

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pembangunan Nasional adalah kegiatan yang berlangsung terus-menerus dan berkeimbangan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat baik secara material maupun spiritual. Untuk dapat merealisasikan tujuan tersebut perlu banyak memperhatikan masalah pembiayaan pembangunan. (Rahmah, 2016).

Suatu negara dapat melaksanakan pembangunan nasional apabila terdapat dana yang tersedia untuk membiayai pembangunan tersebut. Sumber dana atau sumber penerimaan suatu negara pada dasarnya dapat dibedakan menjadi penerimaan yang bersumber dari sector internal dan eksternal. Salah satu sumber penerimaan negara berasal dari sektor internal adalah pajak. Menurut Undang-undang Nomor 16 Tahun 2009 tentang perubahan ke empat atas undang-undang Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan pada pasal 1 Angka 1, pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Pajak memiliki peranan yang sangat penting sebagai sumber utama penerimaan negara, oleh sebab itu pelaksanaan perpajakan sangat diatur guna mempertahankan penerimaan negara (Lianty dan Hapsari, 2017). Adapun sumber penerimaan pajak yaitu terdiri dari pajak pusat dan pajak daerah.

Pajak pusat adalah pajak yang ditujukan untuk membiayai rumah tangga negara dan dipungut langsung oleh pemerintah pusat. Pajak Penghasilan (PPh), Pajak Pertambahan Nilai barang dan jasa dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPN ; PPM-BM), Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), Bea Materai, Bea Masuk, Bea cukai dan Pajak Ekspor merupakan komponen dari pajak pusat. Sedangkan pajak daerah adalah pajak untuk membiayai keperluan rumah tangga daerah dan dipungut sendiri oleh pemerintah daerah.

Secara umum Pajak daerah merupakan salah satu penyumbang terbesar bagi pendapatan asli daerah, maka sudah sepatutnya pemerintah daerah mampu meningkatkan penerimaan dari sektor pajak daerah agar tercapainya kemandirian daerah. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 menetapkan jenis-jenis pajak yang dapat meningkatkan penerimaan daerah dari sumber pajak, mengingat penetapan pajak yang dapat dipungut daerah berdasarkan undang-undang ini didasarkan antara lain pada potensinya yang cukup besar. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 lahir sebagai upaya untuk mengubah sistem perpajakan daerah yang berlangsung di Indonesia. Pajak daerah terdiri dari Pajak Kendaraan Bermotor (PKB), Pajak Hotel dan Restoran (PHR), Pajak Reklame, Pajak Hiburan dan Pajak Bahan Bakar, dan Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan (BPHTB).

Menurut Undang-undang no 28 tahun 2009, Pajak Reklame merupakan bagian dari pajak daerah atau retribusi daerah diartikan sebagai benda, alat, pembuatan atau media yang bentuk dan corak-ragamnya

dirancang untuk tujuan komersil yang digunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan atau untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa, orang atau badan yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan dan dinikmati oleh umum. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pajak reklame adalah pajak sebagai alat kebijakan fiskal yang mana dikenakan terhadap objek pajak berupa reklame atau nilai sewa dari reklame tersebut.

Karena penerimaan pajak merupakan sumber pendapatan utama yang digunakan untuk kepentingan daerah, maka tekad pemerintah daerah untuk membudayakan sadar pajak nampaknya semakin bulat. Hal ini ditandai dengan pembaharuan sistem perpajakan yang dilakukan atau yang lebih dikenal dengan reformasi perpajakan. Reformasi perpajakan dilakukan oleh pemerintah dalam hal ini Direktorat Jenderal Pajak (DJP) ialah *self assessment system* yang awalnya berupa *official assesment system*. *Official assessment sytem* merupakan sistem yang memberikan wewenang dan tanggung jawab perpajakan sepenuhnya kepada petugas pajak, sedangkan dalam *self assessment system* merupakan suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada Wajib Pajak untuk menentukan sendiri besarnya pajak yang terutang (Mardiasmo 2016).

Menurut Nurmantu (2005) dalam Pasaribu (2016), kepatuhan perpajakan dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana wajib pajak memenuhi semua kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakannya. Kepatuhan pajak juga didefinisikan sebagai kesadaran wajib

pajak untuk melaksanakan kewajiban pajak dengan asumsi bahwa kepatuhan adalah norma-norma social dan sesuai dengan hukum dan peraturan perpajakan yang berlaku dalam upaya untuk meningkatkan pajak sebagai sumber penerimaan negara Negara dan Daerah (Puspita, 2016).

Namun kualitas pelayanan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Berdasarkan berbagai penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, faktor-faktor lain seperti pemberian sanksi dan pemahaman wajib pajak juga memiliki pengaruh yang berarti dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Menurut Nugraheni (2015) sanksi perpajakan diperlukan untuk memberikan pelajaran atau efek jera bagi para pelanggar pajak agar tidak mengulangi kesalahannya dan bertindak sesuai dengan peraturan.

Kemudian selain sanksi pajak, pemahaman perpajakan oleh wajib pajak juga menjadi sorotan dan kerap kali digunakan sebagai salah satu variable pengikat dalam berbagai penelitian yang terkait dengan kepatuhan wajib pajak. Menurut Rahayu (2017) berpendapat bahwa wajib pajak yang menguasai peraturan perpajakan akan meningkatkan kepatuhan kewajiban perpajakannya. Maka masyarakat dengan sendirinya akan sadar dengan kewajibannya untuk membayar pajak apabila mereka paham betul dengan sistem, fungsi dan manfaat perpajakan. Namun pada kenyataannya, banyak wajib pajak yang hanya sekedar membayar pajak atau menggugurkan kewajiban perpajakannya tanpa memahami maksud dan tujuan dari pembebanan pajak yang dibebankan kepadanya. Maka dari itu di harapkan

kepada setiap fiskus pajak lebih memperhatikan wajib pajaknya dengan terus menerus melakukan renovasi dan reformasi dalam hal perpajakan guna untuk terus meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak di daerah masing-masing.

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu di Kantor Badan Pendapatan Daerah Kota Kupang, tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Pajak, Sanksi Pajak dan Pemahaman Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Reklame”. Berdasarkan data yang di peroleh peneliti dari kantor Badan Pendapatan Daerah Kota Kupang, dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2019 penerimaan pajak reklame mengalami fluktuasi, jumlah realisasinya tidak sesuai dengan target yang sudah ditentukan. Peneliti berpendapat bahwa hal ini terjadi dikarenakan kurangnya kesadaran wajib pajak dalam membayar pajak reklamnya, kesadaran wajib pajak dalam membayar pajak reklame cenderung meningkat namun sebagianwajib pajak belum mempunyai kesadaran dalam membayar pajak reklame.

Dibawah ini adalah perkembangan penerimaan pajak reklame selama Lima (5) tahun terakhir:

Tabel 1.1
Penerimaan Pajak Reklame
Tahun 2016-2019

TAHUN	OBJEK PAJAK REKLAME	TARGET (Rupiah)	REALISASI (Rupiah)	PRESENTASE %
2016	2858 Orang	2.450.000.000,00	2.326.447.989,00	94,96%
2017	2109 Orang	2.700.000.000,00	2.440.949.152,00	90,41%
2018	1246 Orang	2.700.000.000,00	2.337.277.839,00	86,57%
2019	2779 Orang	3.000.000.000,00	2.855.138.301,00	95,17%

Sumber: Kantor BAPEDA, 2022

Berdasarkan pada Tabel 1.1 menunjukkan penerimaan pajak reklame mengalami fluktuasi atau naik turun dan jumlah realisasi tidak sesuai dengan target yang ditentukan. Pada tahun 2016 jumlah objek pajak reklame sebanyak 2.858 orang dengan target sebesar Rp. 2.450.000.000,00 dan realisasinya sebesar Rp. 2.326.447.989,00 dengan presentase sebesar 94,96%. Pada tahun 2017 jumlah objek pajak reklame sebanyak 2.109 orang dengan target sebesar Rp. 2.700.000.000,00 dan realisasinya sebesar Rp. 2.440.949.152,00 dengan presentase sebesar 90,41%. Selanjutnya pada tahun 2018 jumlah objek pajak reklame sebanyak 1.246 orang dengan target sebesar Rp. 2.700.000.000,00 dan realisasinya sebesar Rp. 2.337.277.839,00 dengan presentase sebesar 86,57%. Sedangkan pada tahun 2019 jumlah objek pajak reklame sebanyak 2.779 orang dengan target sebesar Rp. 3.000.000.000,00 dan realisasinya sebesar Rp. 2.855.138.301,00 dengan presentase sebesar 95,17%. Dapat dilihat bahwa dari tahun 2016 hingga 2019 mengalami fluktuasi atau naikturun antara realisasi dan target penerimaan pajak reklamenya. Masih kurangnya kepatuhan atau kesadaran diri wajib dalam membayar pajak. Untuk mengantisipasi hal tersebut, maka perlu di adakan suatu kajian intensif guna mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi tanggung jawab perpajakannya.

Penelitian Della Puja Suwanto (2020) dalam jurnal yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Sistem Administrasi Perpajakan dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame Kota Palembang (Studi

Kasus Badan Pengelolaan Pajak Daerah Kota Palembang. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) tidak berpengaruh terhadap variabel kepatuhan wajib pajak (Y), Variabel Sistem Administrasi Perpajakan (X2) secara signifikan positif mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Reklame (Y) dan Variabel Sanksi Pajak (X3) tidak mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Reklame (Y).

Ni Putu Ayu Sista (2019) dalam jurnal yang berjudul Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan Pajak, Kewajiban Moral, dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Kantor Samsat Gianyar. Hasil menunjukkan bahwa Kesadaran Wajib Pajak dan Sanksi Pajak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak sedangkan Kualitas Pelayanan Pajak dan Kewajiban Moral tidak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Kantor Badan Pendapatan Daerah Kota Kupang dengan judul: “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Reklame”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang yang telah disampaikan sebelumnya, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanan gambaran umum kualitas pelayanan, sanksi dan pemahaman pajak reklame ?

2. Apakah kualitas pelayanan perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame?
3. Apakah sanksi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame?
4. Apakah pemahaman perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame?
5. Apakah kualitas pelayanan perpajakan, sanksi perpajakan, dan pemahaman perpajakan berpengaruh secara simultan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui gambaran umum kualitas pelayanan, sanksi, dan pemahaman pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak reklame?
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame.
3. Untuk mengetahui sanksi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame.
4. Untuk mengetahui pemahaman perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame.
5. Untuk mengetahui kualitas pelayanan perpajakan, sanksi perpajakan, dan pemahaman perpajakan berpengaruh secara simultan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Kantor Badan Pendapatan Daerah Kota Kupang

Sebagai informasi dan bahan pembelajaran untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan perpajakan agar memicu kepatuhan Wajib Pajak Reklame dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya.

2. Bagi Lembaga

Sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kepatuhan Wajib pajak reklame.

3. Bagi Peneliti

Sebagai wadah untuk mengaplikasikan ilmu teoritis yang diterima di bangku perkuliahan dan menambah wawasan dan pengalaman dalam hal perpajakan khususnya pajak reklame.