

Analisis pelaksanaan pemungutan pajak peklame (kajian terhadap Sistem informasi pajak reklame kewenangand Dinas Pendapatan Daerah Kecamatan Propinsi DKI Jakarta)

Suhartono, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=74927&lokasi=lokal>

Abstrak

Pelayanan perpajakan merupakan jasa pelayanan public (public services) yang sepenuhnya menjadi tugas pemerintah yang dilaksanakan berdasarkan peraturan perundang-undangan perpajakan (rule) yang merupakan public goods. Undang-undang perpajakan sebagai public goods memiliki sifat khusus sebagaimana public goods yang lain, yaitu indivisibility, non excludability dan non rivalness.

Dalam organisasi, sistem informasi sangat berperan dalam kinerja yang ditunjukkan oleh organisasi yang bersangkutan. Salah satu paradigma dasar dari model pengukuran efektivitas suatu sistem organisasi dapat dikaji dari masukan (input), proses (throughput) dan keluaran (output). Input adalah semua faktor yang diperlukan dari lingkungannya, yang dirubah menjadi output melalui suatu proses.

Berdasarkan uraian tersebut, maka pokok permasalahan dalam tesis ini adalah Bagaimana pelaksanaan administrasi pemungutan Pajak Reklame di Pendapatan Daerah Kewenangan Kecamatan Propinsi DKI Jakarta dan bagaimana peran sistem informasi terhadap pemungutan pajak reklame serta permasalahan apa yang timbul dan upaya-upaya apa yang dilakukan oleh Pendapatan Daerah Kewenangan Kecamatan Propinsi DKI Jakarta.

Tujuan Penulisan tesis ini adalah Menggambarkan dan menganalisis pelaksanaan pemungutan, sistem informasi dan permasalahan serta upaya-upaya dalam Pajak Reklame Kewenangan Pendapatan Daerah Kecamatan Propinsi DKI Jakarta. Metodologi penelitian yang digunakan dalam penulisan tesis ini adalah metode deskriptif analisis, dengan teknik pengumpulan data berupa studi kepustakaan dan studi lapangan. Analisis yang dilakukan bersifat analisis kualitatif.

Berdasarkan analisis maka diketahui Pada tahun 1999/2000 rasio perbandingan antara titik reklame yang mendaftar dan yang memperoleh SKUM adalah 99%,. Namun pada tahun berikutnya (periode tahun 2000) terjadi penurunan yang cukup signifikan yaitu 98% yang berarti bahwa hanya 98% potensi penerimaan Pajak Reklame yang dapat memperoleh SKUM. Terjadi peningkatan sekitar 64% terhadap reklame yang memperoleh SKUM dalam kurun waktu tahun 1999/2000 ke tahun 2000.

Pada periode tahun 2001 angka rasio perbandingan reklame yang memperoleh SKUM dengan yang mendaftar, mengalami kenaikan yang cukup signifikan, yakni mencapai 99.47% yang berarti potensi penerimaan Pajak Reklame semakin baik. Penurunan angka rasio perbandingan terjadi pada periode selanjutnya, yakni sebesar 99.39%. Reklame yang sudah dibayar pada tahun anggaran 1999/2000 sampai dengan tahun anggaran 2000, penerimaan pajak reklame Wilayah Kewenangan Kecamatan DKI Jakarta setiap tahun mengalami peningkatan.

Secara umum dapat ditarik kesimpulan bahwa sistem informasi pemungutan Pajak Reklame telah menghasilkan data administrasi yang cukup baik mulai dari titik reklame, penerbitan SKUM sampai pembayaran. Angka pertumbuhan TPI memperlihatkan bahwa efektivitas pemungutan Pajak Reklame berjalan secara efektif. Adapun saran yang dianjurkan adalah 'Upaya-upaya dalam meningkatkan potensi Pajak Reklame harus ditingkatkan melalui usaha-usaha yang dapat meningkatkan potensi pajak. Membaiknya iklim dunia usaha dan politik sangat perlu dipertahankan dan ditingkatkan. Aparat perpajakan (fiskus) harus selalu aktif dalam usaha mengatasi masalah-masalah yang mempengaruhi pemungutan Pajak Reklame.