

Evaluasi layanan pemberian ijin penyelenggaraan reklame di Propinsi DKI Jakarta

Deskripsi Dokumen: <http://lib.ui.ac.id/bo/uiibo/detail.jsp?id=75522&lokasi=lokal>

Abstrak

Visi dan misi Pemerintah Propinsi DKI Jakarta menjadikan Jakarta sebagai kota jasa dan perdagangan di Asia, menuntut adanya peningkatan kualitas layanan. Sebagai upaya peningkatan layanan dalam pemberian izin penyelenggaraan reklame, Pemerintah Propinsi DKI Jakarta merombak manajemen pengelolaan ijin reklame yang dikelola oleh Tim Pertimbangan Teknis Penyelenggaraan Reklame (TPTPR) yaitu dengan mengembalikan ke masing-masing Unit atau Dinas terkait sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya. Hal ini dilakukan agar fungsi pengaturan (regulasi) dan pembiayaan (budgeter) dapat berjalan bersama. Pengaturan tersebut tercermin melalui SK.Gubernur DKI Jakarta Nomor 37 Tahun 2000 tentang Petunjuk Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame di Propinsi DKI Jakarta.

Berangkat dari keadaan tersebut, penelitian ini mengevaluasi layanan pemberian ijin penyelenggaraan reklame di Propinsi DKI Jakarta yang diukur dari kepuasan wajib pajak atas pelayanan yang diberikan. Tujuan analisis ini adalah untuk menjelaskan efektivitas layanan pemberian ijin penyelenggaraan reklame di DKI Jakarta yang diukur dari kualitas layanan yang diberikan, tax performance index dan tax ratio, kontribusinya terhadap pajak daerah dan PAD, efisiensi biaya pemungutan serta menjelaskan faktor-faktor yang menentukan efektivitas layanan.

Penelitian ini mengambil lokasi di Dinas Pendapatan Daerah dan Unit terkait, sebagai penyelenggara ijin reklame di DKI Jakarta. Penelitian dilakukan menggunakan metode analisis deskripsi evaluatif dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui data sekunder, wawancara mendalam (in-dept-interview) dan kuesioner dengan menggabungkan dua instrumen penelitian, yaitu instrumen Service Quality (ServQual) dan instrumen Seven-S (7-S) dari Mc-Kinsey. Instrumen SerQual terutama dimaksudkan untuk mengukur kesenjangan tingkat kepuasan pelanggan antara persepsi dan harapan pelanggan atas pelayanan yang diberikan oleh Dispenda DKI Jakarta dan Unit terkait, dengan menggunakan lima dimensi ServQual yaitu tangibility, reliability, responsiveness, assurance dan empathy.

Dari hasil analisis, maka secara umum dapat disimpulkan bahwa layanan pemberian ijin penyelenggaraan reklame di DKI Jakarta berjalan kurang efektif. Layanan ijin penyelenggaraan reklame yang dilakukan oleh Dipenda DKI Jakarta dan Unit terkait sejak tahun 1997 sampai dengan tahun 2001, menunjukkan penurunan

secara drastis pengguna jasa reklame di DKI Jakarta terutama sejak tahun 2000.

Pada analisis kepuasan pelanggan (ServQual), dimensi kualitas pelayanan yang paling penting dalam memberikan kepuasan bagi pelanggan ijin reklame di DKI Jakarta saat ini adalah dimensi tampilan fisik (tangibility) dan dimensi pemberian jaminan (assurance). Dimensi tampilan fisik dimasukkan sebagai kemampuan petugas (Dipenda dan Unit terkait) dalam memberikan fasilitas yang memadai bagi pemarifaat layanan ijin reklame seperti ruang tunggu, peralatan kantor, teknologi dan dokumen-dokumen. Dimensi jaminan dimaksudkan sebagai kemampuan petugas memberikan kepastian atas pelayanan yang diberikan.

Sedangkan dimensi yang lemah menurut penilaian responden adalah pada dimensi keterandalan (reliability), daya tanggap (responsibility) dan perhatian (emphaty). Ketiga dimensi tersebut lebih mengarah kepada kemampuan petugas baik secara individu maupun lembaga dalam memberikan pelayanan. Hal ini tercermin dari kurangnya keterampilan petugas pelayanan ijin reklame dalam memahami prosedur secara menyeluruh, lemah dalam merespon setiap persoalan yang muncul dan dihadapi oleh pelanggan, serta kurang perhatian secara khusus yang diberikan kepada pelanggan baik dalam bentuk meluangkan waktu atau perhatian terhadap persoalan pelanggan.

Pada analisis efektivitas layanan pemberian ijin penyelenggaraan reklame di DKI Jakarta yang diukur dari tax performance index (TPI) dan tax ratio menunjukkan bahwa secara umum TPI untuk pajak reklame cukup baik, walaupun terlihat sangat fluktuatif. Secara absolut TPI pajak reklame cukup tinggi dengan rata-rata diatas 100%, artinya Dipenda DKI Jakarta dan Unit terkait mampu memenuhi target penerimaan seperti yang direncanakan. Namun demikian, secara relatif peningkatan perolehan pajak reklame dan peningkatan TPI lebih disebabkan karena adanya kenaikan tarif pajak yang diberlakukan sejak tahun 2000 melalui SK Gubernur No.74 tahun 2000, Untuk kontribusi pajak reklame terhadap PDRB (tax ratio) secara umum juga mengalami penurunan yan cukup drastis terutama sejak tahun 1999 dan 2000. Besarnya kontribusi pajak reklame terhadap PDRB hanya terjadi pada tahun 1996 dan 1997, yang kemudian terns mengalami penurunan sampai pada level angka 0,03% pada tahun 2000/2001. Kondisi yang sama juga terjadi pada analisis kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah dan PAD serta analisis efisiensi biaya pemungutan.

Sejalan dengan temuan diatas, dari hasil analisis terhadap faktor-faktor dalam organisasi yang paling menentukan dalam menciptakan efektivitas layanan pemberian ijin penyelenggaraan reklame di DKI Jakarta adalah skill, system dan structure. Sebagian besar responden menilai bahwa yang terpenting untuk diperbaiki oleh pemerintah DKI Jakarta khususnya Dipenda DKI Jakarta dan Unit terkait guna meningkatkan pelayanannya adalah peningkatan keterampilan petugas pelayanan, perbaikan dalam sistem

organisasi dan pelayanan, dan perubahan struktur organisasi yang lebih memudahkan proses pemberian izin penyelenggaraan reklame di DKI Jakarta.

