

## Analisis kebijakan dalam mengoptimalkan penerimaan pajak reklame di provinsi DKI Jakarta

Ria Maharani Kertapati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20313374&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kebijakan yang dilakukan oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dalam mengoptimalkan penerimaan pajak reklame di DKI Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif karena penelitian ini berusaha menggambarkan suatu fenomena sosial sehingga bersifat menggambarkan fakta. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan, penelitian lapangan dan wawancara mendalam. Hasil dari penelitian ini adalah faktor pendukung dalam optimalisasi penerimaan pajak reklame yaitu: Adanya Koordinasi dan Kerjasama yang Baik Antar Instansi, Adanya Peraturan yang Jelas, Adanya Potensi Penerimaan Reklame, Adanya Akurasi Data Yang Optimal (Up To Date), Adanya Pengawasan dalam Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame. Faktor penghambat yang mengakibatkan tidak optimalnya penerimaan pajak reklame yaitu: Kurangnya Tingkat Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas SDM yang Kurang Berkompeten, Sulitnya Birokrasi Pemasangan Reklame, Adanya Reklame Ilegal (Reklame Liar). Serta Kebijakan Alternatif yang dilakukan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta untuk Mengoptimalkan Penerimaan Pajak Reklame yaitu Meningkatkan Tarif Kelas Jalan dan mengeluarkan suatu kebijakan tentang peraturan perizinan yang jelas dan tegas yaitu berupa Mekanisme Izin Prinsip serta mengeluarkan kebijakan berupa pemberian sanksi terhadap pemasangan reklame-reklame liar.

.....The purpose of this study was to analyze the policy pursued by the city administration in optimizing tax receipts billboard in Jakarta. This study uses a qualitative research approach for this study sought to describe a social phenomenon that is describing the fact. Data collection techniques used in this research is literature study, field research and interviews. The results of this study is supportive factor in the optimization of the billboard tax revenue as follows: There is good coordination and cooperation Inter-Agency, There are clear rules, Advertising Revenue Potential, The Data The Optimal Accuracy (Up To Date), The Implementation Monitoring the Implementation of Advertising. Inhibiting factors that lead to not optimal Advertising Tax receipts as follows: Lack of awareness level of the taxpayer, The quality of human resources Less Competent, The difficulty of Installation Advertising Bureaucracy, Presence of Illegal Advertising (Advertising Liar). And the alternative policy which can be done by the Province Government of DKI Jakarta to optimize the advertising tax revenue that is with increasing Grade-Road Rates and issueing a clear and firm installation of billboards permitting policy and issueing a policy of imposing sanctions against the installation of wild-billboards.