumen dan merupakan media promosi yang relatif banyak dipilih oleh pelaku usaha untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen dari sekian banyak media promosi yang ada, sehingga dengan adanya pemungutan pajak atas reklame tersebut pemerintah kota Jakarta Timur telah memiliki salah satu sumber penerimaan pajak daerah yang cukup menjanjikan. Dengan demikian, penerimaan pajak reklame di kota Jakarta Timur diproyeksikan akan selalu mengalami peningkatan dengan bertambah banyaknya perusahaan yang menggunakan media periklanan (reklame) untuk tujuan komersial.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **Efektivitas dan Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Penerimaan Pajak Daerah Pada Suku Dinas Pelayanan Pajak Kota Administrasi Jakarta Timur**. Hal ini dimaksudkan untuk meneliti efektivitas dan kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah dan membahas masalah terkait dengan pajak reklame di Kota Administrasi Jakarta Timur.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dimaikan di atas, maka dalam penelitian ini permasalahan yang akan chbahas adalah sebagai berikut:

1. Apakah penerimaan pajak reklame telah efektif dalam meningkatkan penerimaan pajak daerah pada Suku Dinas Pelayanan Pajak Kota Administrasi Jakarta Timm?
2. Seberapa besar kontribusi pajak reklame terhadap penelimaan pajak daerah pada Suku Dinas Pelayanan Pajak Kota Administrasi Jakarta Timur?
3. Apa upaya yang dilakukan pemerintah daerah dalam meningkatkan penerimaan pajak reklame pada Suku Dinas Pelayanan Pajak Kota Administrasi Jakarta Timur?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah di atas adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis efektivitas penenmaan pajak reklame dalam meningkatkan pajak daerah pada Suku Dinas Pelayanan Pajak Kota Administrasi Jakarta Timm.
2. Menganalisis kontribusi pajak reklame terhadap penenmaan pajak daerah pada Suku Dinas Pelayanan Pajak Kota Achministrasi Jakarta Timur.

3. Menganalisis upaya yang dilakukan pemerintah daerah dalam meningkatkan pajak reklame pada Suku Dinas Pelayanan Pajak Kota Administrasi Jakarta Timur.

1.4 Batasan Masalah

Dalam penulisan skripsi ini, mengingat banyak hal yang dapat diteliti penulis di Suku Dinas Pelayanan Pajak Kota Administrasi Jakarta Timur mengenai pajak daerah, maka penulis membatasi masalah yang akan diteliti tersebut yaitu hanya pada pajak reklame berdasarkan data rencana dan realisasi penerimaan periode 2010-2014.

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penulisan ini diharapkan memberikan nilai dan basil guna bagi semua pihak, adapun manfaat dari penulisan ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Sebagai bahan masukan bagi pembaca lain maupun dapat dijadikan sebagai bahan tmtuk penelitian lebih lanjut sehubungan dengan masalah yang dibahas dan dapat memperluas wawasan pembaca tentang Efektivitas dan Kontribusi Pajak Reklame terhadap Penerimaan Pajak Daerah Pada Suku Dinas Pelayanan Pajak Kota Jakarta Timur.

2. Manfaat Praktis

Sebagai bahan kajian tambahan untuk pengetahuan dalam bidang perpajakan agar dapat lebih memahami lebih jauh tentang pajak reklame.

