

Strategi optimalisasi penerimaan pajak reklame di Kota Bekasi = Strategy of optimization on advertising tax revenue in Bekasi City

Innes Wahyu Widhianti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20482080&lokasi=lokal>

Abstrak

Berdasarkan data dari Badan Pendapatan Daerah Kota Bekasi, pada tahun 2013 sampai dengan tahun 2017, realisasi penerimaan pajak reklame sebagai salah satu jenis pajak daerah tidak pernah mencapai target. Oleh sebab itu, diperlukan strategi dari Pemerintah Daerah Kota Bekasi untuk mengoptimalkan penerimaan pajak reklame. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi optimalisasi penerimaan pajak reklame di Kota Bekasi dan faktor penghambatnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan bersifat deskriptif dengan studi kepustakaan dan wawancara mendalam sebagai metode penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan untuk mengoptimalkan penerimaan pajak reklame adalah strategi intensifikasi dan ekstensifikasi. Strategi intensifikasi terdiri dari penegakan hukum berupa penerapan sanksi dan penertiban reklame tidak berizin, pemberian reward kepada wajib pajak, penerapan teknologi informasi, sosialisasi, strategi terkait kebijakan, koordinasi, dan pendataan titik reklame. Sedangkan strategi ekstensifikasi berupa pendataan dan penataan ulang titik reklame di area Tol Bekasi-Cawang-Melayu dan pembangunan Jembatan Penyeberangan Orang (JPO). Faktor-faktor penghambat penerimaan pajak reklame dibagi menjadi faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal terdiri dari kurangnya kuantitas dan kualitas sumber daya manusia, anggaran yang belum memadai, kurangnya koordinasi, perubahan struktur organisasi yang sering terjadi, dan adanya pungutan liar dan penyalahgunaan wewenang. Sedangkan faktor eksternal adalah kepatuhan wajib pajak yang masih kurang.

According to Badan Pendapatan Daerah Kota Bekasi, advertising tax revenue in 2013 until 2017 has never reached its target. Therefore, the local government of Bekasi has undertaken the strategies to optimize advertising tax revenue. The aim of this research is to analyze the optimization strategies of advertising tax revenue in Bekasi City and its restricting factors. This research was conducted by qualitative method which are data literature studies and in-depth interviews. In conclusion, there are two types of strategies to optimize advertising tax revenue, intensification strategy and extensification strategy.

Intensification strategies consist of law enforcement such as practising tax penalties and controlling unlicensed advertisement; rewarding taxpayers; implementing information technology; socialization; strategy related to policy; coordination; and collecting the advertisement point. While extensification strategies consist of collecting and rearranging advertisement point at Bekasi-Cawang-Melayu Toll and constructing Jembatan Penyeberangan Orang (JPO). Besides, the restricting factors are divided to internal and external factors. Internal factors consist of inadequate quantity and quality of human resources, insufficiency budget, lack of coordination between employees, frequently organizational structure changes, and extortion and abuse of power. While external factors is low tax compliance.