

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan dalam bab sebelumnya, bab ini akan menguraikan ringkasan mengenai Prosedur Penagihan Pajak Reklame Pada Badan Pendapatan Daerah Kota Semarang, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

A. Hambatan Pemungutan Pajak Reklame Berdasarkan Teori

Mardiasmo (2009:8), mengemukakan bahwa hambatan pemungutan pajak dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Perlawanan Pasif

Masyarakat enggan (pasif) membayar pajak yang dapat disebabkan antara lain:

- a. Perkembangan Intelektual dan moral masyarakat
- b. Sistem perpajakan yang mungkin sulit dipahami oleh masyarakat
- c. Sistem kontrol tidak dapat dilakukan atau dilaksanakan dengan baik

2. Perlawanan Aktif

Perlawanan aktif meliputi semua usaha dan perbuatan yang secara langsung ditunjukkan kepada pemerintah dengan tujuan untuk menghindari pajak yang disebabkan antara lain:

- a. Tax Avoidance, usaha meringankan beban pajak dengan tidak melanggar Undang-undang
- b. Tax Evasion, usaha meringankan pajak dengan cara melanggar Undang-undang (penggelapan pajak)

B. Hambatan Pemungutan Pajak Reklame Berdasarkan Praktik

Hambatan yang di hadapi oleh petugas Badan Pendapatan Daerah dalam penagihan pajak adalah sebagai berikut:

- a. Kesadaran Wajib Pajak Reklame yang belum maksimal dalam melaporkan Obyek Pajak Baru
- b. Masih adanya ketidak akuratan Wajib Pajak dalam mengisi data

contoh: nama Wajib Pajak, lokasi, dan ukuran reklame

- c. Adanya Peraturan Menteri Pekerjaan Umum yang melarang pemasangan Baliho yang ada di media jalan.
- d. Terbatasnya tempat sarana pelayanan masyarakat / wajib pajak reklame di wilayah untuk mendekatkan pelayanan kepada masyarakat

C. Kelebihan dan Kelemahan Penagihan Pajak Reklame

Terdapat kelebihan dan kelemahan dalam menjalankan kegiatan penagihan pajak reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kota Semarang, yaitu:

1. Kelebihan

- a. Secara garis besar Prosedur Penagihan Pajak Reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kota Semarang sudah melaksanakan proses penagihan pajak reklame sesuai dengan peraturan yang berlaku.
- b. Struktur organisasi yang memisahkan tanggungjawab fungsional secara tegas telah dilakukan dengan baik pada bagian pendaftaran dan pendataan, penetapan, serta penagihan. Hal ini dilakukan untuk menghindari terjadinya perangkapan fungsi.
- c. Dokumen-dokumen yang digunakan sudah baik, format yang digunakan juga baik dan isinya sudah mencakup hal-hal atau keterangan yang diperlukan.
- d. Dokumen-dokumen yang digunakan juga memuat tanda otorisasi dari Kepala Badan berupa tanda tangan dan stempel sebagai bukti persetujuan dari Kepala Badan yang sah.

2. Kelemahan

- a. Prosedur permohonan perijinan pemasangan reklame yang rumit. Dalam praktiknya masih banyak petugas yang mendatangi Wajib Pajak untuk mendata dan mendaftarkan Wajib Pajak yang akan memasang reklame. Hal ini seharusnya dilakukan oleh Wajib Pajak sendiri, yaitu dengan cara mendaftar dan datang langsung ke BAPENDA Kota Semarang untuk mengurus perijinan pemasangan reklame, sehingga pelaksanaan prosedur perijinan pemasangan reklame menjadi lebih efisien.

- b. Fungsi yang terkait dalam setiap bidangnya belum melaksanakan tugasnya secara maksimal. Dalam praktiknya masih banyak pejabat yang kurang cakap dalam menangani setiap permasalahan yang timbul.
- c. Sering ditemukan reklame yang tidak diketahui Wajib Pajaknya (reklame liar) yang kemudian dapat menghambat pelaksanaan kerja BAPENDA Kota Semarang.
- d. Rendahnya kesadaran masyarakat dalam membayar pajak reklame. Pemerintah sangat berharap adanya kerjasama yang baik antara masyarakat sebagai Wajib Pajak dengan pemerintah agar terciptanya pelaksanaan kerja yang efektif untuk pencapaian yang optimal.

4.2 Saran

1. Sebaiknya mulai di bangun tempat sarana pelayanan masyarakat di wilayah-wilayah untuk mendekatkan pelayanan ke wajib pajak.
2. Petugas Badan Pendapatan Daerah Kota Semarang seharusnya melakukan kegiatan penyuluhan ke masyarakat tentang pentingnya pendapatan asli daerah bagi pembangunan di daerah Semarang, sehingga dapat meningkatkan kesadaran masyarakat atau wajib pajak untuk membayar pajak.
3. Sebaiknya dalam melakukan operasi yustisi tidak dilakukan dua minggu sekali tetapi dilakukan dalam seminggu tiga kali untuk lebih meminimalisir reklame liar atau reklame yang tidak diketahui wajib pajaknya.