

## Upaya Peningkatan Pendapatan Daerah dalam Rangka Menghadapi Undang-Undang Pemerintahan Propinsi DKI Negara Republik Indonesia Jakarta (Kasus : Pajak Reklame)

Muchamad Ichwan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=71466&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Dengan diundangkannya Undang-Undang Otonomi Daerah dan Undang-Undang Nomor 34 tentang Pemerintah Propinsi Daerah Khusus Ibukota Negara Republik Indonesia Jakarta, berdampak terhadap kemampuan pemerintah dalam membiayai pemerintahan dan pembangunan. Berkaitan dengan permasalahan tersebut, Pemerintah DKI Jakarta, dituntut untuk meningkatkan kemampuan keuangannya guna membiayai sarana, prasarana perkotaan serta kebutuhan-kebutuhan lainnya.

Dalam kondisi krisis, jelas makin mempersulit posisi Pemerintah DKI Jakarta untuk memenuhi kekurangan kebutuhannya, belum lagi tajamnya persaingan di era liberalisasi. Oleh karena itu, Pemerintah DKI Jakarta dituntut berpikir dan berwawasan global dalam pemberdayaan dan memfasilitasi kegiatan-kegiatan lokal dan lebih mengkonsolidasikan peningkatan kinerja Pemerintah DKI Jakarta, sehingga mampu meningkatkan competitive advantages, comparative advantages, akuntabilitas serta transparansi sebagai prasyarat untuk mewujudkan visi Jakarta sebagai kota pelayanan. Berkaitan dengan hal tersebut, penelitian ini ditujukan untuk 1).

Melihat laju pertumbuhan dan realisasi penerimaan pajak reklame sebagai indikator kinerja pemungutannya, 2) Mengetahui potensi dan upaya pemungutan pajak reklame dengan pendekatan analisis tingkat kepekaan (elastisitas) pajak reklame terhadap perubahan kegiatan ekonomi atau usaha perdagangan dan 3) Merumuskan kebijakan peningkatan pajak reklame melalui Ad-valorem tax.

Sebagai hasil penelitian ini diperoleh beberapa temuan, yaitu:

1. Laju pertumbuhan realisasi penerimaan pajak reklame selama tahun anggaran 1991/1992 - 1997/1998 rata-rata 86.83 %, pertumbuhan terbesar terjadi pada 1992/1993 sebesar 356.61 %, sedangkan laju pertumbuhan rata-rata bila dihitung dari 1992/1993 - 1997/1998 sebesar 32.87 %. Terjadi penurunan pada 1998/1999 sebesar - 28.07 % karena adanya krisis ekonomi. Efektifitas penerimaannya menunjukkan hasil melampaui target, yaitu rata-rata 24.75 % dan terjadi penurunan pada 1997/1998 sebesar -11.9 %.

Kontribusi pajak reklame pada PAD juga meningkat pada 1991/1992-1996/1997, yaitu mencapai 12 %, sedangkan 1998/1999 terjadi penurunan menjadi 5.29 %. Terhadap APBD juga meningkat kontribusinya dari 1991/1992-1998/1999 mencapai 3.6 %. Elastisitasnya rata-rata terhadap pertumbuhan ekonomi pada 1993-1997 sebesar 2.65. Kontribusi Pajak Daerah terhadap PAD pada 1997/1998 sebesar 79.88 %, sedangkan kontribusi reklame terhadap pajak daerah meningkat yaitu mencapai 6.03 %.

2. Pengelolaan pajak reklame di DKI Jakarta terbesar di tingkat propinsi (Balai Dinas) yaitu sebesar 66.32 % dengan nilai total potensi Rp.71.941.218.503,-, pada total luasan 267.272,85 m<sup>2</sup>, sedangkan 5 Kotamadya (Suku Dinas) hanya 19.33 % dengan luas 70.475,79 m<sup>2</sup> sedangkan 42 Kecamatan (PDK) hanya 14.35 % dengan luas 63.334,82 m<sup>2</sup>. Dengan terbitnya UU No.34/1999, pengelolaan reklame nantinya dilimpahkan ke Kotamadya/Kabupaten.

3. Perubahan pengenaan tarif pajak reklame dari Perda DKI Jakarta No.101/1989 dengan "Unit Tax" menjadi Perda DKI Jakarta No.81/1998 dengan "Ad-Valorem lux", sampai saat ini belum dilaksanakan. Dari hasil

penelitian diperoleh bahwa pendekatan baru sangat elastis terhadap perubahan ekonomi makro dan lebih mudah melakukan penyesuaian tarif yang ditetapkan berdasarkan persen (25 %) dari Nilai Sewa Reklame. Cara lama pengenaan tarifnya didasarkan pada pengenaan lokasi, luas, jenis, ketinggian, dan waktu penyelenggaraan (rupiah per meter persegi). Dari hasil simulasi di Jakarta Selatan diperoleh peningkatan pendapatan rata-rata sebesar 68.81 % dengan cara baru (Ad-valorem Tax).

4. Upaya penting yang dilakukan untuk peningkatan pajak reklame adalah dibentuknya Unit Pelaksana Teknis Sistem Informasi Manajemen Reklame (SIM-R) sebagai upaya pengalihan dari pihak swasta yaitu PT. Bina Citra Sentra Makmur (BCSM). Namun demikian dari hasil analisis ternyata masih diperlukan adanya upaya-upaya untuk membangun atau meningkatkan kinerja organisasi dengan berpedoman pada Inpres Nomor 711999 tentang Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah, karena hingga saat ini organisasi belum memiliki prosedur dan operasi baku untuk pelayanan pajak reklame.