

**ANALISIS STRATEGI PEMERINTAH DAERAH DALAM
MENINGKATKAN PENERIMAAN PAJAK KENDARAAN BERMOTOR
KABUPATEN KOMERING ULU TIMUR**

Cindy Elora¹

cindykayraa@gmail.com

Prodi Akuntansi Universitas Baturaja

Anis Feblin²

feblinfatullag@gmail.com

Prodi Akuntansi Universitas Baturaja

Yulitiawati³

yulitiawati0707@gmail.com

Prodi Akuntansi Universitas Baturaja

ABSTRACT

In terms of motor vehicle tax collection, the Regional Revenue Management UPTB office plays an important role and is expected to be a means to maximize the potential of motor vehicle taxes in order to increase regional tax revenues. Therefore, to increase motor vehicle tax revenues, UPTB Regional Revenue Management must have a strategy. The purpose of this study was to find out and analyze alternative strategies carried out by UPTB East OKU Regional Revenue Management in an effort to increase motor vehicle taxes. The method used in this research was SWOT analysis. The results of this study indicated that the East OKU Regional Revenue Management UPTB conducted socialization about the importance of the role of taxes in regional infrastructure development to places that were crowded with the public such as markets, and also carried out a tax whitening program, namely the abolition of fines and interest from previous years, and only the basic taxes and fees for SWDKLLJ (Compulsory Contribution to Road Traffic Accident Funds) are paid.

Keywords: Motor Vehicle Tax Revenue

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki dua sumber pendapatan negara, salah

satunya yang menjadi sumber penerimaan yang cukup besar dan juga sumber dana yang penting bagi

pembangunan nasional adalah pajak. Pajak merupakan bagian yang cukup potensial sebagai penerimaan negara maupun daerah. Pajak yang dikelola pemerintah pusat merupakan sumber penerimaan negara di dalam APBN, sedangkan pajak yang dikelola pemerintah daerah merupakan sumber penerimaan daerah di dalam APBD.

Pungutan pajak mengurangi penghasilan atau kekayaan individu, tetapi sebaliknya, merupakan penghasilan masyarakat yang kemudian dikembalikan lagi kepada masyarakat. Pengembalian ini dapat melalui pengeluaran-pengeluaran rutin dan pengeluaran-pengeluaran pembangunan yang akhirnya kembali lagi kepada seluruh masyarakat yang bermanfaat bagi rakyat, baik yang membayar pajak maupun tidak (Suandy, 2016:8)

Pajak daerah terbagi atas dua jenis, yaitu pajak provinsi dan pajak kabupaten/kota. Pajak daerah merupakan kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh badan 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. (Rahayu, 2017:50). Menurut Pasal 2 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, disebutkan bahwa Jenis pajak provinsi terdiri dari 5 (lima) jenis pajak antara lain: pajak kendaraan bermotor, bea balik nama kendaraan bermotor, pajak bahan bakar kendaraan bermotor, pajak air permukaan, pajak rokok. Dari berbagai jenis pajak diatas, pajak kendaraan bermotor merupakan salah satu penerimaan dalam membiayai pembangunan daerah provinsi.

Kendaraan bermotor di Kabupaten OKU Timur setiap tahunnya mengalami peningkatan. Karena itu, diharapkan penerimaan pendapatan pemerintah yang bersumber dari Pajak Kendaraan Bermotor dapat meningkat sejalan dengan meningkatnya jumlah pembelian kendaraan bermotor. Selama tiga tahun terakhir, yaitu tahun 2018 hingga 2020, penerimaan pajak kendaraan

bermotor di wilayah Ogan Komering Ulu Timur terlihat mengalami peningkatan, tetapi secara persentase mengalami fluktuatif. Pada tahun 2018 realisasi penerimaan Pajak Kendaraan Bermotor tidak mencapai target yang diharapkan yaitu hanya mencapai angka 94%, kemudian mengalami kenaikan yang cenderung signifikan pada tahun 2019 yaitu sebesar 135% dan mengalami penurunan kembali di tahun 2020 yaitu sebesar 119%.

Kendaraan bermotor di Kabupaten OKU Timur setiap tahunnya mengalami peningkatan. Karena itu, diharapkan penerimaan pendapatan pemerintah yang bersumber dari Pajak Kendaraan Bermotor dapat meningkat sejalan dengan meningkatnya jumlah pembelian kendaraan bermotor.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian dengan judul **“Analisis Strategi Pemerintah Daerah Dalam Upaya Meningkatkan Penerimaan Pajak Kendaraan Bermotor Di Kabupaten Ogan Komering Ulu**

Timur.” Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan sebelumnya maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apa strategi yang dilakukan oleh UPTB Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten OKU Timur dalam upaya meningkatkan Penerimaan Pajak Kendaraan Bermotor?
2. Alternatif strategi apakah yang lebih sesuai dilakukan oleh UPTB Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten OKU Timur berdasarkan analisis SWOT?

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Pajak

Menurut Pasal 1 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 Ketentuan Umum Perpajakan disebutkan bahwa: “Pajak adalah kontribusi wajib pajak kepada Negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan Negara sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.”

Pajak Daerah

Menurut Siahaan (2013: 10) pajak daerah merupakan pajak yang ditetapkan oleh pemerintah daerah dengan peraturan daerah (Perda), yang wewenang pemungutannya dilaksanakan oleh pemerintah daerah dan hasilnya digunakan untuk membiayai pengeluaran pemerintah daerah dalam melaksanakan penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan di daerah.

Karena pemerintah daerah di Indonesia terbagi menjadi dua, yaitu pemerintah provinsi dan pemerintah kabupaten/kota, yang diberi kewenangan untuk melaksanakan otonomi daerah, pajak daerah di Indonesia ini juga dibagi menjadi dua, yaitu pajak provinsi dan pajak kabupaten/kota.

Pajak Kendaraan Bermotor

Pajak Kendaraan Bermotor adalah pajak atas kepemilikan dan atau penguasaan kendaraan bermotor. Pemungutan Pajak Kendaraan Bermotor ini didasarkan pada ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 3-8.

Penerimaan Pajak

Menurut Rahayu (2017:49) Penerimaan Pajak adalah pajak yang dipungut, dikelompokkan kepada pajak pusat, bea dan cukai, pajak daerah, maupun retribusi daerah dan penerimaan lain bukan pajak.

Strategi

Strategi menurut Assauri (2013) merupakan suatu pernyataan yang mengarahkan bagaimana masing-masing individu dapat bekerja sama dalam suatu organisasi, dalam upaya pencapaian tujuan dan sasaran dalam organisasi tersebut. Umumnya perusahaan selaku Wajib Pajak dan orang pribadi guna mencapai tujuan usahanya akan dilakukan manajemen strategi. Menurut Fidel (2010), strategi pemahaman yang dilakukan oleh masyarakat/Wajib Pajak dalam melaksanakan hak dan kewajiban perpajakannya adalah:

- a. Pelaksanaan kewajiban perpajakan
Pelaksanaan kewajiban perpajakan dengan cara implementasi yang baik secara formal maupun material.

b. Tujuan manajemen pajak

Tujuan manajemen pajak akan tercapai jika dikuasai dan dilaksanakan:

- 1) Memahami ketentuan perpajakan.
- 2) Menyelenggarakan pembukuan yang memenuhi syarat.

Indikator Strategi

Menurut Mukhlis dan Simanjuntak (2012:27), strategi peningkatan penerimaan pajak dapat dilakukan dengan dua cara yaitu :

- a. Intensifikasi (Faktor Internal)
- b. Ekstensifikasi(Faktor Eksternal)

Strategi yang bisa dilakukan

Peneliti merangkum berbagai strategi yang bisa dilakukan oleh Pemerintah Daerah OKU Timur untuk meningkatkan penerimaan Pajak Kendaraan Bermotor adalah sebagai berikut:

1. Komunikasi

Pemerintah Daerah OKU Timur dalam hal ini UPTB SAMSAT melakukan sosialisasi di segala bidang, yaitu di media massa atau media sosial.

2. Kerjasama

UPTB SAMSAT bisa bekerjasama dengan Kepolisian untuk melakukan razia agar bisa mencari dan mendapatkan wajib pajak yang belum membayar pajak atau tidak membayar pajak.

3. Sistem Pelayanan

UPTB SAMSAT bisa menambah pelayanan agar wajib pajak merasa nyaman pada saat akan membayar pajak. Misalnya saja adalah dengan Samsat keliling, pembayaran pajak via *online*, dan adanya *Call Centre* agar wajib pajak bisa mengetahui informasi tentang pajak.

Metodologi

Populasi adalah seluruh obyek atau individu yang akan diteliti yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu. Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah pegawai SAMSAT Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur yang berjumlah 46 orang. Tetapi, informan yang ditunjuk hanya pegawai yang mempunyai kriteria yang berhubungan langsung dengan perencanaan strategi di Kantor Samsat OKU Timur, maka

informan yang akan ditunjuk hanya sejumlah 13 orang.

Analisis SWOT

Analisis Kuadran SWOT

Menurut Suwarsono (2016:43), matrik SWOT 4 Kuadran merupakan matrik yang digunakan untuk membantu manajemen dalam pengambilan keputusan investasi pada berbagai portofolio bisnis yang dikelola yang biasanya berada pada suatu instansi atau perusahaan besar yang terdiversifikasi dalam pelaksanaannya.

Menurut Djafar (2018), melakukan metode perhitungan analisis SWOT dengan menggunakan:

a. Perhitungan bobot faktor internal dan eksternal

- Bobot faktor internal =

$$\frac{\text{Total jawaban responden}}{\text{Total pengolahan data faktor internal}}$$

- Bobot faktor eksternal

$$\frac{\text{Total jawaban responden}}{\text{Total pengolahan data faktor eskternal}}$$

b. Kalikan bobot dengan rating untuk mendapatkan *score*

c. Menentukan sumbu x dan sumbu y

- Sumbu X = skor kekuatan – skor kelemahan
- Sumbu Y = skor peluang – skor ancaman

Matrik SWOT

- Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalannya pikiran perusahaan/organisasi, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan sebuah peluang sebesar-besarnya.

- Strategi ST

Strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

- Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

- Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat *defensive*/bertahan dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Hasil Analisis

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT dengan menggunakan metode Matrik IFAS (*Internal Factor Analysis Strategy*) dan Matrik EFAS (*Eksternal Factor Analysis Strategy*), dan kemudian Matrik IFAS dan EFAS diwujudkan dalam bentuk kuadran SWOT untuk menentukan posisi perusahaan berada dalam posisi kuat, lemah, berpeluang, atau terancam guna menciptakan strategi-strategi yang disusun menggunakan Matrik SWOT.

1) IFAS (*Internal Factor Analysis Strategic*).

Berikan rating 1 sampai 4 bagi masing-masing faktor untuk menunjukkan apakah faktor tersebut memiliki kelemahan yang besar (rating=1), kelemahan yang kecil (rating=2), kekuatan yang kecil (rating=3), dan kekuatan yang besar (rating=4). Kemudian kalikan masing-masing bobot dengan rating untuk mendapatkan *score*, dan jumlahkan total *score* masing-masing indikator.

Tabel 1 Matrik IFAS

FAKTOR-FAKTOR INTERNAL	BOBOT ITEM	RATING	SCORE
Kekuatan			
Adanya lingkungan kerja yang kondusif	0,145	4	0,58
Sarana dan prasarana yang memadai	0,148	4	0,592
Pegawai dapat dipercaya dan bertanggungjawab	0,129	3	0,387
Lokasi kantor yang cukup strategis	0,132	4	0,528
TOTAL	0,554		2,087
Kelemahan			
Masih terbatasnya unit-unit penyuluhan di desa-desa terpencil	0,117	3	0,351
Jaringan sistem informasi pelayanan pajak yang belum optimal	0,111	3	0,333
Tingkat kedisiplinan pegawai	0,108	3	0,324
Sistem pengawasan yang masih belum maksimal	0,105	3	0,315
TOTAL	0,441		1,323
TOTAL IFAS	0,995		3,410

Sumber: Data Primer Diolah

Dari hasil analisis pada tabel 1 Matrik IFAS diatas, faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 3,410. Karena total skor diatas 2,5 ini berarti mengindikasikan bahwa posisi internal pada perusahaan begitu kuat.

2) EFAS(*External Factor Analysis Strategic*)

Menghitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala nilai 1 sampai 4, dimana 4

(respon sangat bagus), 3 (respon diatas rata-rata), 2 (respon rata-rata), dan 1 (respon dibawah rata-rata).Rating ini berdasarkan pada efektivitas strategi perusahaan, dengan demikian nilainya berdasarkan pada kondisi perusahaann. Kemudian kalikan masing-masing bobot item dengan rating untuk mendapatkan *score*. Dan jumlahkan semua *score* untuk mendapatkan total *score*.

Tabel 2 Matrik EFAS

FAKTOR-FAKTOR EKSTERNAL	BOBOT ITEM	RATING	SCORE
Peluang			
Memanfaatkan dan menyesuaikan kemajuan IPTEK	0,138	3	0,414
Pelaksanaan otonomi daerah	0,119	2	0,238
Peraturan pemerintah daerah di bidang perpajakan	0,115	2	0,23
Menjalin kerjasama dengan bank atau kantor pos	0,157	3	0,471
TOTAL	0,529		1,353
Ancaman			
Rendahnya kesadaran dan pengetahuan Wajib Pajak	0,065	1	0,065
Kurangnya pelaksanaan penyuluhan atau sosialisasi	0,130	3	0,39
Maraknya kasus korupsi pajak	0,115	2	0,23
Penegakan hukum yang lemah	0,157	3	0,471
TOTAL	0,467		1,156
TOTAL EFAS	0,996		2,509

Sumber: Data Primer Diolah

Dari hasil analisis pada tabel 2 Matrik EFAS diatas, faktor peluang

dan ancaman memiliki total skor 2,509. Karena total skor sebesar

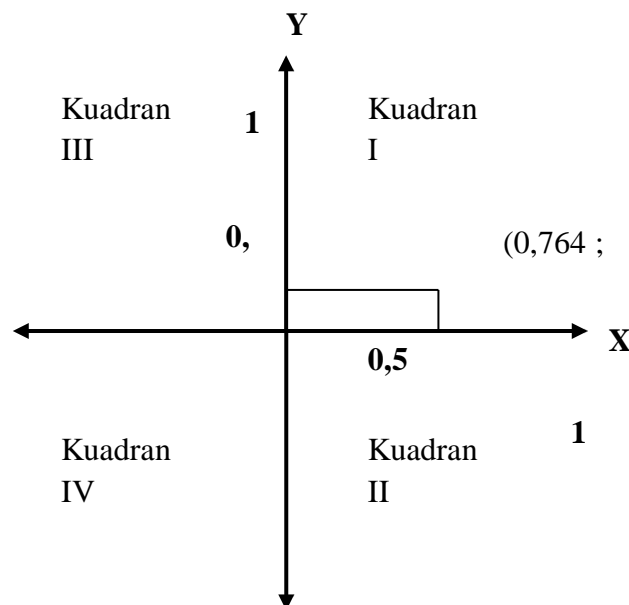
2,509 itu berarti mengindikasikan bahwa UPTB Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten OKU Timur cukup memanfaatkan peluang yang ada dan menghindari ancaman-ancaman eksternal.

3) Diagram *Cartesius*

Dari hasil pengolahan matrik IFAS dan matrik EFAS dapat diperoleh posisi UPTB Pengelolaan Pendapatan Daerah OKU

Timur. Dalam matrik faktor strategi internal diperoleh hasil sumbu x yaitu berada pada koordinat 0,891. Sedangkan dalam matrik faktor strategi eksternal diperoleh hasil sumbu y yaitu berada pada koordinat 0,197. Dari kedua koordinat tersebut dapat ditentukan posisi perusahaan berada dalam kuadran I, II, III, atau IV yang masing-masing kuadran mendukung strategi.

Gambar 1 Diagram *Cartesius*



Berdasarkan kuadran analisis SWOT diatas dapat dilihat bahwa posisi UPTB Pengelolaan Pendapatan Daerah OKU Timur berada dalam kuadran I yang artinya

mendukung strategi agresif atau pertumbuhan karena sumbu y berada pada posisi peluang dengan nilai 0,784 dan sumbu x berada pada posisi kuat dengan nilai 0,917.

4) Matrik SWOT

Matrik SWOT disusun dengan menggunakan Matrik IFAS

dan Matrik EFAS, kemudian menciptakan strategi-strategi baru berdasarkan faktor-faktor tersebut.

Tabel 3 Matrik SWOT

	<i>STRENGTH</i>	<i>WEAKNESS</i>
EFAS / IFAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya lingkungan kerja yang kondusif. 2. Sarana dan prasarana yang memadai. 3. Pegawai dapat dipercaya dan bertanggungjawab. 4. Lokasi kantor yang cukup strategis. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Masih terbatasnya unit-unit penyuluhan di desa-desa terpencil. 2. Jaringan sistem informasi pelayanan pajak yang belum optimal. 3. Tingkat kedisiplinan pegawai. 4. Sistem pengawasan yang masih belum maksimal.
<i>OPPORTUNITY</i>	<i>STRATEGI SO</i>	<i>STRATEGI WO</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan dan menyesuaikan kemajuan IPTEK. 2. Pelaksanaan otonomi daerah. 3. Peraturan pemerintah daerah di bidang perpajakan. 4. Menjalni kerjasama dengan bank atau kantor pos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya program kerja tahunan 2. Promosi dan sosialisasi ke masyarakat luas melalui media cetak dan media sosial 3. Menghilangkan calo dalam membayar PKB 4. Menerapkan pelayanan yang prima, cepat, dan tanggap. 5. Menciptakan teknis pelayanan yang mudah. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan sosialisasi pembayaran pajak <i>online</i>. 2. Memberikan <i>punishment</i> kepada pegawai yang kurang disiplin. 3. Menambahkan fasilitas absen <i>fingerprint</i>.
<i>THREATS</i>	<i>STRATEGI ST</i>	<i>STRATEGI WT</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Rendahnya kesadaran dan pengetahuan Wajib Pajak. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fiskus dibentuk untuk tegas dalam menolak suap 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Koordinasi antar fiskus 2. Meningkatkan

<p>2. Kurangnya pelaksanaan penyuluhan atau sosialisasi.</p> <p>3. Maraknya kasus korupsi pajak.</p> <p>4. Penegakan hukum yang lemah</p>	<p>2. Memaksimalkan layanan <i>Call Center</i> agar memudahkan Wajib Pajak dalam mendapatkan informasi perpajakan.</p> <p>3. Menerapkan pelayanan pajak <i>door to door</i>.</p>	<p>sosialisasi ke masyarakat</p>
---	--	----------------------------------

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. UPTB Pengelolaan Pendapatan Daerah melakukan sosialisasi tentang betapa pentingnya peran pajak dalam pembangunan infrastruktur daerah ke tempat-tempat yang ramai dikunjungi masyarakat seperti pasar. UPTB Pengelolaan Pendapatan Daerah juga diberikan brosur oleh pihak Bappenda Pusat agar memudahkan dalam bersosialisasi.
2. UPTB Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten OKU Timur juga melakukan program pemutihan pajak, yaitu penghapusan denda dan bunga

tahun-tahun yang lalu, dan yang hanya dibayar yaitu pajak pokok dan biaya SWDKLLJ (Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan) saja.

3. Strategi SO (*Strength-Opportunities*) meliputi adanya program kerja tahunan dan promosi ke masyarakat melalui media cetak ataupun media sosial.
4. Strategi WO (*Weakness-Opportunities*) meliputi memaksimalkan pembayaran pajak melalui *online* dan meningkatkan jumlah fiskus.
5. Strategi ST (*Strength-Threats*) meliputi fiskus dibentuk tegas untuk menolak suap dan memaksimalkan layanan *Call Center*.

6. Strategi WT (*Weakness-Threats*) meliputi koordinasi antar fiskus serta meningkatkan sosialisasi ke masyarakat
 7. UPTB Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten OKU Timur berada di kuadran I yang berarti bahwa UPTB Pengelolaan Pendapatan Daerah OKU Timur mempunyai kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung kebijakan pertumbuhan agresif sehingga strategi yang perlu ditingkatkan dalam peningkatan Penerimaan Pajak Kendaraan Bermotor pada Kabupaten OKU Timur adalah Strategi SO.
- menjadi paham dan terdorong untuk membayar pajak kendaraan bermotornya.
 2. UPTB Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten OKU Timur diharapkan bisa bekerjasama dengan pihak kepolisian untuk melakukan razia untuk mencari Wajib Pajak yang belum maupun tidak membayar pajak kendaraan bermotornya.
 3. UPTB Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten OKU Timur diharapkan bisa meningkatkan sistem pelayanan agar Wajib Pajak merasa nyaman saat akan membayar Pajak Kendaraan Bermotor.

Saran

Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. UPTB Pengelolaan Pendapatan Daerah OKU Timur diharapkan bisa membangun komunikasi tentang peran pajak dalam pembangunan infrastruktur daerah tersebut supaya masyarakat dan Wajib Pajak

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2013. *Strategic Management; Sustainable, Competitive, Advantages*. Jakarta: PT. Grafindo Persada
- Djafar, Fahmi. 2018. *Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Pada CV. Idola Indonesia*.
- Fidel.2010. *Cara Mudah & Praktis Memahami Masalah-*

- Masalah Perpajakan.* Murai Kencana: Jakarta.
- Rahayu, Siti Kurnia. 2017. *Perpajakan (Konsep dan Aspek Formal).* Rekayasa Sains: Bandung.
- Siahaan, Marihot Pahala. 2013. *Pajak Daerah & Retribusi Daerah.* PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Simanjuntak T. H., dan Imam Mukhlis. 2012. *Dimensi Ekonomi Perpajakan Dalam Pembangunan Ekonomi.* Jakarta: Raih Asa Sukses
- Suandy, Erly. 2016. *Hukum Pajak.* Salemba Empat: Jakarta.
- Suwarsono. 2016. *Matrik dan Skenario dalam Strategi.* Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 Ketentuan Umum Perpajakan.
- Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Ketentuan Umum Perpajakan.