

Implementasi Insentif Pajak Reklame Pelaku Usaha Pengguna Kantong Belanja Ramah Lingkungan di DKI Jakarta = Implementation of Advertising Tax Incentives Business Actors Using Eco-friendly Shopping Bags

Tiara Ananda Putri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920523659&lokasi=lokal>

Abstrak

Permasalahan sampah saat ini masih menjadi isu yang harus diselesaikan, terutama pada sampah plastik. Tahun 2019, Pemerintah DKI Jakarta telah melakukan upaya meminimalisir penggunaan plastik dengan memberlakukan kewajiban penggunaan kantong belanja ramah lingkungan di untuk pengelola pusat perbelanjaan, swalayan, dan pasar rakyat. Sebagai bentuk kepastian untuk memberikan insentif fiskal daerah yang tercantum dalam Peraturan Gubernur Nomor 142 Tahun 2019 dilakukan perluasan dengan menerbitkan Peraturan Gubernur Nomor 111 Tahun 2021. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis implementasi insentif pajak reklame untuk pelaku usaha yang menggunakan kantong belanja ramah lingkungan di DKI Jakarta. Penelitian ini merupakan penelitian post positivisme dengan menggunakan teori implementasi yang dikemukakan oleh Grindle dengan jenis penilitan deskriptif dan teknik pengumpulan data yaitu studi kepustakaan dan wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi pemberian fasilitas insentif pajak reklame ini terlihat masih belum optimal dalam pelaksanaannya. Hal ini terlihat dari belum adanya permohonan insentif pajak reklame yang masuk ke Badan Pendapatan Daerah Provinsi DKI Jakarta. Minimnya permohonan insentif dapat dikarenakan administrasi dalam pengajuan yang memerlukan alur birokrasi yang cukup rumit sehingga tidak mencerminkan asas ease of administration dalam pemungutan pajak. Selain itu, sosialisasi terkait dengan adanya insentif pajak reklame untuk pelaku usaha pengguna kantong belanja ramah lingkungan pun masih dirasa sangat kurang. Strategi yang perlu dilakukan dalam mengatasi hal tersebut adalah perlunya koordinasi lebih antar pihak pelaksana kebijakan dan menghindari terjadinya tax potential loss.

.....The waste problem is still an issue that must be resolved, especially plastic waste. In 2019, the DKI Jakarta Government has made efforts to minimize the use of plastic by imposing an obligation to use environmentally friendly shopping bags for managers of shopping centers, supermarkets and people's markets. As a form of certainty to provide regional fiscal incentives listed in Pergub 142 of 2019, an expansion is made by issuing Governor Regulation Number 111 of 2021. The purpose of this research is to analyze the implementation of advertising tax incentives for business actors who use environmentally friendly shopping bags in DKI Jakarta. This research is a post-positivism research using the implementation theory put forward by Grindle with descriptive research types and data collection techniques, library research and in-depth interviews. The results of the research show that the implementation of advertising tax incentive facilities is still not optimal in its implementation. This can be seen from the absence of applications for advertising tax incentives that have been submitted to the DKI Jakarta Provincial Revenue Agency. The minimum number of requests for incentives is due to the administration in filings that require a bureaucratic flow which is quite complicated so that it does not reflect the principle of ease of administration in tax collection. In addition, socialization related to the existence of advertising tax incentives for business actors using environmentally friendly shopping bags is felt to be lacking. The strategy that will be carried

out in overcoming this is the need for more coordination between policy implementing parties and avoiding potential tax losses.