

Optimalisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kotamadya Denpasar Menggunakan Sistem Informasi Administrasi Pajak Reklame (SIAP) Berbasis Sistem Informasi Geografis (SIG)

¹⁾I Wayan Agus Ista Putra Mahardika ²⁾Anjik Sukmaaji ³⁾Vicky M Taufik

S1 Sistem Informasi, Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Teknik Komputer Surabaya
Email: 1)a903s_1pm@yahoo.com 2)anjik@stikom.edu 3)Vicky.mtaufik@gmail.com

Abstract

To managing an advertisement tax, there are several constraints faced in increasing local revenues, especially in Denpasar, is how the Department of Hygiene and Gardening increase their revenue of optimization advertising or publicity from the frauding size of billboards?

Optimization Revenue Program in the municipality of Denpasar Use Tax Administration Information System for Advertisement Based Geographic Information System (GIS). The function of this program is to assist and facilitate the Department of Hygiene and Gardening in the revenue's optimization, and make easier in optimization of local income tax on billboards.

Keyword: optimization, frauding

Salah satu bagian dari dunia usaha yang menggunakan teknologi adalah pemasaran. Dengan kondisi persaingan yang semakin ketat, menuntut masing-masing pelaku bisnis untuk mengefektifkan kemampuan dalam mempromosikan produknya dan reklame adalah salah satu media promosi yang sangat efektif untuk menstimulasikan *Brand Perception* konsumen. Tidaklah heran bila dewasa ini sangat banyak ditemukan reklame - reklame disetiap sudut kota dengan kondisi yang memprihatinkan. Dikatakan memprihatinkan karena penempatan dan keberadaan reklame tidak tertata dengan baik bahkan cenderung kacau dan 'semrawut' karena saling tumpang tindih dan tidak memperhatikan lingkungan disekitarnya.

Bagi Pemerintah Kota Denpasar, maraknya reklame merupakan sumber pendapatan yang potensial dari sektor Pajak Reklame, disisi lain juga menimbulkan persoalan dibidang keindahan kota dan keselamatan para pemakai jalan. Oleh sebab itu sangat penting dan harus segera dilakukan tindak lanjut terhadap penataan reklame melihat perkembangan yang ada dan mengantisipasi agar kota tidak menjadi 'hutan reklame' dengan pemandangan yang tidak indah.

Mendasarkan kepada persoalan tersebut diatas, kiranya diperlukan perubahan terhadap pengelolaan reklame di Kota Denpasar dengan jalan mengevaluasi kembali sistem pengelolaan manajemen reklame dari pemerintah kota dan aspek-aspek yang terkait, karena peranan pemerintah kota sangat besar untuk mewujudkan dunia reklame yang sehat.

Berdasarkan Undang-undang No. 22/1999 tentang Otonomi Daerah dan Undang-undang No.

25/1999 tentang Pertimbangan Keuangan Pusat dan Daerah. Karena memuat aspek penerimaan PAD maupun aspek keindahan dan keselamatan para pemakai jalan, maka pemerintah kota dituntut untuk mampu mengatur dan mengurus rumah tangganya dengan pembiayaan yang berasal dari Pajak Asli Daerah (PAD). Salah satu caranya adalah dengan mengelola dan mengoptimalkan keberadaan reklame

METODE

Sistem Informasi Geografis (SIG)

Otomatisasi sistem informasi geografis (SIG) dikembangkan pertamakali pada tahun 1962 oleh Canadian Geographic Informatin System (CGIS). Sistem ini terus berkembang hingga beroperasi secara penuh pada akhir tahun 1980-an. SIG didefinisikan dalam berbagai pengertian sesuai dengan bisang pengembangannya, namun secara umum SIG adalah *teknologi sistem informasi* (teknologi berbasis komputer) yang digunakan untuk memproses, menyusun, menyimpan, memanipulasi dan menyajikan data spasial (yang disimpan dalam basis data) untuk berbagai macam aplikasi. Atau dengan kata lain SIG merupakan sistem Berbasis Komputer yang digunakan untuk menyimpan dan mengolah informasi Geografis.

SIG mempresentasikan dunia nyata bumi berupa peta digital di layar monitor sebagaimana lembaran peta yang direpresentasikan diatas kertas, namun SIG mempunyai kekuatan lebih dan fleksibilitas dari peta kertas walaupun sama-sama mengorganisasikan unsur peta dan hubungan yang dimiliki unsur-unsurnya.

Peta tradisional menampilkan data geografis berupa titik, garis, dan *polygon* dan warna untuk

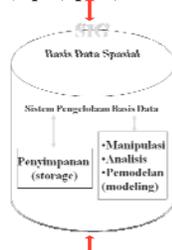
merepresentasikan obyek-obyek dunia nyata seperti misal sungai ditampilkan sebagai *polygon*, jalan ditampilkan sebagai garis, sungai di tampilan dengan warna biru dan lain-lain.

Sedangkan peta digital SIG hampir sama dengan peta tradisional namun SIG menyimpan semua informasi deskriptif unsur-unsur peta dan atribut-atribut dalam basis data, kemudian SIG membentuk dan menyimpannya di dalam tabel-tabel (relasional). Setelah itu, SIG menghubungkan unsur-unsur diatas dengan tabel-tabel bersangkutan dengan demikian akan didapat atribut yang digunakan untuk mencari unsur-unsur tersebut.

SIG menghubungkan sekumpulan unsur-unsur peta dengan atributnya di dalam suatu yang disebut *layer*. Sungai, bangunan, jalan, laut, batas-batas administrasi, perkebunan, hutan, persebaran merupakan contoh dari *layer*. Kumpulan dari *layer-layer* ini akan membentuk basis data SIG.

Untuk lebih mudahnya mengenai pengertian SIG dapat digambarkan seperti gambar dibawah ini:

Data masukan (*input*) peta, foto udara, data statistik,



Keluaran (*output*) peta, laporan, gambar 3D,

Reklame

Reklame adalah benda, alat atau pembuatan atau media yang menurut bentuk susunan dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa atau orang, ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu bangsa, jasa atau orang yang ditempatkan atau yang dilihat, dibaca dan atau didengar dari suatu tempat oleh umum, kecuali yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah.

(Pemerintah Kota Denpasar, 2001 : 4)

Dasar Pengenaan Tarif Pajak

A. BAB IV DASAR PENGENAAN TARIF PAJAK Pasal 15

Dasar pengenaan tarif pajak reklame meliputi:

1. Dasar Pengenaan Pajak adalah dari Nilai Sewa Reklame
2. Nilai Sewa Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) pasal ini dihitung dengan menjumlahkan Nilai Strategis dan Nilai Jual Obyek Pajak Reklame.
3. Dalam hal Reklame diselenggarakan oleh pribadi atau badan yang memanfaatkan reklame untuk kepentingan sendiri, maka nilai sewa reklame dihitung berdasarkan besarnya pemasangan, pemeliharaan, nilai strategis lokasi dan jenis reklame.
4. Dalam hal reklame diselenggarakan oleh pihak ketiga, maka nilai sewa reklame ditentukan berdasarkan jumlah pembayaran untuk suatu masa pajak/masa penyelenggaraan reklame dengan memperhatikan biaya pemasangan, pemeliharaan, lamanya pemasangan, nilai strategis lokasi dan jenis reklame.
5. Hasil Perhitungan Nilai Sewa Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat 2 pasal ini dinyatakan dalam bentuk tabel dan ditetapkan dengan Keputusan Walikota. (Pemerintah Kota Denpasar, 2001 : 13)

B. BAB IV DASAR PENGENAAN TARIF PAJAK Pasal 16

Tarif Pajak ditetapkan sebesar 25% (dua puluh lima persen) (Pemerintah Kota Denpasar, 2001 : 14)

C. BAB VI WILAYAH PEMUNGUTAN DAN CARA PERHITUNGAN PAJAK Pasal 17 ayat (2)

Besarnya pajak terhutang dihitung dengan cara mengalikan Tarif Pajak dimaksud dalam Pasal 16 Peraturan Daerah ini dengan Dasar Pengenaan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 15 ayat (1) (Pemerintah Kota Denpasar, 2001 : 14)

D. Perhitungan Pajak

Berdasarkan pada tiga pasal diatas, maka dapat dirumuskan perhitungan secara umum adalah sebagai berikut.

$$\text{Pajak} = \text{Nilai Pajak} * \text{luas bidang} * \text{Jumlah} * \text{Lama} (\text{periode pemasangan})$$

$$\text{Nilai Sewa Reklame} = \text{Nilai Strategis} + \text{NJOP Reklame}$$

$$\text{Nilai Pajak} = \text{Nilai Sewa Reklame} * \text{Tarif Pajak}$$

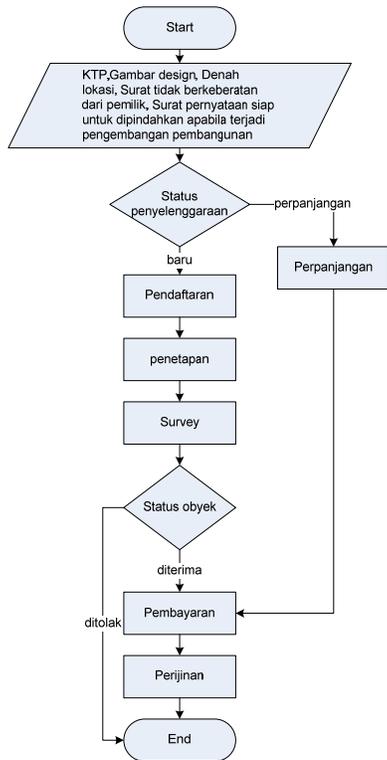
Identifikasi Masalah

Pajak reklame merupakan salah satu pemasukan pajak daerah yang sangat penting dan sangat vital bagi kota berkembang seperti Kota Denpasar. Pada saat ini penyelenggaraan pajak di Kota Denpasar diatur oleh Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Denpasar. Dengan adanya berbagai kecurangan yang bervariasi yang mungkin dapat dilakukan oleh pihak perusahaan ataupun intern DKP, maka perlu dilakukan peninjauan kembali tentang sistem penyelenggaraan reklame di kota ini.

Rancang bangun dibuat dengan cara merancang perangkat lunak yang memiliki konsep optimalisasi untuk mendapatkan nilai pajak *real* dari suatu reklame. Nilai-nilai tersebut akan digunakan untuk membandingkan seberapa besar selisih suatu nilai pajak sebelum dilakukannya optimalisasi dengan nilai pajak setelah dioptimalisasi. Hasil akhir yang diharapkan adalah berupa suatu laporan perbandingan hasil optimalisasi dari pajak reklame yang terdapat di Kota Denpasar.

Model Pengembangan

Secara umum Prosedur permohonan ijin reklame di Kota Denpasar yang berlaku saat ini:

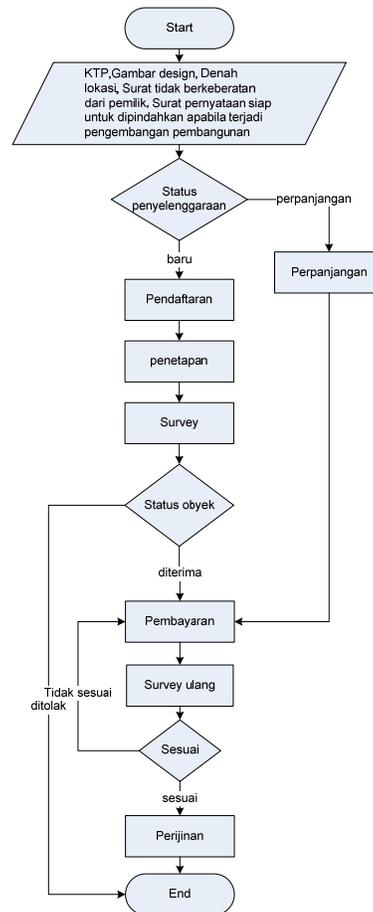


Gambar 4 Flow Chart Prosedur Permohonan Ijin Reklame di Kota Denpasar

Dari alur diagram proses perijinan reklame yang sedang diterapkan, maka dapat dibuatkan arus data (*flow chart*) seperti gambar 4.

Masalah yang ditemui dari prosedur terdahulu adalah kurangnya survei lapangan yang dapat menimbulkan kecurangan dalam ukuran reklame yang dipasang, penempatan pemasangan yang menyalahi aturan tata kota dan posisi penempatan obyek yang tidak sesuai.

Untuk mengatasi kecurangan tersebut maka prosedur perijinan reklame ini akan dikolaborasi dengan sistem yang diterapkan di Kota Surabaya sehingga menghasilkan prosedur perijinan baru. Karena prosedur perijinan bersifat otonomi daerah, maka prosedur penyelenggaraan reklame yang diterapkan di Kota Surabaya tidak dapat dipublikasi karena belum memperoleh ijin resmi. Prosedur permohonan ijin reklame di Kota Denpasar yang telah diperbaharui dan dikolaborasi dengan perijinan yang telah diterapkan di Kota Surabaya untuk menghindari kecurangan tersebut dapat dilihat pada gambar5.



Gambar 5 Flow Chart Prosedur Permohonan Ijin Reklame di Kota Denpasar Melalui Survei Lapangan

Dari alur diagram proses perijinan reklame hasil kolaborasi maka dapat dibuatkan arus data (*flow chart*) seperti gambar 5.

Terdapat proses baru yang perlu ditambahkan pada prosedur permohonan lama, yaitu proses survei (lapangan). Proses survei ini berfungsi untuk memastikan kebenaran obyek dilapangan sehingga terjadi kesesuaian data antara hasil survei dengan data administrasi. Proses ini akan diselenggarakan oleh bagian DKP dan disaksikan oleh empat pihak yaitu:

1. Dari pihak DKP
2. Dari pihak developer
3. Dari pihak wajib pajak terdaftar
4. Dari pihak berwenang

Prosedur survei yang dilakukan berupa penghitungan volume, penentuan posisi dan penempatan obyek pajak yang akan menentukan nilai pajak sebenarnya di lapangan. Data dari lapangan akan disesuaikan (*cross check*) dengan data permohonan obyek pajak yang terdapat di instansi. Bila terjadi kesalahan (ketidakcocokan) maka data obyek pajak tersebut akan ditindak lanjuti berupa pemberian sanksi denda kekurangan bayar pajak dan diproses ulang sesuai dengan hasil survei lapangan.

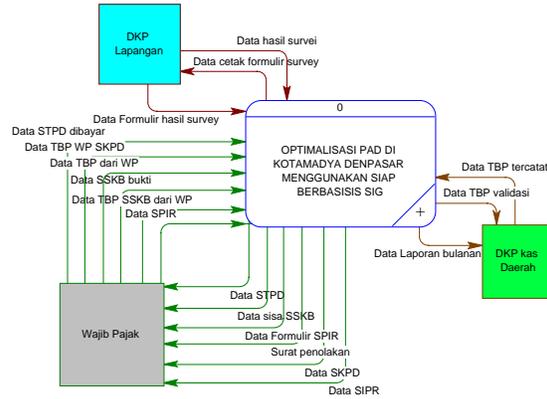
Rancangan Penelitian

Alur proses optimalisasi dimulai dengan melakukan studi lapangan yang didukung dengan studi pustaka, selanjutnya adalah mengaplikasikan hasil studi tersebut pada data random dan disesuaikan dengan tabel tarif. Pengaplikasian ini akan diterapkan pada data random yang telah dimodifikasi agar terlihat menyerupai data sebenarnya. Seluruh data akan disimpan dalam *database*.

Context diagram menggambarkan proses aliran data yang terjadi dalam sistem secara garis besarnya. Semua proses dalam DFD ini dapat didekomposisi agar alur proses lebih terstruktur, dekomposisi itu sendiri merupakan cara yang digunakan untuk memecah proses utama yaitu *context diagram* menjadi sub-sub proses yang lebih kecil di dalam tubuh proses induknya.

Pada proses selanjutnya, *context diagram* didekomposisi menjadi *Data Flow Diagram* level 0 yang menjelaskan proses pada level yang lebih tinggi. Dalam pembuatan sistem optimalisasi ini

terdiri dari tiga *external entity*, yaitu : wajib pajak, DKP bagian lapangan, dan DKP bagian kas daerah. Tiga *entity* ini akan saling terkait dengan DKP bagian administrasi yang merupakan *internal entity* dari sistem ini. Gambaran dari keterkaitan antara *entity* ini dapat dilihat pada gambar 6 dibawah ini.



Gambar 6 Context Diagram

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah kebutuhan perangkat keras dan perangkat lunak telah terpenuhi, maka tahap selanjutnya adalah melakukan implementasi sistem yang telah dibuat. Implementasi dari sistem administrasi ini akan berupa perangkat lunak yang berbasis sistem informasi geografis. Secara umum aplikasi ini akan dititik beratkan pada sistem yang menunjang administrasi dengan didukung dengan menggunakan sistem informasi geografis.

Pengguna yang dalam hal ini adalah pengambil keputusan dapat berinteraksi dengan sistem melalui form-form yang dapat mengefektif dan mengefisienkan prosedur perijinan dan penyelenggaraan reklame tanpa melalui proses birokrasi yang panjang.

Melalui uji coba hasil, aplikasi ini dapat menyajikan informasi perijinan dengan terperinci, perhitungan tarif yang lebih cepat dibanding dengan cara manual karena tanpa melalui identifikasi tarif, serta menyajikan laporan optimalisasi mengenai perolehan PAD.

SIG yang diterapkan dapat menyajikan informasi tentang penyebaran reklame, potensi obyek yang sesuai dan tidak sesuai, menyajikan informasi tentang keterhambatan perijinan dan dapat memeriksa data masa berlaku obyek agar dapat diperkirakan potensi untuk periode berikutnya.

SIMPULAN

1. Aplikasi ini memiliki sistem pendaftaran yang mendata lebih rinci, penetapan, pembayaran serta birokrasi yang tidak berbelit-belit sehingga dapat mengefisienkan proses perijinan dan penyelenggaraan yang membutuhkan waktu dua sampai tiga hari menjadi hanya beberapa jam. Sistem ini melakukan perhitungan pajak dengan cepat karena tanpa melalui identifikasi perhitungan tetapi dengan hasil yang sama dengan perhitungan manual. Selisih nilai potensi di lapangan yang diperhitungkan dari prosedur survei dengan data yang tercatat juga dapat memberikan PAD tambahan bagi DKP Denpasar.
2. Sistem ini mengoptimalkan potensi pajak dalam hal kecurangan dalam ukuran reklame di lapangan melalui proses survei lapangan.
3. Evaluasi potensi pajak dalam pengelolaan SIG yang ada pada aplikasi ini, memungkinkan DKP untuk memantau penyebaran reklame, dapat mengetahui potensi obyek pajak yang sesuai dan tidak sesuai, dapat memeriksa data masa berlaku obyek, dan dapat mengevaluasi permohonan yang tertunda.

SARAN

Dengan menggunakan sistem ini, pemecahan masalah khususnya pada aspek perijinan dan birokrasi serta permasalahan yang timbul dapat lebih cepat diminimalisir. Alih teknologi dapat meningkatkan efektifitas, efisiensi kinerja, kemampuan dan kemandirian SDM, melalui terminologi reklame yang mudah dimengerti baik penyelenggara maupun pegawai dinas pendapatan.

RUJUKAN

- Pemerintah Daerah Kota Denpasar., Pajak Reklame, Denpasar: Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Denpasar, 2001.
- S.T, Romeo., *Testing dan Implementasi Sistem Edisi Pertama*, Surabaya: STIKOM, Juli 2003.
- M. Taufik, Vicky., *Sistem Informasi Geografis*, Surabaya: STIKOM, 2010.
- Suara online., 26 April 2010, Fee Konsultan Reklame Terlalu Besar, WordPress *Discussion List*, (online), (<http://www1.surya.co.id/v2/?p=1515> , diakses 26 April 2010).

Infokorupsi., 20 Juni 2010, Korupsi Pajak Reklame di Denpasar, Pengemplang pajak diadili, (online), (<http://infokorupsi.com/id/korupsi.php?ac=4758&l=korupsi-pajak-reklame-di-denpasar-pengemplang-pajak-diadili>), diakses 20 Juni 2010, Jam 9.27).

Surabayapost., 25 Oktober 2010, Pajak Reklame Surabaya, (online), (<http://www.surabayapost.co.id/?menu=berita&act=view&id=3a951f24dfa138626470b52080f500c8&jenis=c81e728d9d4c2f636f067f89cc14862c>), diakses 25 Oktober 2010, Jam 7.00).

Yuhana., 5 Februari 2011, Basis Data dan Pemodelan Data, (online), (<http://yuhana.if.its.ac.id/wp-content/uploads/BasisData/PemodelanData.pdf> , diakses 5 Februari 2011 Jam 7.00 2011).