

Sinergitas antara Badan Pelayanan Pajak Daerah dengan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu dalam Penanganan Pajak Reklame Illegal di Kabupaten Sidoarjo

Dita Novida Argani

*Administrasi Negara, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Surel: ditanovida02@gmail.com*

Abstrak

Salah satu pajak yang berkontribusi bagi pembangunan daerah yaitu pajak reklame. Masalah yang sering timbul adalah banyaknya reklame yang masih terpasang namun sudah melampaui jangka waktu batas pemasangan, bisa disebut pajak reklame illegal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sinergitas atau kerja sama antara Badan Pelayanan Pajak Daerah dengan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu dalam menangani masalah pajak reklame illegal di Kabupaten Sidoarjo dan mengetahui upaya penerapan sanksi hukum terhadap reklame tanpa izin di kabupaten sidoarjo. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini adalah adanya sinergitas komunikasi antara kedua belah pihak dalam penanganan pajak reklame illegal berupa rekonsiliasi yang dilakukan tiap 2 bulan atau 3 bulan sekali sebagai upaya agar data yang dimiliki cocok dan terjalin komunikasi yang baik antara BPPD dan DPMPTSP dan dengan pengadaan KSWP (Konfirmasi Status Wajib Pajak), Dimana KSWP ini bertujuan agar data yang masuk di BPPD akan dilanjutkan untuk di follow up DPMPTSP karena BPPD hanya bertindak sebagai pelayanan pajaknya saja. Upaya penerapan sanksi hukum terhadap reklame tanpa izin di kabupaten sidoarjo yaitu BPPD akan koordinasi dengan DPMPTSP dan Satpol PP lalu customernya akan dipanggil.

Kata kunci : *pajak reklame, sinergitas, sanksi hukum*

Pendahuluan

Pembangunan daerah tidak terlepas dari berhasilnya pemerintah daerah dalam mengelola daerahnya termasuk dalam urusan pajak. Berbagai jenis pajak telah dibuat dan disiapkan untuk memenuhi amanat menghimpun penerimaan negara yang berasal dari pajak. Namun dalam proses penarikan pajak selalu terdapat kesulitan karena merupakan masalah yang sulit dan rumit sehingga memerlukan korelasi yang signifikansi antara pemerintah dan para wajib pajak.

Pajak adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Pajak dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu Pajak Negara dan Pajak Daerah, lalu pajak daerah dibagi menjadi dua bagian yakni Pajak Provinsi dan Pajak Kabupaten atau Kota. Pajak negara pelaksanaan pungutannya dilakukan oleh pusat, sedangkan pajak daerah pungutannya dilakukan oleh daerah (provinsi dan kabupaten atau kota).

Salah satu pajak yang berkontribusi bagi pembangunan daerah yaitu pajak reklame. Reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum.

Jadi, Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame yang dipungut berdasarkan Undang-undang yang berlaku.

Peraturan daerah kabupaten sidoarjo nomor 7 tahun 2011 tentang pajak reklame menyatakan bahwa Pajak Reklame merupakan salah satu Pajak Daerah sebagai sumber pendapatan asli Daerah yang penting guna mendanai penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan Daerah untuk memantapkan Otonomi Daerah yang luas, nyata, dan bertanggung jawab.

Pajak Reklame merupakan salah satu jenis pajak Provinsi yang telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah yang dimana tarif Pajak Reklame ditetapkan sebesar paling tinggi sebesar 25%. Dalam PERDA Kabupaten Sidoarjo nomor 7 tahun 2011 pajak reklame ditetapkan sebesar 25% dari nilai sewa.

Pemasangan berupa selebaran, stiker, baliho, spanduk dan poster ini diberikan waktu tenggang yang sudah ditetapkan namun masalah yang sering timbul adalah adanya oknum yang tak menaati peraturan tersebut bahkan tetap dibiarkan terpasang begitu saja maka pajak reklame tersebut disebut dengan illegal. Masalah yang kedua yaitu adanya sanksi yang diberikan akibat pelanggaran yang dilakukan namun terkadang masih dihiraukan.

Alasan melakukan penelitian berdasarkan masalah tersebut diatas dengan mengacu pada teori yang digunakan adalah untuk melihat sinergitas yang dilakukan antara badan pelayanan pajak daerah dengan dinas penanaman modal dan pelayanan terpadu satu pintu kabupaten sidoarjo dalam penanganan pajak reklame illegal serta upaya penerapan sanksi hukum terhadap reklame tanpa izin di kabupaten sidoarjo.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Tipe penelitian dari penelitian ini adalah untuk mengungkapkan kejadian atau fakta, keadaan, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi saat penelitian berlangsung dengan menyuguhkan apa yang sebenarnya terjadi sehingga dapat ditarik kesimpulan. Penelitian ini menggunakan sumber data primer berupa wawancara dengan pegawai badan dan dinas terkait serta data sekunder yang berasal dari jurnal dan literature. Teknik yang digunakan yaitu berupa wawancara, observasi, studi dokumen, dan studi pustaka. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif mencakup transkrip hasil wawancara, reduksi data, analisis, penyajian data dan dari hasil analisis data yang kemudian dapat ditarik kesimpulan.

Hasil Dan Pembahasan

Badan Pelayanan Pajak Daerah dan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu merupakan instansi pemerintahan yang bertugas sebagai *desicion maker* yakni pembuat kebijakan yang bergerak pada bidang pelayanan publik. Keduanya memiliki keterkaitan program yakni pengelolaan pendapatan asli daerah berupa pajak reklame di kabupaten sidoarjo. Berdasarkan hasil penelitian tentang penanganan pajak reklame illegal, maka bentuk sinergitas kedua instansi tersebut berupa komunikasi dan koordinasi, yaitu :

A. Komunikasi

Dalam hal ini Komunikasi dapat di buktikan melalui rekonsiliasi yang dilakukan tiap 2 bulan atau 3 bulan sekali.

Komunikasi yang dimaksud yaitu BPPD mengadakan rekonsiliasi dengan DPMPTSP tiap 2 bulan atau 3 bulan sekali sebagai upaya yang dilakukan agar data yang dimiliki match dan terjalin komunikasi karena banyak wajib pajak yang di persil atau di lokasi milik sendiri tidak melakukan proses perizinan. Hasil rekonsiliasi setelah dipisah masih banyak yang belum izin terutama yang persil seperti nama-nama toko sehingga waktu orang tersebut datang untuk membayar pajak maka terlebih dahulu disuruh membuat surat pernyataan. Surat pernyataan merupakan suatu himbauan dari BPPD untuk menyelesaikan proses perijinan.

B. Koordinasi

Dapat di simpulkan bahwa koordinasi adalah sebuah kegiatan yang terintegrasi yang tidak dapat di pisahkan dari komunikasi antara satu pihak dengan pihak yang lain demi mencapai suatu tujuan. Artinya dalam kesamaan sasaran antara kedua instansi yaitu Badan Pelayanan Pajak Daerah dengan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu adalah sama-sama ingin menyelesaikan masalah pajak reklame tanpa izin yang marak di kabupaten sidoarjo dapat dilakukan dengan komunikasi yang baik antara kedua instansi dengan pengadaan KSWP (Konfirmasi Status Wajib Pajak) yaitu merupakan kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah sebelum memberikan layanan publik tertentu guna mendapatkan keterangan status wajib pajaknya. Dimana KSWP ini bertujuan agar data yang masuk di BPPD akan dilanjutkan untuk difollow up DPMPTSP karena BPPD hanya bertindak sebagai pelayanan pajaknya saja serta koordinasi upaya sanksi hukum reklame tanpa izin yaitu di kabupaten sidoarjo yaitu BPPD akan koordinasi dengan DPMPTSP dan Satpol PP lalu customernya akan dipanggil.

Jadi, Sinergitas program atau kegiatan yang dilakukan antara Badan Pelayanan Pajak Daerah Kabupaten Sidoarjo dengan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu

Kabupaten Sidoarjo. Dalam bentuk sinergitas Badan Pelayanan Pajak Daerah telah melakukan beberapa hal diantaranya membantu para customer menemukan apa kendalanya, jika kendalanya karena tidak mengurus izin maka akan mengharuskan para customer untuk membuat surat pernyataan yang berupa himbauan serta akan diarahkan ke Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu untuk menyelesaikan persoalan perizinan reklame tersebut.

Upaya penerapan sanksi hukum terhadap reklame tanpa izin di kabupaten sidoarjo yaitu BPPD akan koordinasi dengan DPMPTSP dan Satpol PP lalu customernya akan dipanggil untuk dilihat berapa lama waktu pemasangan reklamenya lalu dicocokkan dengan data dari survey yang pernah dilakukan pihak instansi sebagai bukti untuk membayar pajak. Jika nantinya pajak tersebut tanpa izin maka akan diarahkan ke DPMPTSP namun jika diketahui kalau tempat pemasangan reklame tersebut dilarang maka tugas Satpol PP untuk eksekusi seperti memotong reklame, melepas, dan lain sebagainya. Terutama reklame persil yang menurut para customer tidak kena pajak padahal menurut aturan jika ada materi yang ditayangkan maka sudah termasuk pajak dan harus wajib membayar pajak.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis mengenai sinergitas atau kerja sama antara Badan Pelayanan Pajak Daerah dengan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu dalam menangani masalah pajak reklame illegal di Kabupaten Sidoarjo dan upaya penerapan sanksi hukum terhadap reklame tanpa izin di kabupaten sidoarjo adalah

1. Berdasarkan teori yang digunakan terdapat poin tentang komunikasi antar instansi, dalam hal ini kedua instansi sudah melakukan komunikasi yang baik namun masih belum berjalan optimal, mengingat data pengguna reklame belum saling terintegrasi dan masih memakai peraturan dan sistem sendiri-sendiri.
2. Berdasarkan poin tentang koordinasi kedua instansi sudah bekerja sama dalam hal pengadaan KSWP (Konfirmasi Status Wajib Pajak). Tapi sebatas hanya proses pengintegrasian data belum termasuk dalam upaya yang dilakukan agar customer tetap membayar pajak namun juga tidak dipersulit dalam proses perizinan reklame.
3. Dari segi sumber daya manusia (SDA) sangat terbatas di instansi Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Sidoarjo dalam penanganan pajak reklame.
4. Bentuk sinergitas Badan Pelayanan Pajak Daerah telah melakukan beberapa hal diantaranya rekonsiliasi dan pengadaan KSWP(Konfirmasi Status Wajib Pajak) serta membantu para customer menemukan apa kendalanya, jika kendalanya karena tidak mengurus izin maka akan mengharuskan para customer untuk membuat surat pernyataan yang berupa himbauan serta akan diarahkan ke Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu untuk menyelesaikan persoalan perizinan reklame tersebut.

5. Upaya penerapan sanksi hukum terhadap reklame tanpa izin di kabupaten sidoarjo yaitu BPPD akan koordinasi dengan DPMPTSP dan Satpol PP lalu customernya akan dipanggil untuk dilihat berapa lama waktu pemasangan reklamennya lalu dicocokkan dengan data dari survey yang pernah dilakukan pihak instansi sebagai bukti untuk membayar pajak. Jika nantinya pajak tersebut tanpa izin maka akan diarahkan ke DPMPTSP namun jika diketahui kalau tempat pemasangan reklame tersebut dilarang maka tugas Satpol PP untuk eksekusi seperti memotong reklame, melepas, dan lain sebagainya.
- 6.

Daftar Pustaka

- 7.BAB II. (n.d.). Retrieved 03 12, 2020, from Telaah Pustaka Koordinasi: administrasipublik.studentjournal.ub.ac.id
- BAB II. (n.d.). Retrieved 03 12, 2020, from Kajian Teori Konsep Kebijakan Publik: eprints.uny.ac.id
- BAB III. (n.d.). Retrieved 03 12, 2020, from Metode Penelitian: digilib.unila.ac.id
- birokrazy08. (2010, 12 21). *Administrasi Publik*. Retrieved 06 10, 2020, from <https://birokrazy08.wordpress.com/2010/12/21/administrasi-publik/>
- Fahmi, N. (2017). PROSEDUR PENERIMAAN PAJAK REKLAME PADA DINAS PENDAPATAN DAERAH KABUPATEN JEMBER.
- Hatmoko, A. T. (2017). EVALUASI KINERJA PENGAWASAN PAJAK REKLAME DI KABUPATEN SIDOARJO (STUDI PADA DINAS PENDAPATAN PENGELOLAAN KEUANGAN DAN ASET KABUPATEN SIDOARJO). 1-18.
- Indriawati, Y. N., & Fauziah, L. (2017). Akuntabilitas Perizinan Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Sidoarjo . *JKMP (JURNAL KEBIJAKAN DAN MANAJEMEN PUBLIK)* , 45-55.
- Pajak, D. J. (n.d.). *djp*. Retrieved 03 12, 2020, from pajak: <https://pajak.go.id/id/pajak>
- Putri, N. I., & Ma'ruf, S.Sos., M.AP., M. F. (2018). ANALISIS PENGARUH PAJAK REKLAME TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH KABUPATEN SIDOARJO TAHUN 2013-2017. *Jurnal Unesa*, 7.
- Rahmawati, T., Noor, I., & Wanusmawatie, I. (2014). Sinergitas stakeholders dalam inovasi daerah. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 641-647.
- Ratdiananto, A., Al Musadieg, M., & Hidayat, K. (2016). ANALISIS LAJU PERTUMBUHAN DAN KONTRIBUSI PENERIMAAN PAJAK REKLAME TERHADAP PENDAPATAN PAJAK DAERAH . *Jurnal Perpajakan (JEJAK)*, 1-6.
- RI, B. P. (2017). *JDIH BPK RI DATABASE PERATURAN*. Retrieved 06 18, 2020, from Perbup kabupaten sidoarjo nomor 16 tahun 2019: <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/121710/perbup-kab-sidoarjo-no-16-tahun-2019>
- RI, B. (2017). *JDIH BPK RI DATABASE PERATURAN*. Retrieved 03 12, 2020, from perbup kabupaten sidoarjo no 44 tahun 2014: <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/31413>
- SATRIYA, A. (2014). OPTIMALISASI PENGAWASAN PERIJINAN REKLAME DI DINAS PERIJINAN KABUPATEN SIDOARJO . *jurnal UPN*, 28.
- Sidoarjo, B. P. (2017). *Pajak Reklame*. Retrieved 03 12, 2020, from Perda nomor 7 tahun 2011: <https://pajakdaerah.sidoarjokab.go.id/web/pajak-reklame/>

Widowati, S. (2015). ANALISIS KONTRIBUSI PAJAK REKLAME DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN ASLI DAERAH DI KABUPATEN SIDOARJO TAHUN 2011-2013 . 22.