

Evaluasi pelaksanaan pengelolaan dalam pajak reklame (studi kasus pada dinas pendapatan daerah propinsi DKI Jakarta)

Syaukat Akmar, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=90485&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan tidak tercapainya target penerimaan pajak reklame di Dipenda Propinsi DKI Jakarta dan mengusulkan alternatif pemecahan bagi terealisasinya target penerimaan pajak reklame di Dipenda Propinsi DKI Jakarta.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, dimana penelitian diarahkan untuk memaparkan keadaan obyek yang diselidiki sebagaimana adanya, berdasarkan fakta-fakta aktual yang terjadi saat sekarang.

Penelitian mengambil lokasi di Dipenda Propinsi DKI Jakarta. Pengumpulan data dilakukan dengan dua cara, yakni penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan, terutama dengan mengandalkan teknik wawancara mendalam. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemungutan pajak reklame yang dilakukan Dipenda DKI Jakarta tidak mencapai target. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor berikut:

1. Berdasarkan Surat Keputusan Gubernur KDKI No 37 tahun 2000 adalah Dinas Pendapatan Daerah, Dinas Tata Kota dan Dinas P2K. Tapi kondisi di lapangan menunjukkan bahwa hubungan ketiga instansi tersebut tidak serasi, sehingga memunculkan ketidakpastian di kalangan wajib pajak, dan hal ini dapat mendorong para wajib berusaha mencari celah-celah yang dapat dimanfaatkan. Selain itu, peraturan perundang-undangan reklame dikaitkan dengan ketentuan tentang perizinan dari pemajakan yang seharusnya sebagai objek pajak nilai perpajakannya ditetapkan dalam undang-undang perpajakan. Ketentuan tentang pemajakan atas reklame di daerah seharusnya berdiri sendiri, sehingga mekanisme, tata cara dan prosedur pemungutan pajak reklame murni berdasarkan tata aturan main perpajakan. Lebih dari itu, Perda OKI Jakarta No. 8 Tahun 1998 menyebutkan bahwa izin penyelenggaraan reklame tidak dapat dipindahtangankan kepada pihak lain. Hal ini mengingkari nilai ekonomis dari pajak reklame.
2. Pemungutan pajak reklame yang dilakukan secara hirarkis oleh Balai Dinas, Suku Dinas, dan Seksi PDK Pendapatan Daerah OKI Jakarta serta melibatkan dua instansi lain (DTK dan DP2K) menyebabkan administrasi pemungutan pajak reklame tidak maksimal.
3. Ketidaksinkronan level organisasi pada Dipenda, Dinas Tata Kota dan P2K sebagai tritunggal penyelenggara reklame juga menyebabkan koordinasi antar ketiga unit tersebut seringkali tidak harmonis, sehingga menyebabkan pemungutan pajak reklame tidak lancar.
4. Pembatasan wewenang bagi personil di Seksi Pendapatan Daerah Kecamatan menyebabkan mereka hanya berkonsentrasi pada kewenangannya, sehingga reklame-reklame yang menjadi kewenangan Suku Dinas dan Balai Dinas tidak mendapat perhatian. Akibatnya rangkaian kegiatan pemungutan pajak reklame ikut terganggu.

Berdasarkan hasil temuan-temuan tersebut, maka rekomendasi dari hasil penelitian ini adalah: (1) mengkaji berbagai peraturan dalam bidang perpajakan, khususnya pajak reklame, yang kenyataannya sudah tidak dapat dilaksanakan lagi, paling tidak di level operasional, dan kemudian melakukan perubahan dan penyempurnaan seperlunya; (2) Sistem perizinan hendaknya harus dipisahkan dengan sistem pemungutan pajak, retribusi, dan sewa titik reklame, namun berhubungan kuat secara kausalistik; (3) Unit yang seharusnya mempunyai tanggung jawab atas pengajuan permohonan penyelenggaraan reklame adalah unit teknis yang terkait langsung dengan sifat izin yang dikeluarkan, yakni Dinas Tata Kota; (4) Proses penerbitan izin reklame menyertakan tidak hanya satu unit instansi, melainkan paling tidak ada dua unit instansi teknis, DTK dan DP2K; (5) Pengadministrasian izin harus dikelola oleh unit yang memegang kendali proses perizinan, karena adanya batasan-batasan waktu dan ketentuan-ketentuan yang tidak boleh dilanggar oleh penyelenggara reklame; (6) Aktivitas pelaksanaan pemungutan pajak reklame diawali dengan kegiatan penetapan pajak, dengan interface ke sistem-sistem lainnya khususnya sistem penertiban dan sistem perizinan; (7) Diperlukan tindakan penertiban sebagai bentuk penegakan hukum karena makin banyaknya pelanggaran-pelanggaran secara fisik terhadap ketentuan perizinan yang dilakukan penyelenggara reklame, dengan tidak melupakan mekanisme pemajakan bagi pelanggarnya.