

RIWAYAT HIDUP

Nama : Deyra Sulistyaning Andrini

Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta / 12 Agustus 1983

Alamat : Jl. Cempaka Putih Tengah 32 No. 6
Jakarta Pusat 10510

Telepon : (021) 4240918

Agama : Islam

Pendidikan Formal

1989-1995	SD Rumpun Cempaka
1995-1998	SMPN 77 Cempaka Putih
1998-2001	SMUN 77 Cempaka Putih
2001-2004	Diploma III Administrasi Perpajakan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia
2002-2005	Diploma III Akuntansi, Fakultas Ekonomi, STIE Pengembangan Bisnis dan Manajemen
2005-2008	Administrasi Fiskal, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia

LAMPIRAN I

PEDOMAN WAWANCARA

Kepala Dinas Pendapatan Daerah Provinsi DKI Jakarta

1. Bagaimana gambaran tentang keberadaan reklame dan Pajak Reklame di Provinsi DKI Jakarta ?
2. Dalam Penentuan Tarif Kelas Jalan penyelenggaraan Reklame, apakah ada pertimbangan tertentu ?
3. Dalam penetapan tarif NSR seperti apa yang sesuai dari berbagai aspek, dari sisi pemerintah daerah maupun dari sisi penyelenggara reklame ?
4. Dalam penetapan tarif NSR reklame berjalan yang sekarang berlaku apakah sudah sesuai ?

Kepala Bidang Pajak dan Retribusi Daerah Badan Administrasi Keuangan Daerah Departemen Dalam Negeri Republik Indonesia

1. Apakah ada kebijakan Depdagri dalam penghitungan tarif NSR sebagai DPP Reklame ?
2. Apakah Penentuan Variabel NSR murni kewenangan pemerintah daerah ?
3. Bagaimana jika daerah ingin menaikkan tarif NSR sebagai DPP reklame ?

**Kepala Bidang Evaluasi Pajak Daerah dan Retribusi Daerah Dirjen
Perimbangan Keuangan Pusat dan Daerah Departemen Keuangan Republik
Indonesia**

1. Dalam penetapan tarif NSR seperti apa yang sesuai dari berbagai aspek, dari sisi pemerintah daerah maupun dari sisi penyelenggara reklame ?
2. Dalam penetapan tarif NSR reklame berjalan, Mana yang lebih sesuai apakah ditetapkan satu nilai / Flat, atau ditetapkan Sesuai dengan kelas jalan yang dilalui kendaraan ?
3. Dalam rangka optimalisasi penerimaan pajak daerah mana yang lebih menguntungkan dilihat dari sisi potensi penerimaan, apakah penetapan tarif NSR Flat seperti saat ini, atau penetapan tarif NSR sesuai dengan kelas jalan yang dilalui kendaraan yg terpasang reklame ?

**Kepala Sub Dinas Perencanaan dan Pengembangan Dinas Pendapatan
Daerah Provinsi DKI Jakarta**

1. Penetapan tarif NSR reklame berjalan saat ini ditetapkan dengan nilai nominal tertentu yang seragam/ flat Apa dasar pertimbangannya ?
2. Dalam penetapan tarif NSR reklame berjalan, Mana yang lebih sesuai apakah ditetapkan satu nilai / Flat, atau ditetapkan Sesuai dengan kelas jalan yang dilalui kendaraan ?
3. Dalam rangka optimalisasi penerimaan pajak daerah mana yang lebih menguntungkan dilihat dari sisi potensi penerimaan, apakah penetapan tarif

NSR Flat seperti saat ini, atau penetapan tarif NSR sesuai dengan kelas jalan yang dilalui kendaraan yg terpasang reklame ?

4. Dalam penetapan tarif NSR reklame berjalan yang sekarang berlaku apakah sudah sesuai ?

Kepala Subdinas Peraturan Perundangan Dinas Pendapatan Daerah Provinsi DKI Jakarta

1. Faktor apa yang menentukan Dasar Pengenaan Pajak Reklame ?
2. Apa yang dimaksud dengan Nilai Sewa Reklame sebagai salah satu unsur Dasar Pengenaan Pajak reklame ?
3. Bagaimana mekanisme penetapan tarif NSR reklame berjalan ?
4. Penetapan tarif NSR reklame berjalan saat ini ditetapkan dengan nilai nominal tertentu yang seragam/ flat Apa dasar pertimbangannya ?

Penyelenggara Reklame

1. Apa keunggulan dan kelemahan dari media reklame bergerak seperti reklame berjalan/kendaraan ?
2. Apakah ada korelasi antara Kelas Jalan dan tarif NSR dengan kepentingan pengusaha dalam memasarkan suatu produk ?
3. Kepentingan apa yang akan dicapai oleh pengusaha / penyelenggara reklame dikaitkan dengan tarif kelas jalan dalam NSR ?
4. Apakah ada perbedaan tarif yang menyebabkan harga antara media reklame berjalan dengan konvensional seakan tidak adil ?

5. Bagaimana menyikapi terjadinya perbedaan manfaat dan kepentingan penyelenggara reklame berjalan dengan ditetapkannya tarif NSR yang seragam / flat ?
6. Apakah Tarif Kelas Jalan yang berlaku sekarang ini sudah sesuai dengan manfaat yang diperoleh penyelenggara reklame ?



LAMPIRAN II

TRANSKRIP WAWANCARA

Key Informan : Reynalda Madjid
Posisi Key Informan : Kepala Dinas Pendapatan Daerah Provinsi DKI
Jakarta
Hari dan Tanggal : Rabu, 4 Juni 2008
Waktu : 15.00
Lokasi : Gedung Dinas Pendaapatan Daerah Propinsi
DKI Jakarta Lt. 12
Jl. Abdul Muis No. 66 Jakarta Pusat

1. Salah satu jenis Pajak Daerah adalah Pajak Reklame, bagaimana gambaran Bapak tentang keberadaan reklame dan Pajak Reklame di Provinsi DKI Jakarta ?

Jawab :

Keberadaan reklame sebagai suatu objek pajak daerah selalu didekati oleh tiga kepentingan, yaitu pemerintah daerah untuk kepentingan pendapatan, kepentingan pemerintah dan masyarakat dalam hal keindahan kota serta kepentingan para pengusaha dalam rangka mempromosikan produknya dalam hal memperlancar bisnis atau usahanya, semetara itu dasar pemungutan Pajak

Reklame sudah sesuai dengan Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 tentang PP No. 65 Tahun 2001 dan berlaku untuk seluruh provinsi di Indonesia.

2. Berdasarkan Peraturan Daerah No. 2 Tahun 2004 tentang Pajak Reklame disebutkan bahwa Nilai Sewa Reklame sebagai Dasar Pengenaan Pajak Reklame, salah satu variabelnya adalah lokasi penempatan reklame yang prakteknya diaplikasikan pada kelas jalan dan tarif kelas jalan, sebenarnya apa yang menjadi dasar pertimbangan penetapan kelas jalan dan tarif kelas jalan ?

Jawab :

Variabel yang masih fleksibel dalam penetapan NSR adalah kelas jalan dan tarif kelas jalan, penentuan tarif kelas jalan sudah berdasarkan dengan pertimbangan berbagai sisi, seperti aspek estetika kota atau keindahan kota, volume kendaraan atau masyarakat yang berlalu lalang di jalan tersebut dan yang lebih utama adalah pertimbangan terhadap minat dari para penyelenggara reklame untuk suatu titik lokasi di jalan tertentu, ini lebih dititikberatkan pada keinginan dan minat dari para penyelenggara reklame dalam rangka mensukseskan tujuan pemasangan reklame yang bersangkutan yaitu untuk memperoleh jangkauan promosi seluas mungkin.

3. Menurut Bapak, apakah tarif kelas jalan yang ada saat ini masih sesuai atau perlu dilakukan penyesuaian ?

Jawab :

Keputusan Gubernur yang mengatur tentang tarif kelas jalan sudah cukup lama, kalau mau ditingkatkan tinggal merubah Keputusan Gubernur saja, namun hal ini tetap memerlukan proses dan melibatkan berbagai unsur

termasuk Wajib Pajak, intinya tarif kelas jalan yang ada saat ini sesuai keputusan gubernur sudah saatnya di revisi, masih bisa ditingkatkan lah.



Key Informan : **Heru Wibisono**

Posisi Key Informant : **Kepala Sub Dinas Peraturan Perundangan Dinas
Pendapatan Daerah Provinsi DKI Jakarta**

Hari dan Tanggal : **Jumat, 6 Juni 2008**

Waktu : **10.00**

Lokasi : **Gedung Dinas Pendaapatan Daerah Propinsi
DKI Jakarta Lt. 15
Jl. Abdul Muis No. 66 Jakarta Pusat**

1. Berdasarkan Peraturan Daerah No. 2 Tahun 2004 tentang Pajak Reklame disebutkan bahwa Nilai Sewa Reklame sebagai Dasar Pengenaan Pajak Reklame, salah satu variabelnya adalah lokasi penempatan reklame yang prakteknya diaplikasikan pada kelas jalan dan tarif kelas jalan, sebenarnya apa yang menjadi dasar pertimbangan penetapan kelas jalan dan tarif kelas jalan ?

Jawab :

Pertimbangan perbedaan tarif kelas jalan antar satu titik lokasi dengan titik lainnya dengan memperhatikan intensitas keramaian dan pertimbangan ekonomis kelas jalan tersebut.

2. Menurut Bapak sebenarnya bagaimana sich proses dan mekanisme penetapan kelas jalan dan tarif kelas jalan, unsur mana saja yang dilibatkan dan apakah sudah melibatkan masyarakat Wajib Pajak ?

Jawab :

Proses penetapan tarif kelas jalan di DKI ini sudah melibatkan beberapa unsur pengambil kebijakan maun masyarakat seperti Biro Hukum DKI, Dinas Tata Kota, Dinas Penataan dan Pengawasan Bangunan, Dinas Perhubungan serta para pengusaha dan penyelenggara reklame agar mendapat hasil yang objektif dan menguntungkan semua pihak terlebih lagi saat finalisasi penyusunannya juga meminta pertimbangan dari pihak DPRD bidang Keuangan sebagai wakil rakyat.

3. Berdasarkan Perda No. 2 Tahun 2004, Nilai Sewa Reklame untuk reklame berjalan/kendaraan ditetapkan sebesar Rp.5.000,- *flat rate* tidak berdasarkan kelas jalan yang ada, apa pertimbangan penetapan NSR tersebut ?

Jawab :

Besaran NSR reklame berjalan sebesar lima ribu itu dengan pertimbangan tingkat mobilitas reklame berjalan cukup tinggi dan angka lima ribu per meter itu merupakan angka rata-rata yang mewakili dari kelas jalan yang ada, tapi kalo NSR reklame berjalan mao di naikin, itu boleh-boleh aja sepanjang sudut pandangnya tidak bertentangan dengan kepentingan masyarakat umum dan memang hal itu sudah dirasa perlu dilakukan pada saat ini

Key Informan : **Bapak A**

Posisi Key Informan : **Kepala Bagian Promosi PT. X selaku Penyelenggara Reklame di DKI Jakarta**

Hari dan Tanggal : **Senin, 2 Juni 2008**

Waktu : **16.00**

Lokasi : **Gedung Wijaya Grand Centre**
Jl. Wijaya - Jakarta Selatan

1. Sebagaimana kita ketahui, dasar pengenaan Pajak Reklame adalah Nilai Sewa Reklame dan Tarif Kelas Jalan, menurut Bapak, apakah tarif kelas jalan yang ditetapkan saat ini sudah sesuai dengan manfaat yang Bapak peroleh?

Jawab :

Prinsip, kami tidak mempermasalahkan besaran tarif kelas jalan, kami lebih menyoroti dari sisi ketersediaan titik lokasi penempatan yang saat ini sangat dibatasi oleh pemerintah daerah dan kelangkaan ini berdampak pada semakin mahalnya biaya penyelenggaraan reklame pada titik titik strategis tertentu.

2. Jadi menurut Bapak titik lokasi pemasangan reklame pada titik lokasi strategis sangat terbatas, bagaimana pendapat Bapak mengatasi hal ini dan apakah pemasangan reklame pada kendaraan dapat dijadikan alternatif lain?

Jawab :

Walau tidak seefektif reklame billboard, pemasangan iklan reklame pada kendaraan merupakan alternative yang menarik dan dapat dijadikan sarana promosi bagi para pengusaha, kami selaku biro reklame berharap ketentuan

pemasangan iklan pada kendaraan ini tidak dibatasi malah perlu disederhanakan pengurusan perizinannya, toh itu nantinya berdampak pada masukan uang bagi pemerintah DKI



Key Informan : Rizari

Posisi Key Informan : Kepala Bidang Pajak dan Retribusi Daerah
Badan Administrasi Keuangan Daerah
Departemen Dalam Negeri RI

Hari dan Tanggal : Jumat, 23 Mei 2008

Waktu : 14.00

Lokasi : Gedung BAKD Depdagri, Lt. 3
Jl. Veteran II, Jakarta Pusat

1. Berdasarkan Peraturan Daerah No. 2 Tahun 2004 tentang Pajak Reklame disebutkan bahwa Nilai Sewa Reklame sebagai Dasar Pengenaan Pajak Reklame, salah satu variabelnya adalah lokasi penempatan reklame yang prakteknya diaplikasikan pada kelas jalan dan tarif kelas jalan, apakah dalam penetapan kelas jalan dan tarif kelas jalan, ada kebijakan dari Departemen Dalam Negeri atau sepenuhnya kewenangan daerah, bagaimana jika DKI mau menaikan tarif kelas jalan ini?

Jawab :

Undang-undang maupun Peraturan Pemerintah hanya mengatur Nilai Sewa Reklame sebagai Dasar Pengenaan Pajak Reklame, akan tetapi tidak mengatur tentang harga suatu titik lokasi penempatan reklame, komponen tarif pajak lah yang ditetapkan dengan batasan setinggi-tingginya 25 %, ini yang tidak dapat dimainkan oleh daerah, tapi dalam hal daerah mau meningkatkan penerimaannya dapat melalui penyesuaian komponen Nilai Sewa Reklame

yang menjadi kewenangan daerah, misalnya tarif kelas jalan yang dinaikkan, tarif kelas jalan kan tidak bias diseragamkan untuk semua daerah oleh karnanya Pemerintah Pusat tidak mengatur itu.



Key Informan : Lisbon Sirait

Posisi Key Informan : Kepala Bidang Evaluasi Pajak Daerah dan Retribusi Daerah Dirjen Perimbangan Keuangan Pusat dan Daerah Departemen Keuangan RI

Hari dan Tanggal : Jum'at, 23 Mei 2008

Waktu : 09.00

Lokasi : Departemen Keuangan Gedung C Lt. III
Jl. Lapangan Banteng Jakarta Pusat

1. Sebagaimana kita ketahui Dasar Pengenaan Pajak Reklame adalah Nilai Sewa Reklame dan untuk reklame berjalan/kendaraan, Nilai Sewa Reklame nya ditetapkan *flat rate*, tidak mengacu pada tarif kelas jalan, bagaimana tinjauan Bapak dari aspek keadilan, bagaimana menurut Bapak sebaiknya?

Jawab :

Nilai Sewa Reklame untuk reklame pada kendaraan, saya rasa akan lebih adil jika pengenaannya disesuaikan dengan kelas jalan yang dilalui oleh kendaraan tersebut, manfaat yang dirasakan berbeda antara kendaraan yang satu dengan yang lainnya, jadi mestinya kendaraan yang melalui jalan-jalan yang ramai lalu lintasnya atau kelas jalannya lebih tinggi harus dikenakan Nilai Sewa Reklame yang lebih tinggi, itu baru adil dari sisi manfaat, saya lebih cenderung daerah segera memikirkan ini karna daerah berkewajiban untuk menggali potensi yang bersumber dari daerah itu sendiri.

Key Informan : Iwan Setiawandi

Posisi Key Informan : Kepala Sub Dinas Perencanaan dan Pengembangan Dinas Pendapatan Daerah Provinsi DKI Jakarta

Hari dan Tanggal : Senin, 26 Mei 2008

Waktu : 14.00

Lokasi : Gedung Dinas Pendaapatan Daerah Propinsi DKI Jakarta Lt. 14
Jl. Abdul Muis No. 66 Jakarta Pusat

1. Berdasarkan Peraturan Daerah No. 2 Tahun 2004 tentang Pajak Reklame disebutkan bahwa Nilai Sewa Reklame sebagai Dasar Pengenaan Pajak Reklame, salah satu variabelnya adalah lokasi penempatan reklame yang prakteknya diaplikasikan pada kelas jalan dan tarif kelas jalan, untuk reklame berjalan dikenakan *tarif flat rate*, tidak mengenal kelas jalan, bagaimana menurut Bapak atas hal ini?

Jawab :

Penetapan NSR reklame kendaraan jika dipersamakan seperti penetapan Pajak Minuman Keras jaman dulu, untuk minuman keras yang diminum diwarung atau dilokasi tempat dijualnya minuman, maka pajak minuman kerasnya lebih murah dibanding dengan minuman keras yang dibeli di suatu tempat untuk diminum ditempat lain, karna jika diminum ditempat lain resiko keamanan dan dampak negative yang ditimbulkan akan lebih besar, maboknya dimana-

mana, hal ini bisa dipersamakan dengan penetapan NSR kendaraan dimana manfaat ekonomi dari promosi yang dilakukan secara berkeliling melalui kendaraan dapat menimbulkan dampak positif yang lebih luas.

2. Jika dilakukan penyesuaian NSR terhadap reklame berjalan, seberapa besar potensinya dan bagaimana teknisnya dalam rangka optimalisasi penerimaan daerah ?

Jawab :

Perkiraan potensi penerimaannya kan dapat dihitung, klasifikasikan dulu jumlah reklame berjalan berdasarkan kendaraan umum sesuai route kendaraan, kendaraan umum tetapi tidak ada route tertentu seperti taksi dan kendaraan bukan umum seperti mobil box dan sejenisnya, berapa realisasi pajaknya, lalu asumsikan penetapan NSR nya berdasarkan kelas jalan yang ada, untuk kendaran bukan umum yang tidak ada rouutenya, caranya kita ambil rata-rata tarif kelas jalan yang ada misalnya tarif kelas jalan tertinggi sekarang kan lima belas ribu terendah seribu, maka rata-ratanya delapan ribu, itu sudah lebih baik dari pada penetapan sekarang yang hanya lima ribu rupiah.

Key Informan : **Deddy**

Posisi Key Informan : **Bagian Pengurusan Pajak Reklame PT. Media
Indra Buana (MIB) selaku Penyelenggara
Reklame di DKI Jakarta**

Hari dan Tanggal : **Rabu, 3 Juni 2008**

Waktu : **11.00**

Lokasi : **Jl. Benhil Raya Blok G II No.10B, Jakarta Pusat**

1. Menurut Bapak, apa keunggulan dari media reklame bergerak ?

Jawab :

Menurut saya keunggulan media reklame bergerak, khususnya kendaraan khusus yang berputar di jalan-jalan protokol, ada pada keunikannya yang dipadukan dengan teknologi modern, misalnya papan iklan dari produk dapat berganti dengan sistem slide yang unik sehingga memancing perhatian dari orang-orang yang di sekitarnya.

2. Apakah ada perbedaan tarif yang menyebabkan harga antara media reklame berjalan dengan billboard konvensional dikatakan kurang adil ?

Jawab :

Seperti yang dikatakan oleh pengusaha Warna-warni, reklame bergerak umumnya digunakan untuk launching produk meskipun banyak juga yang memasang iklan dari produk-produk yang sudah ternama. Hanya saja, jika dikatakan tidak adil karena adanya perbedaan tarif, harus dilihat dari waktu dan target yang bisa dijangkau. Media bergerak hanya berjalan di siang hari

saja, tidak di malam hari sedangkan billboard 24 jam. Sehingga kalau disamakan justru tidak adil buat yang reklame bergerak. Selain itu, media ini hanya dipilih oleh perusahaan umumnya sebagai second choice, bukan pilihan utama dalam beriklan. Iklan utama ya televisi, billboard, di radio, koran. Iklan bergerak hanya dijadikan sebagai pendukung dari media-media tersebut. Bahkan tarif Rp.5000 / m² seharusnya dikaji ulang karena misalnya untuk media bergerak yang di kendaraan umum, ketika melewati jalan-jalan yang tidak strategis jelas targetnya berkurang, jadi harus ada formula khusus yang lebih dapat mengakumulasi target dari media bergerak ini.

Key Informan : **Martono**
Posisi Key Informan : **HRD Warna-Warni Advertising selaku Penyelenggara Reklame di DKI Jakarta**
Hari dan Tanggal : **Kamis, 5 Juni 2008**
Waktu : **16.00**
Lokasi : **Jl. Panjang No. 10, Jakarta Barat**

1. Menurut Bapak apakah keunggulan dan kelemahan Billboard Konvensional dan Reklame Berjalan ?

Jawab :

Billboard konvensional memiliki keunggulan tersendiri, yaitu tergantung besarnya media yang digunakan sehingga kemungkinan untuk terbaca adalah lebih besar. Berbeda dengan reklame berjalan yang bersifat outdoor saja. Reklame berjalan memiliki kelemahan pada waktu yaitu pada waktu-waktu tertentu disaat jam-jam sibuk agar kemungkinan dilihat lebih besar, Sedangkan outdoor juga memiliki kelemahan hanya pada tempat-tempat keramaian tertentu. Namun, reklame berjalan umumnya dipilih oleh perusahaan client.hanya untuk launching produk saja. Jika untuk media-media iklan produk yang sudah dikenal dimasyarakat, umumnya perusahaan tidak memilih media reklame berjalan tetapi billboard.

2. Apakah ada perbedaan tarif yang menyebabkan harga antara media reklame berjalan dengan billboard konvensional sehingga seakan dikatakan kurang adil ?

Jawab :

Mungkin dilihatnya seperti ini, bukan pada tarifnya tetapi pada proses pengurusannya, proses pengurusan reklame berjalan lebih mudah, satu hari sudah selesai, sedangkan untuk pengurusan reklame billboard lebih dari itu.

