

BAB VI

SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN

VI.1 Simpulan

Setelah menganalisis dan mengevaluasi pengendalian internal pemungutan pajak reklame pada kantor UPPPD Kelapa Gading, maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa pengendalian internal dalam pemungutan pajak reklame yang ada di kantor UPPPD Kelapa Gading sudah efektif dimana dengan penggunaan sistem informasi manajemen reklame dapat mengawasi wajib pajak yang masih menunggak pajak. Namun masih terdapat beberapa komponen pengendalian yang kurang maksimal diantaranya:

1. Lingkungan pengendalian dalam pemungutan pajak reklame pada UPPPD Kelapa Gading belum efektif hal ini terjadi dikarenakan masih terbatasnya jumlah sumber daya manusia (SDM) pada satuan pelaksana penagihan dan pendataan sehingga menyebabkan terhambatnya kinerja UPPPD Kelapa Gading dalam melakukan penagihan pajak reklame dan pendataan objek reklame yang menyebabkan penerimaan pajak reklame belum mampu dalam mencapai target.
2. Penilaian risiko di dalam proses pemungutan pajak reklame, yang dilakukan oleh UPPPD Kelapa Gading masih belum maksimal. Hal ini terlihat dari adanya beberapa formulir dalam pengumpulan dan pengelolaan pajak reklame yang tidak menggunakan nomor urut yang tercetak di dokumen. Untuk memudahkan pencarian berkas, perlu penggunaan serial number di dalam formulir ketika dicetak agar lebih memudahkan pegawai dalam menemukan dokumen yang dibutuhkan di kemudian hari. Ketidak ikutsertaan Kepala Unit UPPPD Kelapa Gading dalam proses penetapan target penerimaan pajak reklame yang terkadang terlalu tinggi dan tanpa melihat potensi yang ada di wilayah ini juga mengakibatkan para pegawai harus lebih ekstra lagi dalam bekerja namun pada kenyataannya juga tidak dapat mencapai target.

3. Informasi dan komunikasi yang diterapkan oleh UPPPD Kelapa Gading telah terkomputerisasi. Yaitu dengan adanya sistem pengelolaan berupa Sistem Informasi Manajemen Reklame (SIM Reklame) yang dapat mengetahui wajib pajak yang masih menunggak pajak. Minimnya kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh UPPPD Kelapa Gading dalam upaya memperlancar proses pemungutan pajak reklame terhadap para pelaku usaha selaku Wajib Pajak, mengakibatkan tidak terbangunnya pengertian dan pemahaman terhadap tujuan perlu dilakukannya pemungutan pajak reklame ini sehingga kurang dipahami dan dimengerti hakekat dari pemungutan pajak tersebut dan kurang mendukung proses pemungutan pajak reklame itu sendiri yang ditunjukkan dengan masih banyaknya piutang pajak yang belum tertagih.

Pelaksanaan pemungutan Pajak Reklame di Kecamatan Kelapa Gading dilaksanakan oleh UPPPD Kelapa Gading. UPPPD dalam melaksanakan pemungutan pajak reklame bersifat aktif dan pasif. Tindakan aktif yang dilakukan UPPPD Kelapa Gading adalah dengan melakukan pemungutan pajak langsung kepada masyarakat. Mulai dari menetapkan mencetak formulir pendaftaran, menetapkan tarif pajak reklame, mencetak SKPD, mendistribusikan SKPD kepada Wajib Pajak yang memiliki objek pajak reklame, sehingga masyarakat bisa melakukan pembayaran melalui Bank DKI hingga menagih kepada para pelaku usaha yang terdapat tunggakan pajak. Tindakan pasif UPPPD adalah menunggu Wajib Pajak untuk membayar tagihan maupun tunggakan pajaknya. Perhitungan Pajak di UPPPD Kelapa Gading telah menggunakan sistem komputerisasi sehingga memudahkan dalam perhitungan pajak dan mengurangi resiko kesalahan.

Kendala yang dihadapi oleh UPPPD Kelapa Gading dalam melaksanakan pengendalian internal pemungutan pajak reklame adalah rendahnya kesadaran dari pemilik objek reklame yang sudah mengetahui akan kewajibannya untuk mendaftarkan diri namun tidak segera mendaftar maupun yang belum daftar ulang sebagai wajib pajak serta lalai dalam melakukan pembayaran pajak reklame tepat waktu. Selain itu kurangnya sumber daya manusia dalam melaksanakan pendataan dan penagihan menyebabkan masih banyaknya objek reklame yang seharusnya menjadi objek pajak tidak terdata di dalam sistem. Serta apabila reklame

diselenggarakan oleh biro jasa reklame, maka penagihan akan memakan waktu yang lebih lama.

Terdapat kelemahan dalam UPPPD Kelapa Gading dalam mengenakan sanksi dan bunga atas keterlambatan pembayaran pajak yang dilakukan oleh Wajib Pajak yaitu kurangnya ketegasan dengan memberikan kelonggaran bagi wajib pajak dalam melaksanakan kewajibannya untuk melakukan pembayaran pajak.

VI.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penulis dalam melakukan penelitian selalu ada dalam pelaksanaannya. Peneliti menyadari bahwa selama dalam proses pengerjaan, masih ada keterbatasan di dalamnya, diantaranya sebagai berikut:

1. Informan mengalami perubahan karena adanya mutasi karyawan di UPPPD Kelapa Gading.
2. Dikarenakan jumlah wajib pajak reklame yang banyak, penulis tidak dapat mewawancarai semua wajib pajak reklame, sehingga penulis hanya dapat menggunakan 2 sampel yaitu Ibu Lala dari Biro Jasa Reklame dan Bapak Dwi Ari selaku pengelola Mall Of Indonesia.
3. Keterbatasan waktu dalam melakukan wawancara dikarenakan informan memiliki agenda kegiatan lain.

VI.3 Saran

Atas dasar penelitian yang dilakukan, penulis memberikan beberapa saran yang dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya, diantaranya

1. Saran Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran baru dalam penelitian mengenai pengendalian internal pemungutan pajak reklame dan menjadi dasar pengembangan ilmu dan penelitian selanjutnya dalam bidang perpajakan terkhusus dalam bidang pajak daerah.

2. Saran Praktis

a. Bagi UPPPD Kelapa Gading

Dalam rangka meningkatkan tingkat kepatuhan di bidang perpajakan, petugas pemungut pajak harus lebih aktif memantau objek pajak dan melakukan pendataan yang lebih efektif sehingga nantinya penerimaan pajak reklame di UPPPD Kelapa Gading bisa dipertahankan dan lebih ditingkatkan. Menggunakan serial number di formulir yang tercetak akan memudahkan dalam pencarian dokumen yang dibutuhkan nantinya. Dalam hal penanganan pekerjaan di Unit Pelayanan Pemungutan Pajak Kelapa Gading khususnya di bagian Satuan Pelaksana Pendataan dan Penagihan sebaiknya dilakukan perekrutan/penambahan jumlah pegawai. Unit Pelayanan Pemungutan Pajak Kelapa Gading sebaiknya terus mengupdate data Objek Pajak di sistem agar selalu sama dengan data aktual di lapangan.

b. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian yang diharapkan dapat dengan benar memiliki manfaat untuk masyarakat tentang bagaimana pengendalian internal pemungutan pajak reklame dan menambah minat masyarakat untuk mempelajari perpajakan.