

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Dalam melaksanakan pembangunan secara kuat serta efektif, pemerintah perlu memberdayakan potensi serta pelaku ekonomi daerah sehingga terjadi pemerataan pertumbuhan ekonomi dengan tetap menjaga kestabilan ekonomi. Untuk itu, sektor perpajakan berperan besar dalam ruang publik dimana pajak menjadi sumber pendapatan utama pemerintah dalam menyelenggarakan kegiatan pemerintahan dan bermanfaat dalam pemeliharaan serta pembangunan jalan beserta meningkatkan sarana serta moda transportasi umum.

Pajak dalam ruang lingkup Provinsi DKI Jakarta disebut Pajak Daerah, merupakan pajak yang pemerintah pungut baik daerah tingkat I (Pajak Provinsi) ataupun tingkat II (Pajak Kabupaten/Kota) yang dipergunakan dalam mendanai pengeluaran daerah. Peraturan Pemerintah Nomor 91 tahun 2010 menyampaikan pemungutan pajak daerah berdasar pada penetapan kepala daerah ataupun dibayarkan dari Wajib Pajak. Pada pasal 2 poin 1 terdapat jenis pajak meliputi Pajak Kabupaten / Kota serta Provinsi. Berbagai pajak provinsi meliputi: Pajak Kendaraan Bermotor (PKB), Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor (PBBKB), Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBNKB), Pajak Rokok, Pajak Air Permukaan. Sementara pajak Kabupaten/Kota meliputi: Pajak Parkir, Pajak Hiburan, Pajak Restoran, Pajak Hotel, Pajak Bumi dan Bangunan Pedesaan dan Perkotaan, Pajak Sarang Burung Walet, Pajak Penerangan Jalan, Pajak Reklame, Pajak Penerangan Bukan Logam dan Batuan dan Pajak Air Tanah.

Melalui beragam pemungutan pajak oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta, pajak reklame termasuk pajak yang jenisnya mempunyai prospek positif yang memiliki peran untuk bisa mendorong perkembangan Pajak Daerah. Hal ini disampaikan oleh Kepala Humas Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) DKI Jakarta Aris Firmansyah kepada Kontan.co.id bahwa *“total realisasi penerimaan sampai dengan 1 September 2020, pajak mencapai 17 triliun rupiah yang terdiri dari Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) sebesar Rp 5,13 triliun, Bea Balik Nama*

Kendaraan Bermotor (BBNKB) sebesar Rp 2,52 triliun, Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor (PBBKB) sebesar Rp 669 miliar. Pajak Air Tanah (PAT) sebesar Rp 46,9 miliar, Pajak Hotel sebesar Rp 547,52 miliar, Pajak Restoran sebesar Rp 1,37 triliun, Pajak Hiburan sebesar Rp 207,9 miliar, Pajak Reklame sebesar Rp 500,78 miliar, Pajak Penerangan Jalan (PPJ) sebesar Rp 523,59 miliar, Pajak Parkir sebesar Rp 241,62 miliar. Selanjutnya, Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan (BPHTB) sebesar Rp 1,97 triliun, Pajak Rokok sebesar 493,83 miliar. Serta, Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) sebesar Rp 2,79 triliun. Lalu, berasal pula dari 3 jenis retribusi diantaranya retribusi jasa umum sebesar Rp 79,29 miliar, retribusi jasa usaha sebesar Rp 72,53 miliar dan retribusi izin sebesar Rp 211 miliar” (kontan.co.id).

Dalam hal ini penulis akan membahas pajak tingkat kabupaten/kota yakni pajak reklame. Pemerintah Daerah Provinsi DKI Jakarta menerbitkan Peraturan Daerah Nomor 12 Tahun 2011, terkait Pajak Reklame, dimana pajak reklame dipungut atas semua penyelenggaraan reklame, serta dikenakan pajak dengan alasan reklame dipakai dengan tujuan mempromosikan, menganjurkan, memperkenalkan, ataupun menimbulkan perhatian terkait jasa, barang, badan, ataupun individu yang bisa dibaca, dilihat, dinikmati, dirasakan, ataupun didengar masyarakat. Dalam melakukan pelayanan pemungutan pajak reklame, Pemerintah Provinsi DKI Jakarta menurut Peraturan Gubernur Daerah Khusus Ibukota Jakarta No. 154 Tahun 2019 Tentang Organisasi Dan Tata Kerja Badan Pendapatan Daerah dibantu oleh sebuah unit pelaksana teknis yaitu Unit Pelayanan Pemungutan Pajak Daerah (UPPPD) Kelapa Gading, salah satu UPPPD yang berada di wilayah kecamatan Kelapa Gading yang melakukan pelayanan pemungutan pajak reklame di wilayah kecamatan Kelapa Gading. UPPPD diketuai Kepala Unit dimana pada pelaksanaan fungsi serta tugasnya bertanggung jawab serta di bawah Kepala Badan. UPPPD melayani berbagai macam pelayanan pemungutan pajak daerah diantaranya adalah Pajak Restoran, PBB – P2 (Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan), Pajak Hotel, Pajak Reklame, Pajak Parkir, Pajak Air Tanah, BPHTB, serta Pajak Hiburan.

Di Jakarta Utara sendiri masih ditemukan banyaknya wajib pajak yang belum melakukan daftar ulang atau lalai dalam kewajiban untuk membayar pajak

reklame sementara potensi dari pajak reklame bisa diperoleh sangat besar. Hal ini disampaikan oleh Carto, Kepala Suku Badan Pajak dan Retribusi Daerah Jakarta Utara yang mengatakan *"Saat ini ada 1.144 reklame yang belum bayar pajak. Dari jumlah itu, perkiraan nilai lost mencapai Rp20,1 miliar. Kami terus melakukan pendekatan agar pemilik reklame segera membayar pajak"* (medcom.id). Carto, Kepala Suku Badan Pajak dan Retribusi Daerah Jakarta Utara yang mengatakan *"1.144 reklame ini tersebar di enam kecamatan secara merata. Dengan rincian 1.144 papan reklame yang masuk BDU yakni Penjaringan 287 unit, Kelapa Gading 364 unit, Tanjung Priok 203 unit, Pademangan 143 unit, Koja 74 unit dan Cilincing 72 unit. Namun hingga kini belum ada respon sehingga seluruhnya terancam akan dikenai tindakan pembongkaran"* (wartakota.tribunnews.com).

Kondisi kawasan Kelapa Gading berpotensi tinggi dalam menyumbangkan pajak daerah karena banyaknya restoran, pusat perbelanjaan dan hotel membuat setiap sudut kawasan memiliki banyak objek pajak, salah satunya objek pajak reklame. Terdapat berbagai lokasi strategis dalam wilayah Kelapa Gading yang bisa dipergunakan memasang reklame, karena reklame merupakan sarana yang digunakan oleh perusahaan atau perorangan dalam memperkenalkan beragam produk ataupun usahanya sehingga banyak badan usaha ataupun perorangan yang mempergunakan reklame selaku sarana dalam upaya promosi.

Tabel 1. Kontribusi Pajak Reklame Kota Jakarta Utara terhadap PAD DKI Jakarta Periode 2012-2016

Tahun	Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Jakarta Utara	Realisasi Penerimaan Pajak Reklame DKI Jakarta	Presentase
2012	43,067,392,364	483,178,532,223	8.91%
2013	34,488,722,722	654,644,317,921	5.27%
2014	45,111,707,011	850,675,199,089	5.30%
2015	40,836,615,175	714,967,327,356	5.71%
2016	42,794,586,371	894,271,331,591	4.79%

Sumber: SUBAN PRD Jakarta Utara & SUBAN PRD DKI Jakarta

Berdasarkan tabel 1, bisa dilihat bahwasanya pemberian kontribusi pajak reklame wilayah Jakarta Utara pada PAD DKI Jakarta masih ada pada golongan sangat kurang, pemberian kontribusi pajak reklame Jakarta Utara pada PAD DKI Jakarta masih berada dibawah 10% sehingga masih sangat membutuhkan

peningkatan dan usaha-usaha lanjutan guna meningkatkan jumlah kontribusi dari pajak reklame.

Kota administrasi Jakarta Utara memiliki kontribusi tinggi pada penerimaan pemasukan asli daerah DKI Jakarta dalam bidang pajak hiburan dengan kategori sedang, sektor pajak restoran masih berada pada kategori kurang, sedangkan untuk sektor lain seperti pajak hotel, pajak reklame dan pajak parkir hanya memberikan kontribusi yang sangat kecil sehingga berada pada kategori sangat kurang (Wijaya dan Ngadiman 2019).

Tabel 2. Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Pajak Daerah Kecamatan Kelapa Gading Tahun 2012 – 2019

TAHUN	Pajak Reklame	Total Pajak Daerah	Persentase
2012	13.122.382.591	156.460.497.389	8,38 %
2013	25.193.369.750	265.380.150.449	9,49%
2014	33.083.269.851	436.634.432.870	7,58%
2015	22.172.035.562	465.885.678.510	4,76%
2016	30.809.162.736	506.934.426.442	6,08%
2017	47.754.433.644	716.547.978.027	6,66%
2018	53.829.424.439	676.444.146.262	7,95%
2019	45.207.138.816	865.913.592.230	5,22%

Sumber: UPPPD Kelapa Gading

Berdasarkan tabel 2, bisa dilihat bahwa penerimaan pajak reklame pada unit pelaksana teknis seperti di UPPPD Kelapa Gading memberikan kontribusi dalam penerimaan pajak daerah di kecamatan Kelapa Gading namun digolongkan kurang sekali pada Pendapatan Pajak Daerah dalam kurun waktu tahun 2012 sampai 2019, dikarenakan tingkatan kontribusi yang diraih dibawah 10%.

Tabel 3. Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Kecamatan Kelapa Gading Tahun 2012 – 2019

Tahun	Target	Realisasi	Persentase
2012	10.793.000.000	13.122.382.591	121,58%
2013	26.288.000.000	25.193.369.750	95,84%
2014	52.906.000.000	33.083.269.851	62,53%
2015	92.226.000.000	22.172.035.562	24,04%
2016	28.509.000.000	30.809.162.736	108,07%
2017	47.089.000.000	47.754.433.644	101,41%
2018	58.556.000.000	53.829.424.439	91,93%
2019	44.758.787.000	45.207.138.816	101,00%

Sumber: UPPPD Kelapa Gading

Berdasarkan tabel 3 di atas, pajak reklame yang diterima pada tahun 2012 meraih target sebesar 121,58%. Namun untuk target tahun 2013 hingga 2015

belum tercapai, karena masih terdapat selisih (*gap*) antara target dengan realisasi. Tahun 2016 dan 2017 telah terealisasi, hingga melampaui tiap targetnya sejumlah Rp 2.300.162.736 di tahun 2016 dan sebesar Rp. 665.433.644 di tahun 2017. Namun di tahun 2018 kembali belum tercapai target yang ditetapkan karena masih terdapat selisih (*gap*) antara target dengan realisasi. Tahun 2019 kembali terealisasi, dengan tingkat penerimaan melebihi target sebesar Rp 448.351.816.

Data tersebut menunjukkan realisasi terkait pajak reklame yang diterima bersifat fluktuatif serta meningkatnya realisasi yang berlangsung tidak bisa melampaui target yang ditentukan pada tahun 2013, 2014, 2015 dan 2018. Oleh sebab itu pajak daerah yang diterima dari reklame tidak maksimal. Realisasi pajak reklame kecamatan Kelapa Gading yang tidak bisa meraih target yang sudah ditentukan inilah yang menimbulkan pertanyaan mengapa hal itu bisa terjadi.

Selain itu pegawai dari satuan pelaksana pendataan UPPPD Kelapa Gading terkadang kesulitan dalam melakukan pengarsipan dikarenakan masih kekurangan pegawai. Hal ini ini disampaikan oleh Bapak Samuel Doharma selaku Pengolah Data Pendataan Satuan Pelaksana Pendataan.

“Kesulitan kami itu jumlah SDM yang terbatas dan banyaknya berkas dari wajib pajak dan permohonan reklame baru, sehingga menyulitkan petugas dalam melakukan pengarsipan” (Manuskrip, wawancara K.I 4, 6, 20 Desember 2020).

Untuk meminimalisir masalah pemungutan pajak reklame, sebaiknya UPPPD Kelapa Gading melakukan evaluasi pengendalian internal untuk meningkatkan penerimaan dari sektor perpajakan reklame. UPPPD Kelapa Gading perlu menggunakan pengendalian internal untuk memandu sistem operasi, melindungi, dan mencegah penyalahgunaan sistem. Penerapan pengendalian internal dengan benar serta baik bisa memperlancar penggapaian tujuan serta bisa mengurangi risiko. Berkaitan pada pengelolaan pendapatan daerah, pengendalian internal yang diterapkan bisa mendukung pada pemastian berbagai sumber pemasukan daerah, bisa mengetahui tingkat pencapaian sejalan pada perencanaan pemasukan keuangan yang pemerintah buat.

Pengendalian internal pajak daerah adalah faktor kunci dalam menjamin semua pajak yang diterima bisa didata secara benar serta semua satuan pelaksana yang berkaitan pada aktivitas pemungutan pajak reklame pun dimonitor supaya

kesimpangsiuran tidak timbul pada pelaksanaan tanggung jawab, wewenang, serta tugas. Pengendalian internal bertujuan dalam mencapai efisiensi serta efektifitas dalam mencapai tujuan diselenggarakannya negara, kepatuhan pada undang-undang, pengamanan aset negara, serta andalnya pelaporan keuangan.

Penelitian yang dilakukan oleh Sari, et.al pada tahun 2014 dengan tujuan melihat pengaplikasian prosedur serta sistem dalam memungut pajak hotel dari Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang. Penelitian ini dilakukan secara kualitatif dan diperoleh pelaksanaannya telah berlangsung secara baik tetapi ada yang kurang dalam hal pengendalian intern yaitu masih ada tugas yang dirangkap oleh seksi pendataan serta pendaftaran.

Penelitian yang dilakukan oleh Homenta & Afandi pada tahun 2015 bertujuan untuk menganalisis sistem pengendalian intern penerimaan pajak daerah di Kabupaten Halmahera Utara. Dengan perolehan didapati ada ketidak sesuaian pada PP RI Nomor 60 Tahun 2008, dimana ditemui sejumlah kekurangan, yakni: Sumber Daya Manusia yang terbilang kurang pada aspek pemasukan serta reward untuk pegawai masih belum diterapkan.

Penelitian yang dilakukan oleh Lapod, et.al pada tahun 2019 bertujuan melihat efektifitas sistem pengendalian internal serta kontribusi yang diberi pajak air permukaan pada peningkatan pemasukan asli daerah yang terdapat pada Sulawesi Utara di tahun 2014 hingga 2018. Hasil penelitian menyimpulkan persentase penerimaannya terbilang belum efektif namun pengaplikasian sistem pengendalian internal pada tahun 2014-2018 terbilang cukup efektif dikarenakan mendapati perkembangan dalam segi efektifitas realisasi pendapatan per tahunnya.

I.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini dilakukan karena adanya permasalahan dalam pemungutan pajak reklame seperti masih terdapatnya wajib pajak reklame yang belum melakukan pendaftaran ulang maupun masih mempunyai tunggakan pajak. Selain itu pegawai dari satuan pelaksana pendataan UPPPD Kelapa Gading terkadang kesulitan dalam melakukan pengarsipan dikarenakan masih terdapat kekurangan jumlah pegawai.

Josua Rolamdo, 2021

***EFEKTIVITAS PENGENDALIAN INTERNAL PEMUNGUTAN PAJAK REKLAME
PADA UNIT PELAYANAN PEMUNGUTAN PAJAK DAERAH KELAPA GADING***

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Akuntansi S1

[www.upnvj.ac.id - www.library.upnvj.ac.id - www.repository.upnvj.ac.id]

Dokumen yang terdapat dalam pemungutan pajak reklame diantaranya seperti Surat Pendaftaran Objek Pajak Daerah (SPOPD) Pajak Reklame, Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD), Nota Perhitungan, Surat Tagihan Pajak Daerah (STPD). Fokus penelitian ini meliputi sistem dan prosedur pemungutan pajak reklame, unsur-unsur pengendalian internal, komponen pengendalian internal.

Metode yang dipergunakan yakni kualitatif melalui melakukan wawancara dan observasi. Peneliti memfokuskan penelitian ini dalam penerapan pengendalian internal pemungutan pajak reklame pada Kantor Unit Pemungutan Pelayanan Pajak Daerah yang berada di Kecamatan Kelapa Gading, Jakarta Utara.

I.3 Rumusan Masalah

Bagaimana efektivitas pengendalian internal pemungutan pajak reklame pada Kantor UPPPD Kelapa Gading?

I.4 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui efektivitas pengendalian internal pemungutan pajak reklame pada Kantor UPPPD Kelapa Gading

I.5 Manfaat Penelitian

Sejumlah manfaat yang diharapkan penulis melalui penelitian ini meliputi:

a. Manfaat Teoritis

Penulis berharap hasil dari penelitian ini mampu memperluas pengetahuan serta wawasan terkait pengendalian internal pemungutan pajak reklame dan menjadi sarana pengembangan ilmu pengetahuan di masa mendatang.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Masyarakat

Penulis berharap hasil dari penelitian ini mampu memberi informasi pada masyarakat mengenai pengendalian internal pemungutan pajak reklame yang berguna bagi masyarakat dan memberikan informasi mengenai bagaimana efektivitas pengendalian internal yang telah

diterapkan UPPPD Kelapa Gading dalam melakukan pemungutan pajak reklame.

2) Bagi UPPRD Kelapa Gading.

Penulis berharap hasil dari penelitian ini mampu dipergunakan sebagai gambaran dalam memberikan tambahan ilmu dan informasi yang bermanfaat bagi UPPRD Kelapa Gading untuk pengendalian internal pemungutan pajak reklame.