

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Setelah secara seksama peneliti melakukan penelusuran, telah menemukan beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan judul yang akan diteliti. Dalam penelitian terdahulu ini dapat membantu menjadi bahan untuk menambah masukan atau nilai tambah dalam penulisan penelitian ini. Berikut penelitian terdahulu yang menjadi tambahan ataupun masukan untuk penelitian ini.

**Penelitian Pertama**, yaitu oleh Annada Farhat Arifin, dan Tri Yuniningsih, dengan judul “Efektivitas Organisasi Badan Promosi Pariwisata Kota Semarang (BP2KS)”. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk untuk menggambarkan dan menganalisis efektivitas organisasi Badan Promosi Pariwisata Kota Semarang (BP2KS) dan mengidentifikasi faktor-faktor penentu Efektifitas Badan Promosi Pariwisata Kota Semarang.

Perbedaan penelitian yaitu hasil penelitian ini mengidentifikasi faktor-faktor penentu efektivitas dan BP2KS dan juga belum adanya inovasi terkait program. Sedangkan penelitian efektivitas BAPENDA sudah melakukan inovasi-inovasi yaitu untuk pajak reklame sudah memakai website online yang bernama “SILAT”, serta juga membuat program bernama “One Day Service” tiap tahun diadakan pada bulan pertengahan tahun di pusat perbelanjaan Kota Bekasi

**Penelitian Kedua**, yaitu Oleh Putu Agus Sudarmana dan Gede Mertha Sudiarta, dengan judul “Pengaruh Retribusi Daerah Dan Pajak Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah Di Dinas Pendapatan Daerah”. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk untuk menganalisis pengaruh retribusi daerah dan pajak daerah secara serempak dan parsial terhadap nilai pendapatan asli daerah di Kabupaten Badung kurun waktu 2008-2018.

Perbedaan penelitian yaitu hasil penelitian ini tentang efektivitas dari pajak dan retribusi daerah terhadap Pendapatan Asli Daerah dengan Analisis regresi linier berganda. Sedangkan penelitian ini tentang efektivitas organisasi dimana BAPENDA Kota Bekasi dalam pencapaian pajak reklame dengan indikator penelitian yang telah ditetapkan.

**Penelitian Ketiga**, yaitu oleh Lulu Lovianna, dan Notika Rahmi, dengan judul “Analisis Efektivitas Dan Kontribusi Pajak Daerah Sebagai Sumber Pendapatan Asli Daerah (Studi Pada Bapenda DKI Jakarta Tahun 2016-2020)” . Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk untuk mengetahui tingkat efektivitas dan kontribusi pajak daerah sebagai salah satu sumber pendapatan asli daerah (PAD), kendala yang dihadapi selama pelaksanaannya, serta upaya yang dilakukan untuk mengatasi kendala tersebut.

Perbedaan pada penelitian yaitu pada penelitian ini dalam optimalisasi dengan kegiatan terkait kepatuhan pajak ,memberikan plak/stiker, dan sosialisasi secara offline dan online. Sedangkan penelitian efektivitas BAPENDA Kota Bekasi ini optimalisasinya dengan program menjemput bola yaitu Bernama “One Day Service, melakukan sosialisasi-potensi-potensi pajak reklame.

**Penelitian Keempat**, yaitu oleh Lusinda Natalya Debora Karo, Lintje Kalangi, dan Novi Swandari Budiarto dengan judul “Analisis Upaya Pajak, Efektivitas, Dan Kontribusi Pajak Daerah Di Kawasan Ekonomi Khusus Pada Badan Pengelola Pajak Dan Retribusi Daerah Kota Bitung” . Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis untuk mengetahui upaya perpajakan, efektivitas, kontribusi dan pertumbuhan pajak daerah di Kota Bitung.

Perbedaan penelitian yaitu pada penelitian ini yaitu tentang analisis efektivitas dan kontribusi pajak daerah dengan rumus efektivitas dan kontribusi dalam akuntansi. Sedangkan penelitian ini efektivitas organisasi BAPENDA dalam pencapaian pajak reklame dengan indikator penelitian yang telah ditetapkan.

Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa Tingkat pencapaian upaya pajak dalam pemungutan pajak daerah di Kawasan Ekonomi Khusus Kota Bitung tahun 2014-2017 masih tergolong “sangat rendah” karena masih bawah 1%. KEK Bitung sangat mempengaruhi peningkatan jumlah PDRB. Tingkat pencapaian efektivitas pemungutan pajak daerah di Kawasan Ekonomi Khusus Kota Bitung tahun 2014-2018 masuk dalam kriteria “sangat efektif” dengan persentase selalu melebihi 100%. Kontribusi Pajak Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kawasan Ekonomi Khusus Kota Bitung tahun 2014-2018 masuk dalam kriteria “baik” karena kontribusinya selalu melebihi 40%, namun kontribusinya belum mencapai lebih dari 50%.

**Penelitian Kelima**, yaitu oleh Ikhsan Syamsudin, dengan judul “Efektivitas Organisasi Dinas Pendapatan Daerah (Dispenda) Kota Palembang Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya”. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui untuk mengetahui efektivitas organisasi dan faktor-faktor apa yang mempengaruhi efektivitas organisasi di Dinas Pendapatan Kota Palembang.

Perbedaan penelitian yaitu pada penelitian ini kebijakan dan praktik manajemen yang terjadi pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Palembang belum efektif, Hal ini nampak dari peranan pimpinan menanamkan peran interpersonal, informasional dan decisional. Sedangkan pada penelitian efektivitas BAPENDA sudah jelas terkait tugas dan fungsi masing-masing.

Untuk lebih mempermudah dalam mengetahui pelayanan yang dilakukan oleh peneliti terdahulu, maka dibuat tabel sebagai berikut:

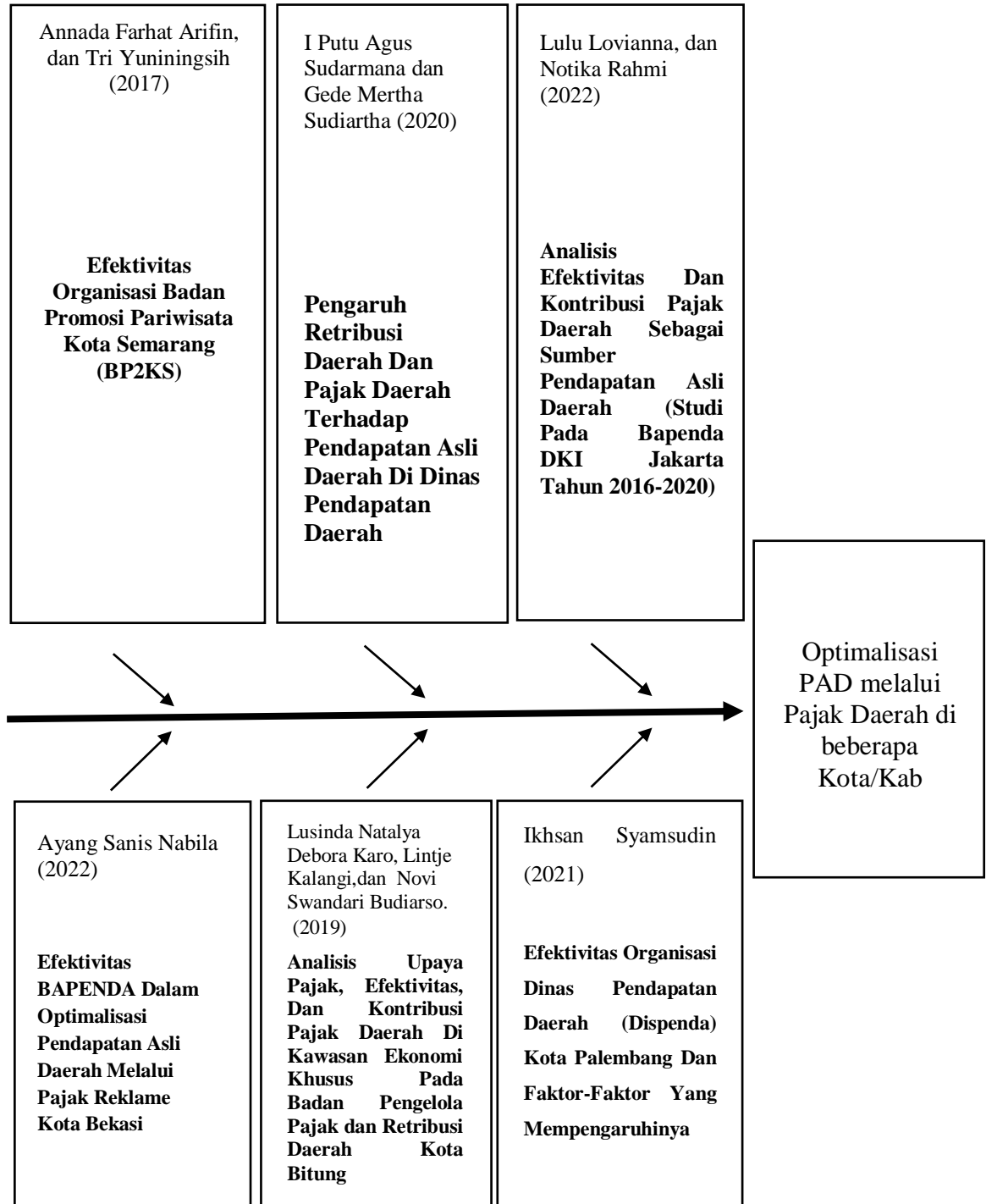
**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**

No	Judul Penelitian, Nama, Tahun	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian
	<p>Jurnal Administrasi Publik Vol.7, No.2 Judul : “Efektivitas Organisasi Badan Promosi Pariwisata Kota Semarang (BP2KS)” Penulis : Annada Farhat Arifin, dan Tri Yuniningsih Tahun : 2018 ISSN 2614-2074</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif, Informan dalam penelitian ini ditentukan dengan teknik snowball sampling dengan key informan Kabid Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata serta Kepala Badan Promosi Pariwisata Kota Semarang.</p>	<p>Dari hasil penelitian diketahui bahwa efektivitas BP2KS belum efektif dilihat dari masing-masing tugas BP2KS yang belum dilaksanakan sesuai dengan tujuan dalam perwal tentang BP2KS.</p>
	<p>Jurnal Manajemen, Vol. 9, No. 4 Judul: “Pengaruh Retribusi Daerah Dan Pajak Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah Di Dinas Pendapatan Daerah”. Penulis : I Putu Agus Sudarmana dan Gede Mertha Sudiarta Tahun 2020 ISSN: 2443-0714</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan Analisis regresi linier berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel retribusi daerah dan pajak daerah terhadap pendapatan asli daerah Kabupaten Badung. Dalam mengolah data penelitian ini, digunakan perangkat lunak Statistical Product and Service Solution (SPSS).</p>	<p>Efektivitas Organisasi Dana Desa dalam mendukung Pemberdayaan Masyarakat di Desa Marengan Daya Kabupaten Sumenep masih kurang efektif. Hal ini lihat dari konteks pencapaian tujuan masih kurang sesuai harapan masyarakat, konteks integrasi kurangnya partisipasi masyarakat dan transparansi informasi pemerintah desa, sehingga masyarakat kurang memahami program yang dibuat dan kurang mendukung program tersebut. Dari konteks adaptasi, sarana dan prasarana kurang</p>

			menunjang sehingga menghambat peningkatan kemampuan masyarakat.
	<p>Jurnal Pajak Vokasi (JUPASI) Vol. 3. No. 2. Judul : “Analisis Efektivitas Dan Kontribusi Pajak Daerah Sebagai Sumber Pendapatan Asli Daerah (Studi Pada Bapenda DKI Jakarta Tahun 2016-2020)” Penulis: : oleh Lulu Lovianna, dan Notika Rahmi Tahun : 2022 ISSN : 2686-1585</p>	<p>Metode penelitian yang digunakan metode kualitatif dengan menganalisis rasio efektivitas dan rasio kontribusi. Data yang digunakan berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan teknik wawancara kepada beberapa informan, sementara Data sekunder diperoleh peneliti dari literatur yang berhubungan dengan topik penelitian serta dokumen yang diperoleh dari Badan Pendapatan Daerah DKI Jakarta yakni data realisasi dan target pajak daerah serta data realisasi dan target pendapatan asli daerah dari tahun 2016-2020.</p>	<p>Tingkat efektivitas pajak daerah pada tahun 2016 hingga 2020 termasuk dalam kategori efektif meskipun cenderung fluktuatif, hal ini mengartikan bahwa pajak daerah telah cukup efektif dalam berkontribusi sebagai sumber pendapatan asli daerah. Kendala yang dihadapi ialah rendahnya tingkat kesadaran dari Wajib pajak Indonesia, sementara kepatuhan Wajib pajak sangat dipengaruhi oleh kesadaran masyarakat hal ini mengakibatkan realisasi tidak mencapai target. Bapenda telah berupaya dalam mengatasi kendala tersebut dengan cara melakukan sosialisasi kepada masyarakat, hal ini dilakukan karena sosialisasinya erat hubungannya dengan tingkat pengetahuan, baik sosialisasi secara online atau offline.</p>
	<p>Jurnal Riset Akuntansi Vol.14 No 4 Judul: “Analisis Upaya Pajak, Efektivitas, Dan Kontribusi Pajak Daerah Di Kawasan Ekonomi Khusus Pada Badan Pengelola Pajak Dan Retribusi Daerah Kota Bitung” Penulis: Lusinda</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik wawancara mendalam,</p>	<p>Bahwa Tingkat pencapaian upaya pajak dalam pemungutan pajak daerah di Kawasan Ekonomi Khusus Kota Bitung tahun 2014-2017 masih tergolong “sangat rendah” karena masih bawah 1%. KEK Bitung sangat mempengaruhi</p>

	<p>Natalya Debora Karo, Lintje Kalangi, dan Novi Swandari Budiarso. Tahun : 2019 ISSN : 318-326</p>	<p>observasi dan dokumentasi.</p>	<p>peningkatan jumlah PDRB. 2. Tingkat pencapaian efektivitas pemungutan pajak daerah di Kawasan Ekonomi Khusus Kota Bitung tahun 2014-2018 masuk dalam kriteria “sangat efektif” dengan persentase selalu melebihi 100%.</p>
	<p>Jurnal Pemerintahan Dan Politik Volume 6 No.1. Judul : “Efektivitas Organisasi Dinas Pendapatan Daerah (Dispenda) Kota Palembang Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya Penulis : Ikhsan Syamsudin Tahun : 2021 ISSN: 2502-0900</p>	<p>Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif.</p>	<p>Bahwa organisasi Dinas Pendapatan Daerah Kota Palembang, memiliki tingkat efektivitas yang cukup rendah. Tingkat efektivitas organisasi ini dapat dilihat dari masih rendahnya kontribusi pajak daerah yang dipungut langsung oleh Dinas Pendapatan Daerah terhadap PAD selama lima tahun terakhir rata-rata sebesar 26,6 %, walaupun prosentase realisasi penerimaan pajak daerah yaitu Retribusi rata-rata sebesar 103 %. Hal ini menunjukkan bahwa produktivitas Dinas Pendapatan Daerah belum optimal.</p>

**Gambar 2. 1 Diagram Fishbone**



Sumber : Diolah peneliti 2022

Berdasarkan Lima (5) penelitian terdahulu yang dijadikan acuan dalam penelitian mengenai “Efektivitas BAPENDA Dalam Optimalisasi PAD Melalui Pajak Reklame Kota Bekasi”. Maka dapat digambarkan persamaan serta perbedaan dalam penelitian yang akan dilakukan. Persamaan penelitian dalam hal ini adalah sama - sama meneliti tentang Efektivitas Organisasi. Dapat diambil kesimpulan bahwa penelitian Efektivitas BAPENDA Dalam Optimalisasi PAD Melalui Pajak Reklame Kota Bekasi tentu berbeda Berdasarkan penelitian terdahulu teknik pengumpulan data berupa wawancara dengan stake holder yang terlibat, studi literatur yang berasal baik dari penelahaan dokumen, artikel, Peraturan Perundang-undangan dan lain-lain. Pembeda penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu fokus pada menganalisis Efektivitas organisasi melalui perspektif kajian Ilmu Administrasi Publik menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan menggunakan teori efektivitas organisasi menurut Duncan.

Selain itu, perbedaan pada jurnal sebelumnya dan pembaharuan di penelitian ini ialah dimana dalam penelitian memberikan informasi tentang pengaruh pandemi Covid-19 dalam pencapaian target pajak reklame di Kota Bekasi, dan hambatan-hambatam dalam proses pemungutan pajak reklame.

## **2.2. Studi Pustaka**

### **2.1.1 Efektivitas**

#### **A. Pengertian Efektivitas**

Efektivitas menurut Abdul Halim (2004) menyatakan efektivitas menggambarkan kemampuan pemerintah daerah dalam merealisasikan PAD yang direncanakan dibandingkan dengan target yang ditetapkan berdasarkan potensi riil daerah. Sedangkan pengertian efektivitas yang dikemukakan oleh Mardiasmo (2004) menyatakan bahwa kontribusi output terhadap pencapaian tujuan sasaran yang telah ditetapkan secara sederhana, efektivitas menggambarkan jangkauan akibat dan dampak dari keluaran program dalam mencapai tujuan program.



## **B. Efektivitas Pajak Reklame**

Berdasarkan beberapa pengertian efektivitas yang telah dijelaskan maka efektivitas digunakan untuk mengukur hubungan antara hasil (realisasi penerimaan pajak reklame) terhadap target reklame, apabila konsep efektivitas dikaitkan dengan pemungutan penerimaan pajak reklame maka efektivitas yang dimaksud adalah seberapa besar realisasi penerimaan pajak reklame mencapai target yang seharusnya dicapai pada periode tertentu. Efektivitas menggambarkan kemampuan pemerintah daerah dalam merealisasi pajak reklame yang dianggarkan dibandingkan dengan target yang telah ditetapkan berdasarkan potensi riil daerah. Kemampuan daerah dalam melaksanakan tugas dikategorikan efektif apabila rasio yang dicapai minimal sebesar 1 (satu) atau 100%.

## **C. Ukuran Efektivitas Organisasi**

Menurut Duncan (2003) yang dikutip Richard M. Steers dalam bukunya "Efektivitas Organisasi" mengatakan ukuran efektivitas sebagai berikut:

### **1. Pencapaian Tujuan**

Kesuluruhan upaya pencapaian tujuan harus dipandang sebagai suatu proses. Oleh karena itu, agar pencapaian tujuan akhir semakin terjamin, diperlukan pentahapan, baik dalam arti pentahapan pencapaian bagian-bagiannya maupun pentahapan dalam arti periodisasinya. Pencapaian tujuan terdiri dari beberapa faktor, yaitu : (1) kurun waktu pencapaiannya ditentukan, (2) sasaran merupakan target yang kongkret, (3) dasar hukum.

### **2. Integrasi**

Pengukuran terhadap tingkat kemampuan suatu organisasi untuk mengadakan sosialisasi, pengembangan konsensus dan komunikasi dengan berbagai macam organisasi lainnya, integrasi dan menyangkut proses sosialisasi. Menurut David A. Goslin berpendapat bahwa "Sosialisasi adalah proses belajar yang dialami seseorang untuk memperoleh pengetahuan keterampilan, nilai-nilai dan norma-norma agar ia dapat berpartisipasi sebagai anggota dalam kelompok masyarakatnya". Komunikasi tidak dapat dipisahkan dari koordinasi, karena komunikasi,

sejumlah unit dalam organisasi akan dapat dikoordinasikan berdasarkan rentang dimana sebagian besar ditentukan oleh adanya komunikasi.

### 3. Adaptasi

Kemampuan organisasi untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Kemampuan adaptasi merupakan kemampuan untuk mengubah atau menyelaraskan prosedur standar operasinya secara dinamis apabila lingkungannya mengalami perubahan. Dengan demikian adaptasi adalah proses penyesuaian diri yang dilakukan untuk menyelaraskan suatu individu terhadap perubahan-perubahan yang terjadi di lingkungannya. Untuk itu digunakan tolak ukur proses pengadaan dan pengisian tenaga kerja, serta pembaharuan strategi pelaksanaan program yang disesuaikan dengan perkembangan zaman atau kebutuhan yang ada. Adaptasi terdiri dari beberapa faktor, yaitu: (1) peningkatan kemampuan, dan (2) sarana dan prasarana.

Emitai Etzioni dalam Indrawijaya (2010) mengemukakan pengukuran efektivitas organisasi mencakup 4 kriteria :

#### 1. Adaptasi.

Dipersoalkan kemampuan suatu organisasi untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya

#### 2. Integrasi.

Tentang pengukuran terhadap tingkat kemampuan suatu organisasi untuk mengadakan sosialisasi, pengembangan konsensus dan komunikasi dengan berbagai macam organisasi lainnya.

#### 3. Motivasi.

Dalam kriteria ini dilakukan pengukuran mengenai keterikatan dan hubungan antara pelaku organisasi dengan organisasinya dan kelengkapan sarana bagi pelaksanaan tugas pokok dan fungsi organisasi.

#### 4. Produksi.

Usaha pengukuran efektivitas organisasi dihubungkan dengan jumlah dan mutu keluaran organisasi serta intensitas kegiatan suatu organisasi.

Selain itu, Campbell dalam Sutrisno (2010) mengatakan bahwa ada bermacam-macam indikator atau kriteria yang dapat di gunakan untuk mengukur efektivitas organisasi, Campbell mengatakan bahwa ada 21 untuk mengukur efektivitas yaitu:

1. Efektivitas keseluruhan sejauh mana organisasi melaksanakan tugasnya untuk mencapai tujuannya. Ini merupakan penilaian umum dengan sebanyak mungkin kriteria dan menghasilkan penilaian umum tentang efektivitas organisasi
2. Kualitas.  
Kualitas jasa atau produk utama yang dihasilkan oleh organisasi
3. Produktivitas.  
Kuantitas atau volume produk atau jasa utama yang dihasilkan oleh organisasi
4. Kesiapsiagaan.  
Penilaian menyeluruh mengenai kemungkinan bahwa organisasi mampu menyelesaikan sesuatu tugas khusus dengan baik jika diminta
5. Efisiensi.  
Suatu rasio yang mencerminkan perbandingannya beberapa aspek satuan prestasi terhadap biaya untuk menghasilkan prestasi.
6. Laba.  
Penghasilan atas penanaman modal yang digunakan untuk menjalankan organisasi dilihat dari segi pemilik.
7. Pertumbuhan Penambahan.  
Seperti tenaga kerja , fasilitas pabrik, laba, dan penemuan baru. Suatu perbandingan antara keadaan organisasi masa sekarang dengan keadaan masa lampau
8. Pemanfaatan lingkungan.  
Sejauh mana organisasi dengan sukses berinteraksi dengan lingkungannya, yaitu dapat memperoleh sumber daya yang langka yang diperlukan untuk operasi secara efektif
9. Stabilitas pemeliharaan struktur, fungsi dan sumber daya sepanjang

waktu khususnya dalam periode sulit

10. Perputaran atau keluar masuknya karyawan dan frekuensi atau banyaknya pembehentian secara sukarela
11. Absenteisme. banyaknya kemangkiran kerja
12. Kecelakaan banyaknya kecelakaan dalam pekerjaan yang mengakibatkan kerugian waktu untuk turun mesin atau waktu perbaikan
13. Semangat kerja kecenderungan anggota organisasi untuk berusaha lebih keras lagi dalam mencapai tujuan dan sasaran organisasi
14. Motivasi kekuatan kecenderungan seseorang untuk melibatkan dirinya dalam kegiatan yang diarahkan pada sasaran dalam pekerjaan, merupakan perasaan dorongan bekerja untuk mencapai tujuan pekerjaan
15. Kepuasan tingkat kesenangan yang dirasakan seseorang atas peranan pekerjaannya dalam organisasi
16. Internaslisasi, tujuan organisasi di terimanya tujuan organisasi oleh setiap orang dan unit dalam organisasi
17. Konflik kohesi dimensi kutub kohesi, yang menunjukkan satu sama lain saling suka, kerja sama, berdiskusi penuh dan terbuka dan terkoordinasikan dalam kegiatan
18. Fleksibilitas adaptasi.  
Kemampuan suatu organisasi mengubah standar prosedur operasi dalam menanggapi tantangan lingkungan untuk mencegah terjadinya kebekuan dalam menghadapi rangsangan lingkungan
19. Penilaian pihak luar.  
Penilaian terhadap organisasi antar unit organisasi dari seseorang atau Lembaga organisasinya yang menaruh kepentingan
20. Iklim, kesadaran lingkungan di dalam organisasi
21. Kualitas kehidupan. Kehidupan kerja, kualitas perhubungan karyawan dengan lingkungan kerjanya.

Berdasarkan pemaparan diatas , menunjukkan beberapa teori Ukuran Efektivitas Organisasi, Dengan mengacu pada konsep teori pada penelitian ini yaitu menurut Duncan (2003) Efektivitas Organisasi yang dikutip Richard M. Steers, bahwa untuk mengukur efektivitas organisasi terdapat 3 (tiga) indikator yaitu; 1) pencapaian tujuan; 2) integrasi; dan 3) adaptasi. Teori ini dipilih dikarenakan teori tersebut lebih relevan dengan permasalahan penelitian dan dengan 3 indikator dapat menganalisis secara mendalam fenomena masalah dalam penelitian.

### **2.1.2 Pendapatan Asli Daerah (PAD)**

Menurut Undang-Undang No. 23 Tahun 2014 sumber-sumber pendapatan asli, yaitu:

#### **1. Pendapatan Asli Daerah**

##### **a. Hasil pajak daerah**

Pajak daerah adalah pajak yang dikelola oleh pemerintah daerah (baik pemerintah daerah TK.I maupun pemerintah daerah TK II dan hasil di pergunakan untuk membiayai pengeluaran rutin dan pemungutan daerah (APBD). Jadi pajak yang dilakukan daerah sesuai dengan peraturan yang ditetapkan oleh daerah untuk mengelola dan membangun rumah tangganya.

##### **b. Hasil retribusi daerah**

Retribusi daerah adalah pungutan daerah sebagai pembayaran pemakaian atau karena memperoleh jasa pekerjaan, usaha atau milik daerah untuk kepentingan umum, atau karena jasa yang diberikan oleh daerah baik langsung maupun tidak langsung. Sedangkan pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan dan/atau diberikan oleh pemerintah daerah untuk kepentingan orang pribadi atau badan. Jadi menurut penulis retribusi adalah pungutan yang dilakukan suatu daerah atas jasa atau izin yang telah diberikan pemerintah daerah.

c. Hasil perusahaan milik daerah dan hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan

Hasil perusahaan milik daerah dan hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan adalah hasil pendapatan daerah dari keuntungan yang didapat dari perusahaan daerah yang dapat berupa dana pembangunan daerah dan merupakan bagian untuk anggaran belanja daerah yang disetor ke kas daerah. Hasil perusahaan milik daerah dan hasil pengelolaan kekayaan daerah lainnya yang dipisahkan antara lain: bagian laba, deviden, dan penjualan saham milik daerah.

d. Lain-lain pendapatan daerah yang sah

Berupa jasa giro, penjualan aset tetap daerah, pendapatan bunga, keuntungan selisih nilai rupiah terhadap mata uang asing, komisi, potongan, dan bentuk lain sebagai akibat dari penjualan atau pengadaan barang dan jasa oleh daerah.

## **2. Dana perimbangan**

Berdasarkan UU No. 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pusat dan Daerah Pasal 1 angka 19 yaitu “Dana Perimbangan adalah dana yang bersumber dari pendapatan APBN yang dialokasikan kepada daerah untuk mendanai kebutuhan daerah dalam rangka pelaksanaan Desentralisasi.” Tujuan dari dana perimbangan yaitu untuk mengurangi kesenjangan pada bagian fiskal yang terjadi antara pemerintah dan pemerintah daerah. UU No. 23 Tahun 2014 Pasal 159 sampai Pasal 162 menyebutkan bahwa dana perimbangan terdiri dari:

### **a. Dana Bagi Hasil**

Dana Bagi Hasil bersumber dari hasil pajak dan sumber daya alam.

Dana bagi hasil yang bersumber dari pajak, yaitu :

1. Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) sektor perdesaan, perkotaan, perkebunan, dan kehutanan.
2. Bea Perolehan Atas Hak Tanah dan Bangunan (BPHTB) sektor perdesaan, perkotaan, perkebunan dan kehutanan.
3. Pajak Penghasilan (PPh) Pasal 21, Pasal 25, dan Pasal 29 wajib

pajak orang pribadi dalam negeri. Sedangkan dana bagi hasil yang bersumber dari sumber daya alam yaitu:

4. Penerimaan kehutanan yang berasal dari Iuran Hak Pengusahaan Hutan (IHPH), provinsi sumber daya hutan (PSDH), dan dana reboisasi yang dihasilkan dari wilayah daerah yang bersangkutan.
5. Penerimaan pertambangan umum yang berasal dari penerimaan iuran tetap (landrent) dan penerimaan iuran eksplorasi (royalty) yang dihasilkan dari wilayah daerah yang bersangkutan.
6. Penerimaan perikanan yang diterima secara nasional yang dihasilkan dari penerimaan pungutan perusahaan perikanan dan penerimaan pungutan hasil perikanan.
7. Penerimaan pertambangan minyak yang dihasilkan dari wilayah daerah yang bersangkutan.
8. Penerimaan pertambangan gas alam yang dihasilkan dari wilayah daerah yang bersangkutan.
9. Penerimaan pertambangan panas bumi yang berasal dari penerimaan setoran bagian pemerintahan, iuran tetap, dan iuran produksi yang dihasilkan dari wilayah daerah yang bersangkutan.

**b. Dana Alokasi Umum (DAU)**

Dana Alokasi Umum (DAU) adalah sejumlah dana yang dialokasikan kepada setiap daerah otonom (provinsi/kabupaten/kota) di Indonesia setiap tahunnya sebagai dana pembangunan. DAU merupakan salah satu komponen belanja pada APBN dan menjadi salah satu komponen pendapatan asli APBD. Tujuan DAU adalah sebagai pemerataan kemampuan keuangan antar daerah untuk mendanai kebutuhan daerah otonom dalam rangka pelaksanaan desentralisasi.

**c. Dana Alokasi Khusus (DAK)**

Dana Alokasi Khusus (DAK) adalah dana yang bersumber dari pendapatan APBN yang dialokasikan kepada daerah tertentu dengan tujuan membantu mendanai kegiatan khusus yang merupakan urusan daerah dan sesuai dengan prioritas nasional.

### **3. Lain-lain pendapatan daerah yang sah**

Dalam UU No. 23 Tahun 2014 Pasal 164 angka 1 menjelaskan bahwa pendapatan daerah yang sah merupakan seluruh pendapatan daerah selain PAD dan dana perimbangan, yang meliputi hibah, dana darurat dan lain-lain pendapatan yang ditetapkan pemerintah. Dalam upaya meningkatkan PAD, daerah dilarang menetapkan peraturan daerah tentang pendapatan yang menyebabkan ekonomi biaya tinggi dan dilarang menetapkan peraturan daerah tentang pendapatan yang menghambat mobilitas penduduk, lalu lintas barang dan jasa antara daerah, dan kegiatan impor atau ekspor. Yang dimaksud dengan peraturan daerah tentang pendapatan yang menyebabkan ekonomi biaya tinggi adalah peraturan daerah yang mengatur pengenaan pajak dan retribusi oleh daerah terhadap objek-objek yang telah dikenakan pajak oleh pusat dan provinsi sehingga menyebabkan menurunnya daya saing daerah. Contoh pungutan yang dapat menghambat kelancaran mobilitas penduduk, lalu lintas barang dan jasa antar daerah, dan kegiatan impor atau ekspor antara lain retribusi izin masuk kota dan pajak atau retribusi atas pengeluaran atau pengiriman barang dari suatu daerah ke daerah lain.

#### **2.1.3 Pajak**

##### **A. Pengertian Pajak**

Soemitro dalam Mardiasmo (2013) memberikan definisi pajak adalah iuran rakyat kepada kas Negara berdasarkan undang undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum. Waluyo (2011) mengatakan Pajak ialah iuran kepada Negara ( yang dapat dipaksakan) yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan –peraturan, dengan tidak mendapat prestasi kembali,yang langsung dapat ditunjuk dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran – pengeluaran umum berhubung dengan tugas Negara yang menyelenggarakan pemerintah.



## **B. Sistem Pemungutan Pajak**

Menurut Waluyo (2011) dalam sistem pemungutan pajak di Indonesia terdapat tiga sistem yang digunakan yaitu :

1. Official Asesment System Sistem ini merupakan system pemungutan pajak ang member wewenang kepada pemerintah (fiskus) untuk menentukan besarnya pajak yang terutang. Ciri-ciri Official Asesment System adalah:
  - 1) Wewenang untuk menentukan besarnya pajak terutang berada pada fiskus.
  - 2) Wajib pajak bersifat pasif.
  - 3) Utang pajak timbul setelah dikeluarkan surat ketetapan pajak oleh fiskus.
2. Self Asesment System Sistem ini merupakan pemungutan pajak yang memberi wewenang, kepercayaan, tanggung jawab kepada wajib pajak untuk menghitung, memperhitungkan, membayar, dan melaporkan sendiri besarnya pajak yang harus dibayar.
3. With Holding System Sistem ini merupakan system pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pihak ketiga untuk memotong atau memungut besarnya pajak yang terutang oleh wajib pajak.

## **C. Fungsi Pajak Daerah**

1. Fungsi Anggaran Pajak daerah digunakan untuk pendanaan rutin seperti belanja pegawai, belanja barang, pemeliharaan, pembangunan, dan juga sebagai tabungan pemerintah daerah.
2. Fungsi Mengatur Pemerintah daerah mengatur pertumbuhan ekonomi melalui kebijaksanaan pajak daerah. Melalui fungsi ini, dana dari pajak daerah dapat digunakan sebagai salah satu alat untuk mencapai tujuan ekonomi pemerintahan dan mengurangi masalah ekonomi.
3. Fungsi Stabilitas Pajak daerah yang dananya terus ada membantu pemerintah untuk menstabilkan harga barang dan jasa sehingga dapat

mengurangi inflasi. Tetapi untuk dapat memenuhi fungsi ini pemungutan dan penggunaan pajak harus dilakukan secara efektif dan efisien.

4. Fungsi Retribusi Pendapatan Pajak daerah yang ada digunakan untuk membiayai semua kepentingan umum termasuk untuk membuka lapangan kerja baru sehingga terjadi pemerataan pendapatan agar kesenjangan ekonomi antara yang kaya dan miskin tidak terlalu menonjol.

#### **D. Syarat Pemungutan Pajak**

Pajak merupakan pungutan paksa yang dilakukan oleh pemerintah terhadap wajib pajak yang tidak mendapat kontraprestasi secara langsung, beberapa syarat pemungutan pajak (Pudyatmoko, 2002:29) yaitu:

- a. Pemungutan pajak harus adil (syarat keadilan) Sesuai dengan tujuan hukum, yakni mencapai keadilan, Undang-Undang dan pelaksanaan pemungutan harus adil. Adil dalam perundang-undangan diantaranya mengenakan pajak secara umum dan merata, serta disesuaikan dengan kemampuan masing-masing. Sedang adil dalam pelaksanaannya yakni dengan memberikan hak bagi wajib pajak untuk mengajukan banding kepada majelis pertimbangan pajak.
- b. Pemungutan pajak harus berdasarkan undang-undang (syarat yuridis) Hal ini memberikan jaminan untuk menyatakan keadilan, baik bagi negaranya maupun warganya.
- c. Tidak mengganggu perekonomian (syarat ekonomis) Pemungutan tidak boleh mengganggu kelancaran kegiatan produksi maupun perdagangan, sehingga tidak menimbulkan kelesuan perekonomian masyarakat.
- d. Pemungutan pajak harus efisien (syarat finansial) Sesuai fungsi budgetair, biaya pemungutan pajak harus dapat ditekan sehingga lebih rendah dari hasil pemungutannya.
- e. Sistem pemungutan pajak harus sederhana Sistem pemungutan yang sederhana akan memudahkan dan mendorong masyarakat dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

## **E. Pengelompokan Pajak**

Pajak dibagi menurut golongan, sifat dan menurut pemungutannya Waluyo (2006:12), yaitu:

### **a. Menurut Golongan**

- 1) Pajak Langsung yaitu pajak yang pembenahannya tidak dapat dilimpahkan pihak lain, tetapi harus menjadi beban wajib langsung wajib pajak yang bersangkutan. Contoh: Pajak Penghasilan
- 2) Pajak tidak langsung yaitu pajak yang pembenahannya dapat dilimpahkan pihak lain. Contoh: Pajak Pertambahan Nilai

### **b. Menurut sifat, Pembagian pajak menurut sifat dimaksudkan pembedaan dan pembagiannya berdasarkan ciri-ciri prinsip:**

- 1) Pajak subyektif, adalah pajak yang berpangkal atau berdasarkan pada subjeknya yang selanjutnya dicari syarat obyektifnya, dalam arti memerhatikan keadaan dari Wajib Pajak. Contoh: Pajak Penghasilan
- 2) Pajak obyektif, adalah pajak yang berpangkal atau berdasarkan pada obyeknya, tanpa memperhatikan keadaan dari Wajib Pajak. Contoh: Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah.

### **c. Menurut pemungut dan pengelolanya**

- 1) Pajak pusat, yaitu pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat dan digunakan untuk membiayai rumah tangga negara. Contoh: Pajak Penghasilan dan Pajak Pertambahan Nilai
- 2) Pajak daerah, pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah dan digunakan untuk membiayai rumah tangga daerah. Contoh: Pajak Bumi dan Bangunan, Pajak Restoran, Pajak Hiburan

## **2.2.3 Pajak Daerah**

### **A. Pengertian Pajak Daerah**

Pajak daerah seperti yang dikemukakan oleh Yani (2008) adalah iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan kepada daerah tanpa

imbalan langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan berdasarkan perundang-perundangan yang berlaku, yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintahan daerah dan pembangunan daerah. Pajak daerah, sebagai salah satu pendapatan asli daerah diharapkan menjadi salah satu sumber pembiayaan penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan daerah, untuk meningkatkan dan pemeratakan kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, daerah mampu melaksanakan otonomi, yaitu mampu mengatur dan mengurus rumah tangganya sendiri. Selain itu, Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 menyebutkan bahwa pajak daerah adalah kontribusi wajib pajak kepada Daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan Daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

#### **2.1.4 Pajak Reklame**

##### **A. Pengertian Pajak Reklame**

Pengertian Pajak Reklame Menurut Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 1 yang dimaksud dengan pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Dan yang dimaksud dengan reklame itu sendiri adalah benda, alat, perbuatan atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, atau dinikmati oleh umum. Beberapa terminologi dalam Pemungutan Pajak reklame menurut Siahaan (2013) yaitu sebagai berikut:

1. Reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan atau dinikmati oleh umum.
2. Penyelenggaraan reklame adalah orang atau badan yang menyelenggarakan reklame baik untuk dan atas namanya sendiri atau

untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya.

3. Perusahaan jasa periklanan/biro reklame adalah badan yang bergerak di bidang periklanan yang memenuhi persyaratan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
4. Panggung reklame adalah suatu sarana atau tempat pemasangan reklame yang ditetapkan untuk suatu atau beberapa buah reklame.
5. Jalan umum adalah suatu prasarana perhubungan darat dalam bentuk apapun, meliputi segala bagian jalan termasuk bangunan pelengkap dan perlengkapan yang diperuntukkan bagi lalu lintas umum.
6. Izin adalah izin penyelenggaraan reklame yang terdiri dari izin tetap dan izin terbatas.
7. Surat Permohonan Penyelenggaraan Reklame yang selanjutnya disingkat SPPR adalah surat yang digunakan oleh wajib pajak untuk mengajukan permohonan penyelenggaraan reklame dan mendaftarkan identitas pemilik data reklame sebagai dasar perhitungan pajak yang terutang.
8. Surat Kuasa Untuk Menyetor yang selanjutnya disingkat SKUM adalah nota perhitungan besarnya Pajak Reklame yang harus dibayar oleh wajib pajak yang berfungsi sebagai ketetapan pajak.

## **B. Dasar Hukum Pemungutan Pajak Reklame**

Pemungutan pajak reklame di Indonesia pada saat ini didasarkan pada dasar hukum yang jelas dan kuat sehingga harus dipatuhi oleh masyarakat dan pihak yang terkait. Dasar pemungutan pajak reklame pada suatu kabupaten atau kota adalah sebagai berikut Siahaan (2013):

1. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
2. Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 yang merupakan perubahan atas Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1987 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
3. Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 tentang Pajak Daerah.
4. Peraturan daerah kabupaten/kota yang mengatur tentang Pajak Reklame.

5. Keputusan bupati/walikota yang mengatur tentang Pajak Reklame sebagai aturan pelaksanaan peraturan daerah tentang Pajak Reklame pada kabupaten/kota dimaksud.

### **C. Objek Pajak Reklame**

Menurut Siahaan (2013) objek pajak reklame adalah semua penyelenggaraan reklame. Penyelenggaraan reklame dapat dilakukan oleh penyelenggara reklame atau perusahaan jasa periklanan itu sendiri yang terdaftar pada Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten/Kota. Penyelenggaraan reklame yang ditetapkan menjadi objek pajak reklame adalah sebagai berikut:

- a. Reklame papan/billboard. Yaitu reklame yang terbuat dari papan, kayu, termasuk seng atau bahan lain yang sejenis, dipasang atau digantungkan atau dibuat pada bangunan, tembok, dinding, pagar, pohon, tiang, dan sebagainya baik bersinar atau yang disinari.
- b. Reklame megatron/videotron/Large Electronic Display (LED). Yaitu reklame yang menggunakan layar monitor besar berupa program reklame atau iklan bersinar dengan gambar atau tulisan berwarna yang dapat berubah-ubah, terprogram, dan difungsikan dengan tenaga listrik.
- c. Reklame kain, yaitu reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain, termasuk kertas, plastik, karet atau bahan lain yang sejenis.
- d. Reklame melekat (stiker), yaitu reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebarkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda.
- e. Reklame selebaran, yaitu reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebarkan, diberikan, atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempelkan, diletakkan, dipasang, atau digantungkan pada suatu benda lain.
- f. Reklame berjalan, termasuk pada kendaraan, yaitu reklame yang ditempatkan atau ditempelkan pada kendaraan yang diselenggarakan dengan menggunakan kendaraan atau dengan cara dibawa oleh orang.
- g. Reklame udara, yaitu reklame yang diselenggarakan di udara dengan

menggunakan gas, laser, pesawat, atau alat lain yang sejenis.

- h. Reklame suara, yaitu reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari atau oleh perantaraan alat.
- i. Reklame film/slide, yaitu reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan klise berupa kaca atau film, atau bahan-bahan yang sejenis, sebagai alat untuk diproyeksikan dan atau dipancarkan pada layar atau benda lain yang ada di ruangan.
- j. Reklame peragaan, yaitu reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara.

#### **D. Bukan objek pajak reklame**

Menurut Siahaan (2013) pada pajak reklame, tidak semua penyelenggaraan reklame dikenakan pajak. Ada beberapa pengecualian yang tidak termasuk sebagai objek pajak reklame, yaitu:

- a. Penyelenggaraan reklame melalui internet, televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan dan sejenisnya.
- b. Label/merek produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan, yang berfungsi untuk membedakan dari produk sejenis lainnya.
- c. Nama pengenal usaha atau profesi yang dipasang melekat pada bangunan tempat usaha atau profesi diselenggarakan sesuai dengan ketentuan yang mengatur nama pengenal usaha atau profesi tersebut.
- d. Reklame yang diselenggarakan oleh pemerintah pusat atau pemerintah daerah.
- e. Penyelenggaraan reklame lainnya yang ditetapkan dengan peraturan daerah, misalnya penyelenggaraan reklame yang diadakan khusus untuk kegiatan sosial, pendidikan, keagamaan, dan politik tanpa sponsor.

### **E. Subjek Pajak dan Wajib Pajak Reklame**

Menurut Suparmoko (2002) subjek pajak reklame adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan atau memesan reklame. Sedangkan wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame, jika reklame diselenggarakan sendiri secara langsung oleh orang pribadi atau badan, maka wajib pajak reklame itu adalah orang pribadi atau badan tersebut. Apabila reklame diselenggarakan melalui pihak ketiga, misalnya perusahaan jasa periklanan. Maka pihak ketiga tersebut yang menjadi wajib pajak reklame. Ketika dalam menjalankan kewajibannya, wajib pajak dapat diwakili oleh pihak tertentu yang diperkenankan oleh Undang-undang dan Peraturan Daerah tentang pajak reklame. Wakil wajib pajak bertanggung jawab secara pribadi atau secara tanggung renteng atas pembayaran pajak terutang. Selain itu, wajib pajak dapat menunjuk seorang kuasa dengan surat kuasa khusus untuk menjalankan hak dan memenuhi kewajiban perpajakannya.

### **F. Dasar Pengenaan Pajak Reklame**

Menurut Siahaan (2013) dasar pengenaan pajak reklame adalah nilai sewa reklame (NSR), yaitu nilai yang ditetapkan sebagai dasar perhitungan penetapan besarnya pajak reklame. Jika reklame diselenggarakan oleh pihak ketiga, NSR ditetapkan berdasarkan nilai kontrak reklame. Sedangkan apabila reklame diselenggarakan sendiri, NSR dihitung berdasarkan memperhatikan faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, waktu, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah, dan ukuran media reklame. Dalam peraturan daerah tentang pajak reklame, NSR dapat ditentukan dihitung berdasarkan berikut ini:

- a. Besarnya biaya pemasangan reklame.
- b. Besarnya biaya pemeliharaan reklame.
- c. Lama pemasangan reklame.
- d. Nilai strategis lokasi.
- e. Jenis reklame.

Untuk menghitung luas reklame sebagai dasar pengenaan pajak



dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Reklame yang mempunyai bingkai atau batas, dihitung dari bingkai atau batas paling luar dimana seluruh gambar, kalimat, atau huruf-huruf tersebut berada didalamnya.
2. Reklame yang tidak berbentuk persegi dan tidak berbingkai, dihitung dari gambar, kalimat, atau huruf-huruf yang paling luar dengan jalan menarik garis lurus vertikal dan horizontal, sehingga merupakan empat persegi.
3. Reklame yang berbentuk pola, dihitung dengan rumus berbedasarkan bentuk benda masing-masing reklame.

#### **G. Tarif Pajak Reklame**

Menurut Suparmoko (2002) tarif pajak reklame ditetapkan paling tinggi sebesar dua puluh lima persen (25%) dan ditetapkan dengan peraturan daerah kabupaten/kota yang bersangkutan. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan keleluasaan kepada pemerintah kabupaten/kota untuk menetapkan tarif pajak yang dipandang sesuai dengan kondisi masing-masing daerah kabupaten/kota. Dengan demikian, setiap daerah kabupaten/kota diberikan kewenangan untuk menetapkan besarnya tarif pajak daerah itu sendiri asalkan tidak melebihi dari dua puluh lima persen (25%).

#### **2.2 Kerangka Berfikir**

Berdasarkan dari beberapa teori yang dikemukakan pada sub bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan untuk menarik sebuah kerangka berpikir. Kerangka pemikiran digunakan sebagai dasar atau landasan dalam pengembangan berbagai konsep dan teori yang di gunakan dalam penelitian serta hubungannya dengan efektivitas organisasi.

Dengan mengacu pada konsep teori menurut Duncan (2003) Efektivitas Organisasi yang dikutip Richard M. Steers untuk menganalisis permasalahan di BAPENDA Kota Bekasi yaitu belum tercapainya target penerimaan pajak reklame dari tahun 2013-2019, masih banyaknya reklame Ilegal, pelaksanaan pemungutan pajak reklame masih menyulitkan wajib

pajak reklame, pengawasan dan pengendalian belum optimal belum sampai tahap penyitaan dan lelang, serta database pajak yang belum sempurna. dimana dimensi Efektivitas Organisasi ini sesuai dengan karakteristik obyek penelitian yang meliputi, yaitu :

1. Pencapaian Tujuan.

Kesuluruhan upaya pencapaian tujuan harus dipandang sebagai suatu proses. Oleh karena itu, agar pencapaian tujuan akhir semakin terjamin, diperlukan tahapan-tahapan, baik dalam arti periodisasinya. Pencapaian tujuan terdiri dari beberapa faktor, yaitu: kurun waktu dan sasaran yang merupakan target kongkrit. Hal ini berkaitan dengan bagaimana Bapenda Kota Bekasi merencanakan pajak reklame yang sudah ditentukan targetnya harus terealisasi dari tahun sebelumnya dan serta kurun waktu pencapaian pemungutan pajak reklame bertujuan untuk menambah APBD yang sudah ditetapkan dalam undang-undang pajak reklame yang mana lebih tepatnya untuk meningkatkan pendapatan Asli Daerah Kota Bekasi. Serta juga pencapaian ketaatan masyarakat membayar pajak dan ketepatan waktu masyarakat membayar pajak.

2. Integrasi.

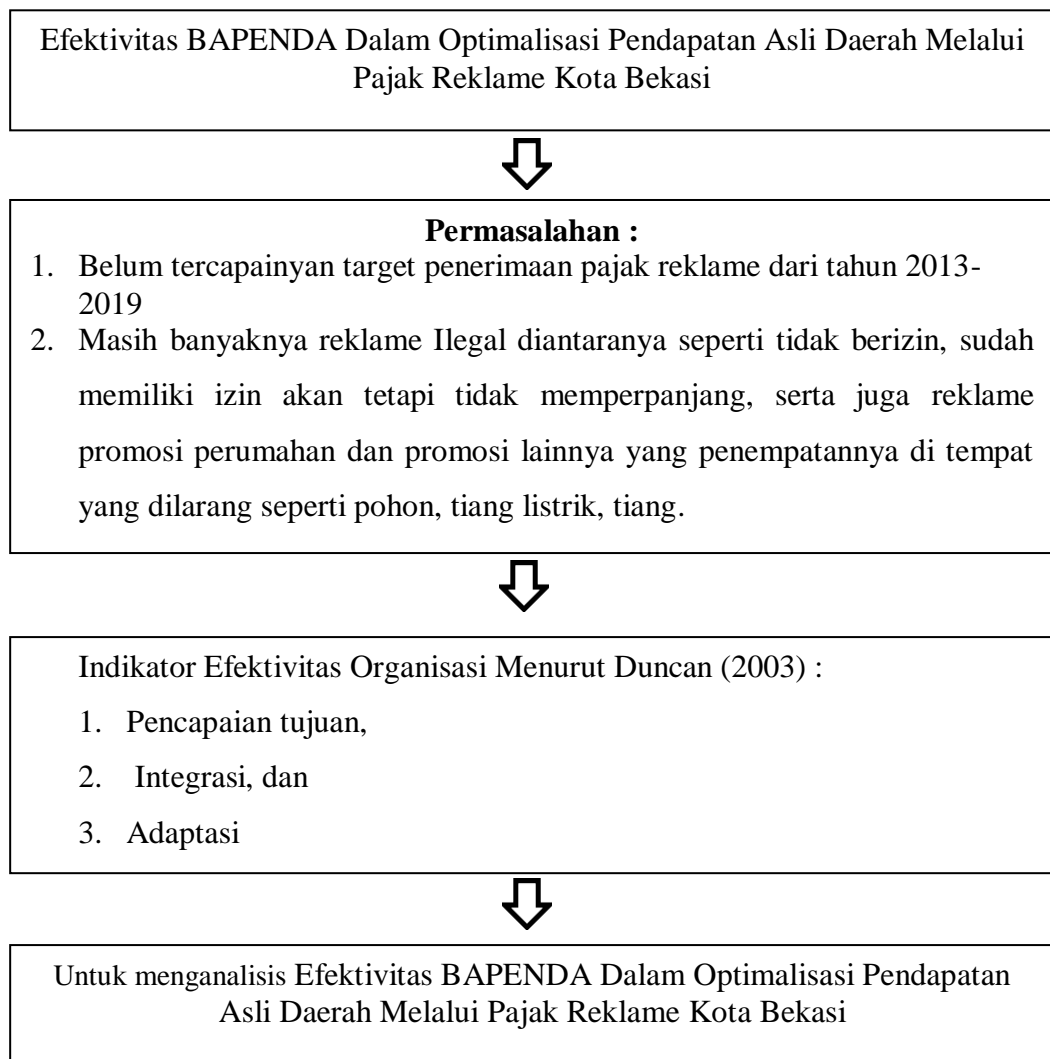
Pengukuran terhadap tingkat kemampuan suatu organisasi untuk mengadakan sosialisasi, pengembangan konsensus dan komunikasi dengan berbagai macam organisasi lainnya, integrasi dan menyangkut proses sosialisasi. Integrasi menyangkut proses Sosialisasi Bapenda Kota Bekasi terkait dengan pencapaian pajak reklame , selain itu juga penetapan pengambilan keputusan dalam melakukan kegiatan tahapan pencapaian target pajak reklame, dan komunikasi dilakukan Bapenda Kota Bekasi dengan organisasi lainnya serta masyarakat.

3. Adaptasi.

Kemampuan organisasi untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Untuk itu digunakan tolak ukur proses pengadaan dan pengisian tenaga kerja. Tentang dimana pencapaian target dari hasil

pajak reklame ditinjau dari kinerja Sumber Daya Manusia Bapenda Kota Bekasi dalam mengatasi permasalahan-permasalahan pajak reklame di Kota Bekasi.

**Gambar 2. 2 Kerangka Berfikir**



Sumber : diolah oleh peneliti 2022

