

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Badan merupakan unsur penyelenggaraan Pemerintah Daerah. Badan dipimpin oleh seorang Kepala Badan, dan Kepala Badan dalam menjalankan tugasnya berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Gubernur (atau Bupati/Walikota) melalui Sekretaris Daerah. Pada Badan Daerah dapat dibentuk Unit Pelaksana Teknis tertentu untuk melaksanakan kegiatan teknis operasional/dan atau penunjang. Pajak Daerah, adalah kontribusi wajib 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. (Pasal 1 angka 10 UU Nomor 28 Tahun 2009). Retribusi Daerah, adalah 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 (Pasal 1 angka 10 UU Nomor 28 Tahun 2009).

Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan negara yang digunakan untuk melaksanakan pembangunan bagi seluruh rakyat Indonesia. Pajak dipungut dari warga Negara Indonesia dan menjadi salah satu kewajiban yang dapat dipaksakan penagihannya. Pembangunan Nasional Indonesia pada dasarnya dilakukan oleh masyarakat bersama-sama pemerintah. Oleh karena itu peran masyarakat dalam

pembiayaan pembangunan harus terus ditumbuhkan dengan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang kewajibannya membayar pajak. Berdasarkan APBD tahun 2011 sektor pajak daerah memiliki peran yang semakin besar karena akan digunakan untuk membiayai penyelenggaraan Pemerintah Daerah dan pembangunan Daerah. Pajak merupakan alternatif yang sangat potensial. Sebagai salah satu sumber penerimaan Negara yang sangat potensial, sektor pajak merupakan pilihan yang sangat tepat, selain karena jumlahnya yang relatif stabil juga merupakan cerminan partisipasi aktif masyarakat dalam membiayai pembangunan. Jenis pungutan di Indonesia terdiri dari pajak Negara (pajak pusat), pajak Daerah, Retribusi Daerah, bea dan cukai dan penerimaan Negara bukan pajak. Salah satu pos Penerimaan Asli Daerah (PAD) dalam anggaran pendapatan belanja Daerah (APBD) adalah Pajak Daerah.

Menurut undang-undang tersebut bahwa pengertian pajak adalah sebuah kontribusi wajib kepada negara yang terhutang oleh setiap orang ataupun Badan yang memiliki sifat memaksa, tetapi tetap berdasarkan dengan Undang-Undang dan tidak mendapat imblaan secara langsung serta digunakan guna kebutuhan negara dan kemakmuran rakyat.

Menurut Prof. Dr. MJH. *Smeeths* Pajak merupakan sebuah prestasi yang dicapai oleh pemerintah yang terhutang dengan melalui berbagai norma serta dapat untuk dipaksakan tanpa adanya kontra prestasi dari masing-masing individual. Maksudnya adalah untuk membiayai pengeluaran Pemerintah.

Menurut Prof. Dr. Rochmat Soemitro, SH. Pajak merupakan iuran atau pungutan rakyat kepada pemerintah dengan berdasarkan Undang-Undang yang berlaku atau peralihan kekayaan dari sektor swasta kepada sektor publik yang dapat untuk dipaksakan serta yang langsung ditunjuk dan dipakai digunakan untuk membiayai kebutuhan negara.

Pajak Daerah menurut Kesit (2005:2) “adalah pungutan wajib atas orang pribadi atau badan yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan Pemerintah Daerah dan pembangunan Daerah Pemungutan pajak Daerah oleh Pemerintah Daerah Provinsi maupun Kabupaten/Kota diatur oleh Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009. Jenis pajak Daerah sebagaimana yang ada dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 adalah Pajak Kendaraan Bermotor; Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor; Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor; Pajak Air Permukaan; dan Pajak Rokok; 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 Perdesaan dan Perkotaan; Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan Perlu diketahui bahwa sistem pemungutan pajak ada 3 (tiga) macam yaitu *Official Assessment System*, *Self Assessment System*, *With Holding System*. *Official Assessment System* adalah system pemungutan pajak yang member wewenang pemerintah (fiskus) untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh Wajib Pajak. *Self Assessment System* adalah system pemungutan

pajak yang memberi wewenang kepada Wajib Pajak untuk menentukan sendiri besarnya Pajak yang terutang dan *With Holding System* adalah sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pihak ketiga (bukan fiskus atau Wajib Pajak yang bersangkutan) untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh Wajib Pajak. Indonesia menganut *Self Assessment System* yaitu Wajib Pajak diberi kepercayaan untuk menghitung, memperhitungkan, menetapkan, membayar, dan melaporkan Pajaknya sendiri. Fiskus, dalam hal ini aparat Direktorat Jendral Pajak/Pemerintah Daerah hanya menjalankan fungsi pembinaan, penelitian, pengawasan, dan penerapan sanksi administrasi perpajakan. Penagihan pajak dalam sistem *Self Assessment* dilaksanakan sedini mungkin sejak timbulnya hutang Pajak atau sebelum tanggal jatuh tempo pembayaran atau penyetoran Pajak. Peningkatan efektifitas penagihan pajak lebih diperlukan mengingat semakin besarnya tunggakan Pajak kumulatif dewasa ini.

Badan Pajak dan Retribusi Daerah Lumajang mulai terbentuk akhir Tahun 2016, dan sebelum terbentuk Badan Pajak dan Retribusi Daerah Lumajang yaitu Dinas Pengelola Keuangan dan Aset Daerah Lumajang (DPKAD) yang berada di Jalan Alun-Alun Utara (Pemda Lumajang) dan Badan Pajak dan Retribusi Daerah Lumajang berada di Jalan Cokro Sujono No 06 Kelurahan Jogoyudan Kecamatan Lumajang Kabupaten Lumajang.

Menurut Sunarto (2006:04) pemasaran adalah proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang berbeda dengan pihak-pihak lain.” Menurut asosiasi pemasaran amerika dalam Sunarto (2006:04)”

pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga promosi, serta penyaluran gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran individu dan organisasi. Pemasaran dapat diartikan dari sudut pandang konsep yang berbeda. Berdasarkan konsep formal yang dikemukakan oleh AMA, *Marketing* merupakan suatu fungsi secara organisasi dan seperangkat proses penciptaan, komunikasi dan penyampaian nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola kereliasian pelanggan dengan cara yang bermanfaat baik bagi organisasi maupun bagi *stakeholders* selanjutnya dilihat dari konsep manajerial. *Marketing* Manajemen merupakan seni dan ilmu dalam memilih pasar sasaran, mendapatkan, memelihara dan menumbuhkan pelanggan melalui penciptaan penyampaian dan komunikasi nilai pelanggan yang superior. Berikut adalah konsep sosial. *Marketing* adalah suatu proses social dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk atau jasa secara bebas yang bernilai bagi yang lain.

Menurut Wahyu Tri Gunawan (2013) yang melakukan penelitian berjudul “Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *Texas Chicken* Manado”. hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel Bauran Pemasaran secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Pada *Freshmart* Bahu Mall Manado

Menurut Haris Hermawan (2015) yang melakukan penelitian berjudul “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Kepuasan Masyarakat dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria di Jember”,

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa menemukan variabel endogen berupa Loyalitas Konsumen yang diukur dari keputusan dan kepuasan, dan pengaruh variabel eksogen berupa *Marketing Mix*, yaitu Produk, Harga, Promosi, Distribusi, dari obyek penelitian ini adalah manajemen bermaksud memperluas area penjualan melalui sistem *Franchise*.

Menurut Firdha Fathimah (2013) yang melakukan penelitian berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Air Mineral Asa di Samarinda” Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa analisis yang diperoleh ternyata variabel independen yang terdiri dari Produk (X1), Harga (X2), tempat/distribusi (X3), dan Promosi (X4) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) air mineral Asa di Samarinda.

Menurut Hendri Sukodjo dan Sumanto Radix A (2010) yang melakukan penelitian berjudul “Analisis *Marketing Mix- 7P (Product, Place, Promotion, Partisipant, Process, dan Physical Evidence)* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya” hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel yang paling dominan terhadap keputusan pembelian pada klinik kecantikan teta di Kota Surabaya.

Menurut Ryan Nugroho dan Japariato (2013) yang melakukan penelitian berjudul “Pengaruh *People, Physical, Evidence, Product, Promotion, Price, dan Place Kafe Coffe Cozies Surabaya*” hasil penelitian ini menunjukkan bahwa diklasifikasikan menjadi variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat).

Alasan meneliti Objek penelitian adalah karena peneliti satu tahun sekali memungut Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) dalam satu tahun sekali, sehingga peneliti sangat ingin lebih tahu sampai mana kepuasan pelanggan/masyarakat di wilayah tersebut.

Salah satu contoh wajib pajak orang pribadi adalah PBB (Pajak Bumi dan Bangunan) terbit satu tahun sekali, distribusikan melalui Kantor Kecamatan, dari Kantor kecamatan di distribusikan ke Kantor Desa atau Kelurahan lalu Desa/Kelurahan mendistribusikan ke subjek (orang yang mempunyai tanah/sawah/kaplingan) pada letak obyek tersebut. Wajib pajak harus menyadari bahwa Pajak Bumi dan Bangunan itu penting ada kaitannya dengan tanah. Hal ini perlu dilakukankarena kenyataan yang ada selama ini adalah semakin banyaknya Wajib Pajak yang tidak beritikad baik untuk melunasi hutang pajaknya padahal yang bersangkutan cukup mampu secara finansial. Berdasarkan uraian tersebut maka tugas akhir ini diberi judul **“Strategi Marketing Mix Dalam Mempengaruhi Kepuasan Wajib Pajak Orang Pribadi Pada Badan Pajak dan Retribusi Daerah Lumajang ”**

1.2 Batasan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi Penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian di bidang manajemen pemasaran
2. Variabel dalam penelitian ini hanya ada dua variabel yaitu variabel dependen terdiri dari *Product* (Produk), *Price* (harga), *Promotion* (Promosi), *Place* (Saluran Distribusi), *People* (Partisipan), *Process*

(Proses), *Physical evidence* (Lingkungan Fisik) dan variabel independen yang terdiri dari kepuasan.

3. Penelitian ini hanya dilakukan pada Badan Pajak dan Retribusi Daerah Lumajang di Jalan Cokroujono No 6 Kelurahan Jogoyudan Lumajang

1.3 Perumusan Masalah

Dari pembatasan masalah, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Produk (*Product*) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi pada Badan Pajak dan Retribusi Daaerah Lumajang.
2. Apakah harga (*Price*) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi pada Badan Pajak dan Retribusi Daaerah Lumajang.
3. Apakah Promosi (*Promotion*) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi pada Badan Pajak dan Retribusi Daaerah Lumajang.
4. Apakah Saluran Distribusi (*Place*) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi pada Badan Pajak dan Retribusi Daaerah Lumajang.
5. Apakah Partisipan (*People*) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi pada Badan Pajak dan Retribusi Daaerah Lumajang.

6. Apakah Proses (*Process*) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi pada Badan Pajak dan Retribusi Daerah Lumajang.
7. Apakah Lingkungan Fisik (*Physical Evidence*) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi pada Badan Pajak dan Retribusi Daerah Lumajang
8. Apakah *Product, Price, Promotion, Place, People, Process* dan *Physical Evidence* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi pada Badan Pajak dan Retribusi Daerah Lumajang

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka peneliti bertujuan :

1. Untuk Mengetahui produk (*Product*) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi pada Badan Pajak dan Retribusi Daerah Lumajang.
2. Untuk Mengetahui Harga (*Price*) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi pada Badan Pajak dan Retribusi Daerah Lumajang.
3. Untuk Mengetahui Promosi (*Promotion*) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi pada Badan Pajak dan Retribusi Daerah Lumajang.
4. Untuk Mengetahui Saluran Distribusi (*Place*) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi pada Badan Pajak dan Retribusi Daerah Lumajang.

5. Untuk Mengetahui Partisipan (*People*) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi pada Badan Pajak dan Retribusi Daerah Lumajang.
6. Untuk Mengetahui Proses (*Process*) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi pada Badan Pajak dan Retribusi Daerah Lumajang.
7. Untuk Mengetahui Lingkungan Fisik (*Physical Evidence*) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi pada Badan Pajak dan Retribusi Daerah Lumajang.
8. Untuk Mengetahui *Product, Price, Promotion, Place, People, Process* dan *Physical Evidence* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi pada Badan Pajak dan Retribusi Daerah Lumajang

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti
Memberikan pengetahuan tentang pentingnya pembayaran pajak yang sesuai dengan tarif pajak tersebut
2. Bagi Badan Pajak dan Retribusi Daerah Lumajang
Sebagai acuan untuk Badan Pajak dan retribusi Daerah Lumajang agar persentase Pajak naik.
3. Bagi Kampus STIE Widya Gama Lumajang

Sebagai acuan untuk menambah pengetahuan mengenai kepuasan/pelayanan pembayaran Pajak.

