

Penerapan administrasi pajak reklame dalam upaya peningkatan penerimaan pajak reklame

Khairil Anwar, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=97399&lokasi=lokal>

Abstrak

Paradigma baru pemerintahan menuntut fungsi pemerintah mampu memberikan pelayanan yang prima kepada masyarakat. Karena itu, kinerja pemerintah daerah harus diarahkan pada upaya untuk memberikan kepuasan kepada warganya. Sesuai dengan Undang-undang Nomor 25 Tahun 1999 salah satu sumber dana bagi daerah dalam penyelenggaraan pemerintahan adalah Pendapatan Asli Daerah (PAD). Berdasarkan Undang-Undang No.34 Tahun 2000 tentang Perubahan Atas Undang-undang No.18 Tahun 1997 tentang Pajak Dan Retribusi Daerah, salah satu jenis pajak daerah adalah Pajak Reklame.

Pajak reklame saat ini mendapat perhatian dari masyarakat, Permasalahan pajak reklame di DKI Jakarta terkait dengan permasalahan pengelolaan reklame yang sangat kompleks, seperti birokrasi yang berbelit-belit, pengawasan yang kurang optimal, pemasangan reklame yang belum memenuhi norma 7K (Keindahan, Keagamaan, Kesopanan, Ketertiban, Kesusilaan, Keamanan dan Kesehatan) dan sebagainya. Permasalahan tersebut memiliki dampak terhadap kinerja pemungutan pajak reklame yang berdampak kurang optimalnya penerimaan pendapatan asli daerah di Propinsi DKI Jakarta.

Penelitian ini mengangkat tiga permasalahan, yang menyangkut efisiensi pemungutan pajak reklame, efektivitas pemungutan pajak reklame dan pelayanan pajak reklame. Tujuannya menjelaskan efisiensi dan efektivitas pemungutan pajak reklame dan pelayanan pajak reklame di Dipenda Propinsi DKI Jakarta. Penelitian menggunakan metode deskriptif. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan dengan teknik wawancara mendalam terhadap beberapa orang yang terpilih, yakni orang-orang yang sehari-hari bertugas mengelola administrasi pajak reklame serta beberapa orang yang berkedudukan sebagai wajib pajak reklame, baik perorangan, badan maupun biro reklame. Sedang data sekunder dikumpulkan dengan teknik analisis dokumen, dengan menggunakan alat-alat analisis kinerja administrasi pajak daerah, yakni CCER, TPI dan persentase kontribusi pajak reklame terhadap APBD.

Penelitian menghasilkan beberapa temuan. Pertama, efisiensi biaya pemungutan pajak reklame yang diukur dengan Cost of Collection Efficiency Ratio (CCER) menunjukkan bahwa pemungutan pajak reklame bervariasi dari tahun ke tahun, dengan rasio CCER terendah 2,99 pada tahun 1998/1999 dan tertinggi 15,12 pada tahun 2000. Kedua, efektivitas pemungutan pajak reklame yang diukur dengan ratio Tax Performance Index (TPI) menunjukkan bahwa efektivitas pemungutan pajak reklame baik dilihat dari segi rencana penerimaan maupun realisasi penerimaan cukup stabil. Ketiga, diterbitkannya SK.Gub. DKI Jakarta No. 37 Thn 2000 pada satu sisi dapat memberikan kepastian hukum kepada wajib pajak reklame namun pada sisi lain membuat prosedur penerbitan izin reklame sangat lama dan birokrasinya berbelit-belit. Tidak adanya one roof system dalam pelayanan membuat pengambilan keputusan pemberian izin menjadi lama karena

masing-masing instansi terkait menjalankan prosedur sendiri-sendiri sesuai dengan tupoksinya masing-masing. Kondisi tersebut membuat pelayanan pajak reklame menurun dan memberikan citra buruk, sehingga mempengaruhi penerimaan pajak reklame.

Berdasarkan temuan-temuan tersebut, maka direkomendasikan: Pertama, perlunya peningkatan sistem pelaporan pajak reklame yang baik, konsisten dan dapat dibandingkan, sehingga tingkat efisiensi administrasi pajak reklame dapat dipantau secara terus menerus agar dapat melakukan tindakan-tindakan perbaikan yang diperlukan sebelum suatu gejala penurunan efisiensi terjadi dengan demikian efisiensi pemungutan pajak reklame dapat terus ditingkatkan. Kedua, perlu dikaji secara mendalam mengenai penetapan rencana penerimaan agar lebih tepat dan sesuai dengan potensinya. Ketiga, untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada pemohon reklame sebaiknya dipertimbangkan kembali pembentukan sistem manajemen satu atap (one roof system) semacam TTPR, karena keberadaannya dapat memberi kepastian dan percepatan permohonan izin pemasangan reklame. Keempat, besarnya kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap anggaran pendapatan belanja daerah seharusnya dapat dipertahankan dan apabila memungkinkan harus lebih ditingkatkan. Peningkatan ini dapat dilaksanakan dengan lebih mengintensifkan penerapan administrasi pajak reklame baik dengan cara melakukan pengawasan yang lebih ketat dan penerapan sanksi. Dengan demikian wajib pajak timbul kesadaran atas kewajibannya membayar pajak reklame yang akhirnya berdampak terhadap upaya peningkatan penerimaan pendapatan asli daerah.