

Efisiensi dan efektifitas administrasi pajak reklame: studi kasus pada Dipenda DKI Jakarta

Kus Tri Andyarini, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=75120&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Untuk memperoleh informasi mengenai kinerja Dipenda DKI Jakarta, agar dalam menyongsong era globalisasi dan era perdagangan bebas dapat tetap efektif, maka penulis berusaha melakukan analisis kinerja Dipenda DKI Jakarta, khususnya yang menyangkut pendapatan pajak reklame.

Metode analisis yang digunakan adalah analisis rasio yaitu Tax Performance Index. Disamping itu penulis juga melakukan uji statistik antara dependent variable dengan independent variable, dan dihitung juga berapa besar kontribusinya dengan menggunakan koefisien determinasi.

Hasil penelitian dan hasil analisis secara umum dapat diperoleh gambaran bahwa tingkat efektifitas pemungutan pajak reklame berdasarkan rencana penerimaan pajak reklame PEMDA DKI Jakarta dalam keadaan yang tidak stabil, terutama di tahun anggaran 1997/1998 terjadi tingkat efisiensi dibawah normal. Tingkat efektifitas berdasarkan target penerimaan pajak reklame PEMDA DKI Jakarta yang ditetapkan pada perjanjian kerjasama antara PEMDA DKI Jakarta hanya menunjukkan peningkatan pada dua tahun pertama perjanjian yaitu tahun 1995/1996 dan 1996/1997, pada tahun berikutnya yaitu tahun 1997/1998 dan 1998/1999 mengalami penurunan. Penerimaan Pajak Reklame di Balai Dinas mempunyai kontribusi yang cukup besar terhadap Penerimaan Pajak Reklame secara keseluruhan. Rencana/anggaran mempunyai hubungan yang positif dan kuat dengan penerimaan pajak reklame.

Untuk meningkatkan efektifitas perlu dikaji ulang dalam penetapan rencana penerimaan pajak reklame. Selain itu untuk meningkatkan tingkat efektifitas dapat dilakukan upaya - upaya antara lain pencairan tunggakan, penetapan yang dilakukan dengan benar, penetapan sanksi, pemeriksaan, pengusutan, penagihan dan pemberdayaan sumber daya manusia. Karena kontribusi penerimaan pajak reklame Balai Dinas terhadap penerimaan pajak reklame secara keseluruhan cukup besar, maka sebaiknya intensifikasi penerimaan pajak reklame harus lebih dikhususkan pada kasus-kasus yang ditangani Balai Dinas. Teknik Forecasting perlu diperhatikan, karena terdapat hubungan positif dan kuat antara rencana dan realisasi penerimaan pajak reklame. Persamaan regresi $Y = 14.47 + 0.85X$, untuk memprediksi penerimaan pajak reklame, dengan asumsi faktor-faktor lain tetap (ceteris paribus).