

**PERLAKUAN AKUNTANSI ATAS PAJAK REKLAME DALAM SISTEM  
PENGAKUAN PENDAPATAN ASLI DAERAH (PDA)  
KOTA MAKASSAR**

**LISNAH  
10573 1512 09**



**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
MAKASSAR  
2013**

**PERLAKUAN AKUNTANSI ATAS PAJAK REKLAME DALAM SISTEM  
PENGAKUAN PENDAPATAN ASLI DAERAH (PDA)  
KOTA MAKASSAR**

**SKRIPSI**

**LISNAH**

**10573 1512 09**

*Diajukan sebagai salah satu syarat dalam memperoleh  
Gelar Sarjana pada Program Studi Akuntansi*

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
MAKASSAR  
2013**

**HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi Penelitian dengan judul :

**PERLAKUAN AKUNTANSI ATAS PAJAK REKLAME DALAM SISTEM  
PENGAKUAN PANDAPATAN ASLI DAERAH (PAD) KOTA MAKASSAR**

Oleh :

Nama : Lisnah

Nim : 10573 1512 09

Telah melakukan pembimbingan skripsi dan di nyatakan layak untuk mengikuti ujian skripsi pada program sarjana fakultas ekonomi universitas muhammadiyah makassar.

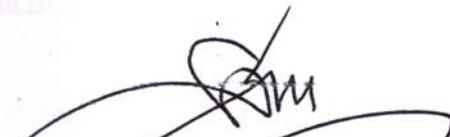
Makassar, Oktober 2013

Menyetujui :

PEMBIMBING I

  
Idham Khalid, SE., MM.  
NIDN : 0931126134

PEMBIMBING II

  
Abd. Salam HB, SE., M. Si. AK.  
NBM :

Mengetahui,

  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Makassar  
  
Dr. H. Mahmud Nuhung, MA.  
NBM : 497-194

Ketua Jurusan  
Akuntansi

  
H. Andi Arman, SE., M. Si. AK.  
NBM : 9106126701

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diperiksa dan diterima oleh panitia Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis dengan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor 184 / 27 Rabi'ul Akhir 1435H / 27 Februari 2014M dan telah dipertahankan di depan penguji pada hari Jum'at tanggal 29 bulan November tahun 2013, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana'Ekonomi pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

27 Rabi'ul Akhir 1435 H  
Makassar, .....  
27 Februari 2014 M

### Panitia Ujian

1. Pengawas Umum : DR.H.Irwan Akib, M.Pd (.....)  
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : DR. H. Mahmud Nuhung, SE, M.A (.....)  
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : H.Sultan Sarda, SE. MM (.....)  
(PD.I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji :
  - DR. Hj. Euis Eka Pramiasih, M.Pd (.....)
  - Idham Khalid, SE. MM (.....)
  - Moch. Aris Pasigai, SE. MM (.....)
  - Faidhul Adziem, SE. M.Si (.....)

## **ABSTRAK**

**LISNAH 2013.** Perlakuan Akuntansi atas Pajak Reklame dalam Sistem Pengakuan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Makassar. Di bimbing oleh Bapak Idham Khalid dan Bapak Abd. Salam HB

Penelitian dilakukan dengan metode analisis komparatif. Metode ini dilakukan dengan membandingkan antara Perlakuan Akuntansi atas Pajak Reklame dalam Sistem Pengakuan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Makassar.

Data diperoleh dalam bentuk lisan yang berupa gambaran umum perusahaan kepada kepala produk, yaitu pengumpulan data melalui wawancara langsung kepada Produk dan Manager produksi yang berkaitan dengan masalah yang diteliti pada Dinas Pendapatan Asli Daerah Kota Makassar.

Hasil Penelitian disimpulkan bahwa ada Perlakuan disimpulkan bahwa ada Perlakuan Akuntansi Atas Pajak Reklame dalam Sistem Pengakuan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I     PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	6
D. Hipotesis.....	6
<b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Konsep Pajak.....	7
B. Konsep Pajak Reklame .....	14
C. Konsep Reklame .....	22
D. Pajak Daerah .....	27
E. Pendapatan Asli Daerah .....	30
F. Efektifitas dan Efisiensi .....	32
G. Kerangka Pikir .....	34
H. Hipotesis.....	35

<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	
	A. Daerah dan Waktu Penelitian .....	35
	B. Metode Pengumpulan Data .....	35
	C. Jenis dan Sumber Data .....	36
	D. Metode Analisis .....	36
<b>BAB IV</b>	<b>GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b>	
	A. Sejarah Singkat Perusahaan .....	38
	B. Visi dan Misi .....	39
	C. Struktur Organisasi .....	39
	D. Uraian Tugas dalam Perusahaan .....	41
<b>BAB V</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
	A. Gambaran Umum Pajak Reklame .....	50
	B. Perhitungan, Pelaporan dan Hambatan dalam Proses Pemungutan Pajak Reklame .....	50
	C. Kendala dan Hambatan yang Dihadapi dalam Proses Pemungutan Pajak Reklame .....	75
<b>BAB VI</b>	<b>PENUTUP</b>	
	A. Kesimpulan .....	77
	B. Saran .....	77
	<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi pada Universitas Muhammadiyah Makassar.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak mengalami tantangan sehingga memberikan kesan-kesan yang sangat melekat dihati dan penulis menyadari banyak sekali keterbatasan yang dihadapi baik dari segi kemampuan, biaya, tenaga dan waktu tetapi pada akhirnya berkat doa dan usaha keras, keuletan dan kesabaran, sehingga semuanya dapat dihadapi dengan hati yang lapang.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan ,walaupun dengan demikian penulis telah berusaha sebaik mungkin dengan seluruh kemampuan dan pengetahuan. Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Irwan Akib, M. Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar
2. Bapak Dr. H. Mahmud Nuhung, M.A Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak H. Andi Arman. SE., M.Si., Ak selaku ketua jurusan Akuntansi
4. Bapak Idham Khalid. SE., MM dan Abd. Salam HB. SE.. M.Si.AK. sebagai pembimbing I dan U penulis, yang telah bersedia dengan penuh keiklasan

meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan pengarahan motivasi kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.

5. Seluruh Staf atau dosen khususnya program studi Akuntansi dan pada umumnya di Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah memberikan ilmu bagi penulis.
6. Karyawan-karyawan Dinas Pendapatan Asli Daerah Kota Makassar yang telah memberikan bantuan dan izin penelitian.
7. Teristimewah Ayahanda Muh. Jufri dan ibunda Hawariah tersayang yang selalu menjadi kebanggaan penulis ,yang telah membesarkan penulis, selalu memanjatkan doa, memberikan dukungan, nasehat, serta materi, sehingga penulis menyelesaikan tulisan ini.
8. Saudaraku yang sangat kusayangi yang selama ini memberi doa, dan senyuman, serta Saliabal saya Nurhayati yang telah membantu saya baik susah maupun senang terima kasih atas perhatian, dukungan, pengertian, kebersamaan dan keceriaan yang selama ini kalian berikan.
9. Teman- teman seperjuanganku angkatan 2009 Khususnya AK-5 09 terima kasih atas bantuan. kerjasamanya. selama penulis menjalani perkuliahan. Semoga persaudaraan dan persahabatan kita tetap terjalin dalam sebuah jalinan yang kuat untuk selamanya.

10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu, atas doa dan bantuannya. Semoga segala bantuan dan keikhlasan yang diberikan penulis dapat bernilai ibadah disisi Allah SWT.

Makassar, Oktober 2013

Penulis

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Sebelum berlakunya Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1999 tentang Pertimbangan Keuangan antara Pemerintahan Pusat dan Daerah. Negara Indonesia dalam penyelenggaraan pemerintahan daerah menganut Sistem Desentralisasi dan Dekonsentrasi. Namun demikian, pusat masih memiliki peran dan kontrol yang sangat kuat kepada daerah dalam penyelenggaraan pemerintahan melalui pejabatnya sebagai wakil pusat di daerah. Dalam melaksanakan pembangunan di setiap daerah, pemerintah pusat terlibat sangat dominan dalam proses pengambilan keputusan. Hal ini terjadi karena pembiayaan pembangunan ini sendiri sebagian besar dibiayai langsung oleh pemerintah pusat sedangkan pemerintahan daerah hanya bertindak sebagai pelaksana pembangunan semata sehingga mengakibatkan pelaksanaan pembangunan di daerah terkadang tidak lagi sesuai dengan harapan dan kebutuhan masyarakat setempat.

Setelah berlakunya Undang-Undang tersebut diatas, maka penyelenggara pemerintah daerah dilakukan dengan memberikan kewenangan yang luas, nyata dan bertanggung jawab kepada daerah dengan memberikan peran yang seluas-luasnya untuk mengatur dan melaksanakan kewenangan atas prakarsa sendiri sesuai dengan kepentingan masyarakat setempat dan potensi setiap daerah atau yang lebih sering disebut dengan otonomi daerah.

Dengan berlakunya Undang-Undang tentang pemerintahan daerah ini, maka diharapkan kontrol pemerintah pusat kepada daerah akan semakin berkurang seiring dengan adanya pelimpahan wewenang dari pusat ke daerah.

Pelaksanaan otonomi daerah terutama dititik beratkan pada Pemerintahan Kabupaten/Kota, yang diberikan kewenangan daerah otonomi untuk menjalankan roda pemerintahan dan tugas untuk memberikan berbagai macam jenis pelayanan yang sesuai kebutuhan masyarakat.

Untuk menjalankan kewenangan dan tugas tersebut, setiap daerah tentunya memerlukan sumber daya yang tidak sedikit jumlahnya. Oleh karena itu diperlukan sumber daya yang mampu memberikan kontribusi langsung dalam melaksanakan kewenangannya tersebut demi tercapainya tujuan perkembangan dan kemajuan daerah serta kesejahteraan masyarakat yang semakin meningkat.

Dalam Pasal 157 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah dan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah terkait dengan Sumber Daya Ekonomi, Pemerintah Pusat memberikan sumber pendapatan bagi daerah. Sumber pendapatan tersebut nantinya akan dipergunakan oleh masing-masing daerah untuk membiayai kewenangan dan tugas yang telah diberikan oleh pemerintah pusat kepada daerah. Semakin banyak kewenangan dan tugas yang dijalankan maka semakin banyak pula biaya yang akan dikeluarkan oleh pemerintah daerah.

Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan negara yang dipungut oleh pemerintah dalam membiayai aktivitas pembangunan nasional. Penguasaan terhadap pengaturan perpajakan bagi wajib pajak tentu akan meningkatkan kepatuhan kewajiban perpajakan. Wajib pajak tentu akan berusaha menjalankan kewajibannya agar terhindar dari sanksi-sanksi yang berlaku dalam ketentuan umum peraturan perpajakan.

Salah satu pemasukan pajak dalam menunjang pembiayaan pembangunan adalah pajak daerah terutama pajak reklame. Pajak reklame adalah pajak yang dikenakan atas semua penyelenggaraan reklame oleh orang pribadi atau badan. Oleh karena itu untuk menunjang peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD), maka penetapan tarif pajak ini oleh pemerintah sangat diperlukan. Tetapi permasalahan yang ada sekarang meskipun Pemerintah Kabupaten/Kota telah menetapkan tarif pajak reklame tersebut tetap saja ada sebagian masyarakat yang tidak ingin membayar sesuai dengan tarif yang ditetapkan. Hal ini disebabkan karena kurangnya kesadaran dan pengetahuan dari masyarakat itu sendiri tentang arti pentingnya membayar pajak reklame untuk meningkatkan pendapatan asli daerah, sehingga banyak reklame yang tersebar disepanjang ruas jalan tanpa izin. Selain itu penerapan aturan penertiban hingga pengelolaan dana retribusi pajak reklame masih belum optimal diterapkan, karena penarikan retribusi masih banyak yang ditemukan belum sesuai dengan ketentuan nilai objek pajak.

Adanya permasalahan tersebut berakibat terhadap menurunnya pendapatan asli daerah dan tentunya juga akan berpengaruh terhadap

pembangunan dan perekonomian masyarakat yang ada di daerah. Sehingga perlu dilakukan peninjauan kembali terhadap ketentuan yang mengatur penetapan tarif pajak reklame.

Berikut ini dapat dilihat data perkembangan target dan realisasi .penerimaan., pajak reklame Kabupaten Maros yaitu selama 5 (lima) tahun terakhir. Dimana pada tahun anggaran 2008 target Rp. 120.000.000,- realisasi Rp. 133.598.261,- (111,33%), tahun anggaran 2009 target Rp. 120.000.000,- realisasi Rp. 134.500.250,- (112,08%), tahun anggaran 2010 target Rp. 150.000.000,- realisasi Rp. 140.346.223,- (93,56%), tahun anggaran 2011 target Rp. 250.000.000,- realisasi Rp. 193.670.500,- (77,46%) dan pada tahun anggaran 2012 target Rp. 1.000.000.000,- realisasi Rp. 790.500.000,- (79,05%), selama 5 (lima) tahun terakhir rata-rata realisasi penerimaan per tahun sebesar 84,915%.

Dengan melihat keadaan selama 5 (lima) tahun terakhir ini dimana realisasi penerimaan mengalami peningkatan yaitu dari tahun anggaran 2008 sampai tahun anggaran 2012. Selanjutnya kalau kita melihat penetapan target dari tahun anggaran 2008 sampai tahun anggaran 2009 tidak pernah mengalami perubahan, namun realisasinya melampaui target (*over target*). Selanjutnya kalau kita melihat penetapan target dari tahun 2010 sampai dengan tahun anggaran 2012 mengalami perubahan yaitu dari tahun ke tahun menetapkan target yang lebih tinggi, namun realisasinya tidak melampaui target (*over target*). Dengan demikian memberikan gambaran bahwa dipengaruhi oleh beberapa faktor.

Berdasarkan data Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Maros mengenai pajak reklame Pemerintah Kabupaten Maros menargetkan pendapatan asli daerah yang diperoleh dari pajak reklame memberikan kontribusi yang besar. Untuk mengetahui apakah pendapatan asli daerah yang ditargetkan oleh Pemerintah Kabupaten Maros tercapai setiap tahun melalui pungutan pajak reklame yang sesuai dengan tarif yang ditetapkan, maka hal ini yang mendorong peneliti untuk menganalisisnya melalui suatu penelitian yang berjudul *Perlakuan Akuntansi atas Pajak Reklame dalam SISTEM Pengakuan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Makassar* ".

Adapun alasan yang lain sehingga peneliti memilih judul tersebut, karena telah dilakukan penelitian terdahulu oleh Fitria Akibun (2008) dalam skripsinya yang berjudul "Analisis Tarif Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Makassar". Dari hasil penelitian tersebut, bahwa dari hasil target dan realisasi pajak daerah selama tiga tahun (2005-2007) sudah dapat dikatakan bahwa realisasi penerimaan pajak daerah melebihi target yang telah dianggarkan oleh pemerintah yang mengindikasikan bahwa tingkat pendapatan yang diperoleh dari pajak daerah Kota Makassar cukup besar. Dan pajak daerah khususnya Pajak Reklame merupakan komponen yang mempunyai kontribusi dalam meningkatkan PAD.

Adapun alasan terakhir peneliti memilih judul tentang "*Perlakuan Akuntansi atas Pajak Reklame dalam Sistem Pengakuan Pendapatan Asli Daerah ( PAD ) Kota Makassar*". Karena Pajak Reklame merupakan salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang dapat memberikan

kontribusi terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah dan memiliki prospek yang lebih baik di masa yang akan datang.

## **B. Rumusan Masalah**

Sesuai dengan latar belakang yang telah diuraikan diatas, bahwa Pajak Reklame salah satu sumber pemberian dana yang potensial untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Maros. Berkaitan dengan hal tersebut di atas, maka peneliti merumuskan masalah yang dianggap relevan dengan judul penelitian ini, yaitu : *Perlakuan Akuntansi atas Pajak Reklame dalam Sistem Pengakuan Pendapatan Asli Daerah ( PAD ) Kota Makassar*

## **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan pada masalah yang diuraikan, maka :

### 1. Tujuan Penelitian

Untuk menganalisis penetapan tarif pajak reklame terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Maros.

Sedangkan kegunaan dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi:

### 2. Kegunaan .Penelitian

a. Bahan masukan dan informasi bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Maros dalam rangka perumusan kebijaksanaan untuk peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang bersumber dari pajak reklame.

b. Sebagai bahan referensi bagi pembaca dan peneliti guna memperoleh wawasan untuk mengembangkan dan memperdalam pengetahuan di

bidang perpajakan. Khususnya penelitian yang berkaitan dengan pajak reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

- c. Arahan dalam melakukan penelitian di lapangan nanti khususnya bagi peneliti.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Konsep Pajak

##### 1. Pengertian Pajak

Salah satu komponen utama penerimaan keuangan negara pada dasarnya berasal dari sektor penerimaan pajak. Apabila dihubungkan dengan kegiatan pemerintahan dalam rangka pelaksanaan pembangunan. Maka pajak memperlihatkan peranan yang penting dalam pembiayaan pembangunan. Beberapa pandangan para ahli dalam bidang perpajakan yang memberikan pengertian atau definisi yang berbeda-beda mengenai pajak, namun demikian dari berbagai definisi tersebut mempunyai arti dari tujuan yang sama.

Soemitro (2005:1) menyatakan pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara (peralihan kekayaan dari sektor partikelir kesektor pemerintahan) dengan tidak mendapat jasa imbal (*tegen prestatie*) yang langsung dapat ditunjuk dan yang digunakan untuk membiayai pengeluaran umum (*nublieke uitgaven*). Ini mengandung pengertian bahwa meskipun wajib telah memenuhi kewajiban tetapi pemerintahan tidak memberikan balas jasa langsung. Namun jasa negara tersebut diberikan secara umum yakni melalui prasarana-prasarana yang dibangun dan yang disediakan oleh pemerintahan, bukan saja bagi si pembayar pajak tetapi yang tidak membayar pajak pun dapat menikmatinya.

Pada segi lain kita melihat bahwa unsur paksaan tersebut tercermin pada adanya kenyataan bahwa pajak tersebut tidak diiringi dengan suatu imbalan bagi pembayarannya (wajib pajak). Artinya, imbalan di sini adalah prestasi yang diperoleh secara langsung sebagai akibat dari pembayaran pajak tersebut yang dimiliki nilai yang sama besar dengan nilai pembayarannya. Hal ini terlihat pada adanya pembelian-suatu barang dimana seorang pembeli akan mendapat prestasi kembali berupa jasa yang dibelinya secara langsung sebagai imbalan jumlah uang yang telah dibelanjakannya.

Seligmen (2002:6) dalam bukunya *Essay in Taxation* *tax is a compulsory contribution from the person, to the government to defray the expenses incurred in the common interest of all, without reference to special benefit conferred*. Dari definisi tersebut terlihat adanya kontribusi seseorang yang ditujukan ke negara tanpa adanya manfaat yang ditujukan secara khusus pada seseorang.

Smeets (2005:10) menyatakan bahwa pajak adalah prestasi kepada pemerintahan yang terutang melalui norma-norma umum dan yang dapat dipaksakan tanpa ada kalanya kontraprestasi yang dapat ditunjukkan dalam hal yang individual, maksudnya adalah untuk membiayai pengeluaran pemerintah. Artinya adalah pajak diperuntukkan dalam menutupi pengeluaran-pengeluaran pemerintahan berdasarkan kekuatan Undang-Undang serta aturan pelaksanaannya.

Adriani (2000:4) menyatakan bahwa pajak adalah pungutan yang dilakukan pemerintah dengan paksaan yuridis untuk memperoleh dana-dana guna membiayai pengeluaran pemerintah tanpa memberikan suatu timbal balik terhadap pungutan tersebut. Hal ini memberikan gambaran bahwa pajak diperuntukkan bagi pengeluaran-pengeluaran pemerintah yang bila dari pemasukannya masih terdapat surplus dipergunakan untuk membiayai Public Investment.

Djajadinigrat (2003:4) menyatakan bahwa pajak adalah suatu kewajiban sebagian dari kekayaan ke kas negara yang disebabkan suatu keadaan, kejadian dan perbuatan yang memberikan kedudukan tertentu, tetapi bukan sebagai hukuman. Menurut peraturan yang ditetapkan pemerintah serta dapat dipaksakan, tetapi tidak ada jasa timbal balik dari negara secara langsung untuk memelihara kesejahteraan secara umum.

Felman (2003:4) menyatakan bahwa pajak adalah prestasi yang dipaksakan sepihak oleh dan terutang kepada penguasa (menurut norma-norma yang ditetapkannya secara umum) tanpa adanya kontraprestasi dan semata-mata digunakan untuk menutup pengeluaran-pengeluaran umum.

Soemahamidjaja (2002:2) menyatakan bahwa pajak adalah iuran wajib berupa uang atau barang yang dipungut oleh penguasa berdasarkan norma-norma hukum guna menutup biaya produksi barang dan jasa kolektif dalam mencapai kesejahteraan umum. Dari definisi diatas tidak tampak istilah "Dipaksakan", karena bertitik tolak pada "Iuran Wajib", sisi

lainnya yang berhubungan dengan kontra prestasi menekankan pada mewujudkan kontra prestasi itu diperlukan pajak.

Leroy (2003:3) menyatakan bahwa pajak adalah bantuan, baik secara langsung maupun tidak yang dipaksakan oleh kekuasaan publik dari penduduk atau dari barang untuk menutup belanja pemerintah. Definisi *Deutsche Reich Abcjahen Ordnung*, dalam Brotodiharjo (2003:3) pajak adalah bantuan yang semata insidental atau secara periodik (dengan tidak ada kontraprestasinya), yang dipungut oleh badan yang bersifat umum (negara), untuk memperoleh pendapatan, dimana terjadi sesuatu Tax Bestand (sasaran pemajakan), yang karena Undang-Undang telah menimbulkan utang pajak.

Dari beberapa pengertian pajak tersebut maka unsur yang paling menonjol adalah unsur paksaan yang mempunyai arti bahwa bila hutang pajak tidak dibayar, maka hutang pajak tersebut dapat ditagih dengan menggunakan kekerasan seperti dengan menggunakan surat paksaan dan sita maupun penyanderaan terhadap wajib pajak. Konteks lain dapat dilihat bahwa suatu imbalan langsung yang diberikan oleh pemerintahan yang diberikan besarnya nilai lama dengan sejumlah uang yang dibayar oleh si pemakai jasa, maka pungutan ini disebut "Retribusi" dalam hal pungutan retribusi tidak ada paksaan untuk menjadi wajib bayar. Karena itu setiap orang yang tergolong dalam wajib bayar adalah mereka yang atas kehendak sendiri tanpa paksaan telah memperoleh/menikmati secara

langsung suatu prestasi dari pemerintah, misalnya pembayaran karcis terminal.

## **2. Jenis - Jenis Pajak**

Jenis-jenis pajak dapat dibagi dalam beberapa bagian. Akan tetapi, dalam ini penekanannya pada jenis-jenis pajak yang ada di daerah, untuk terlebih dahulu peneliti menguraikan pembagian pajak antara lain :

### ***a. Menurut Golongannya***

#### *1) Pajak Langsung*

Pajak Langsung adalah pajak yang pembebanannya harus dipikul tidak dapat dilimpahkan kepada pihak, tetapi harus menjadi beban langsung Wajib Pajak yang bersangkutan. Contoh: Pajak Penghasilan.

#### *2) Pajak Tidak Langsung*

Pajak Tidak Langsung adalah pajak yang pembebanannya dapat dilimpahkan kepada pihak lain. Contoh: Pajak Pertambahan Nilai.

### ***b. Menurut Sifatnya***

#### *1) Pajak Subjektif*

Pajak Subjektif adalah jenis pajak yang dikenakan dengan pertamanya memerhatikan keadaan pribadi Wajib Pajak (subjeknya). Setelah diketahui keadaan subjeknya barulah diperhatikan keadaan objektifnya sesuai gaya pikul apakah dapat dikenakan pajak atau tidak. Contoh: Pajak Penghasilan.

## 2) *Pajak Objektif*

Pajak Objektif adalah jenis pajak yang dikenakan dengan pertamanya memperhatikan/melihat objeknya baik berupa keadaan perbuatan atau peristiwa yang menyebabkan timbulnya pajak.

Contoh: Pajak Pertambahan Nilai.

### c. *Menurut Lembaga Pemungutannya*

#### 1) *Pajak Pusat*

Pajak Pusat adalah pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat dan digunakan untuk membiayai rumah tangga negara. Contoh: Pajak Penghasilan, Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah, Pajak Bumi dan Bangunan dan Bea Materai.

#### 2) *Pajak Daerah*

Pajak Daerah adalah pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah dan digunakan untuk biaya rumah tangga daerah. Contoh: Pajak Propinsi seperti Pajak Kendaraan Bermotor dan Kendaraan di Atas Air, sedangkan Pajak Kabupaten/Kota seperti Pajak Reklame.

### 3. **Fungsi Pajak**

Berdasarkan beberapa pengertian pajak seperti yang diuraikan terdahulu, maka jelaslah bahwa pajak mempunyai fungsi utama menurut Soedargo (2004:111) yaitu :

- a. Budgetair, pada fungsi ini lingkupnya di sektor publik dimana pajak digunakan sebagai alat untuk mengumpulkan dan guna membiayai kegiatan-kegiatan pemerintah.

- b. Regulated, pada fungsi ini dapat pula disebut fungsi mengatur atau alat untuk mengawasi, mempengaruhi, dari segi konsumen dalam usaha untuk mencapai tujuan masing-masing.

Khususnya dibidang ekonomi. Peraturan pajak dapat bertujuan mendorong pertumbuhan ekonomi produktif pada sektor tertentu ataupun juga secara keseluruhan, misalnya penurunan pajak ekspor dapat mendorong peningkatan produksi bagi pengusaha yang bergerak di sektor ekspor sehingga kemampuan kerja bertambah, mendorong meningkatnya pendapatan luar negeri.

Selain daripada itu pajak mempunyai pengaruh dalam beberapa bentuk sebagai berikut:

- a. Pajak dapat mempengaruhi pilihan konsumen.

Dalam hal ini dapat mengakibatkan konsumen cenderung untuk mengalihkan pembeliannya dari barang-barang dikenakan pajak kepada barang yang tidak dikenakan pajak apalagi bila keduanya barang substitusi.

- b. Pajak dapat pula merubah keputusan di dalam penggunaan faktor-faktor produksi yang dapat disediakan kepada konsumen, peningkatan pajak atas pendapatan faktor produksi (pekerja) pada tingkat pendapatan tertentu dapat mengakibatkan pekerja tersebut akan mengurangi kerja lemburnya.
- c. Bila mana pemilik faktor-faktor produksi bertentangan keputusannya dengan kepentingan masyarakat, maka pajak dapat digunakan untuk

membawanya *ke* dalam penyesuaian sesuai dengan apa yang diterima atau yang telah diterima.

Dari uraian diatas jelaslah bahwa pajak dengan dwi fungsinya memegang peranan penting didalam suatu negara, namun kebijaksanaan yang diambil oleh pemerintah didalam perpajakan sering kali mengalami hambatan/kesulitan berhubung adanya kecenderungan dari wajib pajak untuk menghindari kewajibannya. Beban pajak itu tidak saja dapat menimbulkan perubahan dalam pelaksanaan daya beli wajib pajak secara langsung, tetapi juga menimbulkan perubahan dalam pelaksanaan daya beli wajib pajak secara langsung tetapi juga menimbulkan reaksi.

## **B. Konsep Pajak Reklame**

### **1. Pengertian Pajak Reklame**

Pajak reklame merupakan salah satu jenis pajak yang menurut golongannya termasuk dalam pajak langsung yaitu pajak yang dikenakan berdasarkan atas surat ketetapan pajak dan pengenaannya dilakukan secara berkala serta bila ditinjau dari segi ekonomisnya maka pajak langsung adalah pajak yang beban pajaknya tidak dapat digeserkan atau dilimpahkan kepada orang lain. Pada hakekatnya pajak reklame adalah pajak yang dipungut atas reklame yang ditampilkan orang-orang atau lembaga dalam rangka memperoleh keuntungan.

Kemudian pengertian reklame itu sendiri, menurut Azhari A. Samudra (1995:225) dikatakan bahwa reklame adalah benda, alat atau perbuatan yang menurut bentuk susunan dan atau corak ragamnya

dimaksudkan untuk mencari keuntungan dipergunakannya untuk memperkenalkan, menganjurkan dan memujikan suatu barang, jasa atau seseorang ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang atau jasa seseorang yang di tempatkan atau dapat dilihat, dibaca dan atau didengar dari suatu tempat umum.

Adapun pengertian reklame berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Maros No. 13 Tahun 2011, 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. Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame dimana pengertian reklame sendiri telah diatur dalam Undang-Undang.

Dari uraian di atas, maka pemungutan pajak reklame adalah setiap kegiatan yang menarik atau memungut pajak daerah sebagai salah satu manfaat lokasi dengan kebendaan yang ada di atasnya sebesar yang ditentukan pemerintah. Dalam hal ini pemerintah daerah dan didasarkan Undang-Undang yang berlaku.

## **2. Penerapan Pajak Reklame**

Penerapan pajak reklame adalah suatu aktivitas pemungutan pajak berkaitan dengan penerimaan daerah yang bersumber dari proses penerapan perhitungan, pelaporan pajak, pengenaan tarif pajak reklame,

pemasangan reklame dengan objek pajak dan subjek pajak yang mengikuti aturan perundang-undangan mengenai pajak reklame.

### **3. Dasar Pengenaan Pajak Reklame**

Dasar pengenaan pajak reklame adalah *Nilai Sewa Reklame (NSR)*, yaitu nilai yang ditetapkan sebagai dasar perhitungan penetapan besarnya pajak reklame. Dalam hal ini reklame diselenggarakan oleh pihak ketiga. NSR ditetapkan berdasarkan nilai kontrak reklame. Sedangkan apabila reklame diselenggarakan sendiri, NSR dihitung dengan memperhatikan faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, waktu, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah dan ukuran media reklame. Dalam hal NSR tidak diketahui dan atau dianggap tidak wajar. NSR ditetapkan dengan menggunakan faktor-faktor tersebut diatas. Cara perhitungan NSR ditetapkan dengan peraturan daerah oleh kepala daerah.

Dalam peraturan daerah tentang Pajak Reklame. NSR dapat ditentukan serta dihitung berdasarkan hal-hal berikut ini:

- a. Besarnya biaya pemasangan reklame;
- b. Besarnya biaya pemeliharaan reklame;
- c. Lama pemasangan reklame;
- d. Nilai strategis lokasi; dan
- e. Jenis reklame.

Cara perhitungan NSR ditetapkan dengan Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 4 Tahun 1998. Umumnya peraturan daerah akan menetapkan bahwa NSR ditetapkan oleh Bupati/Walikota dengan

persetujuan DPRD Kabupaten/Kota yang bersangkutan dengan pedoman pada Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 170 dan Nomor 171 Tahun 1997. Nilai sewa reklame dihitung dengan rumus:

$$\text{Nilai Sewa Reklame} = \text{Nilai Jual Objek Reklame (NJOR)} + \text{Nilai Strategis Pemasangan Reklame (NSPR)}$$

Nilai Jual Objek Pajak (NJOP) adalah keseluruhan pembayaran/pengeluaran yang dikeluarkan oleh pemilik dan atau penyelenggaraan reklame, termasuk biaya/harga beli bahan reklame, konstruksi, instalasi listrik, pembayaran/ongkos perakitan, pemancaran, peragaan, penayangan, pengecatan, pemasangan dan transportasi pengangkutan dan lain sebagainya sampai dengan bangunan reklame selesai dipancarkan, diperagakan, ditayangkan dan atau terpasang ditempat yang telah diizinkan. Besarnya NJOP dihitung dengan rumus:

$$\text{NJOP} = (\text{Ukuran Reklame} \times \text{Harga Dasar Ukuran Reklame}) + (\text{Ketinggian Reklame} \times \text{Harga Dasar Ketinggian Reklame}).$$

Nilai Strategis Pemasangan Reklame yang selanjutnya disingkat (NSPR) adalah ukuran nilai yang ditetapkan pada titik lokasi pemasangan reklame tersebut, berdasarkan {criteria pada pemanfaatan tata ruang kota untuk berbagai aspek kegiatan dibidang usaha. Perhitungan nilai strategis didasarkan pada besarnya ukuran reklame, dengan indikator: Nilai Fungsi Ruang (NFR) lokasi pemasangan, Nilai Fungsi Jalan (NFJ) dan Nilai Sudut Pandang (NSP). Besarnya NSPR dihitung dengan rumus:

$NSPR = (NFR + NSP + NFJ) \times \text{Harga Dasar Nilai Strategis.}$

$NSPR = I \{ \text{Fungsi Ruang (=Bobot x Skor)} + \{ \text{Fungsi Man (= Bobot} \\ + \{ \text{Sudut Pandang (= Bobot x Skor)} \} \} \} \times \text{Harga Dasar Strategis.}$

Besarnya pajak reklame untuk reklame minuman beralkohol dan rokok ditambah 25%(dua puluh lima persen) dari nilai sewa reklame. Perhitungan diatas berlaku hanya untuk satu sisi saja, sementara apabila terdiri dari dua sisi (dapat dilihat dari sebelah depan maupun belakang), maka dikalikan dua. Untuk menghitung luas reklame sebagai dasar pengenaan pajak dilakukan dengan cara:

- a. Reklame yang mempunyai bingkai atau batas, dihitung dari bingkai atau batas paling luar dimana seluruh gambar, dihitung, kalimat, atau huruf-huruf tersebut berada didalamnya.
- b. Reklame yang tidak berbentuk persegi dan tidak berbingkai, dihitung dari gambar, kalimat, dan huruf-huruf yang paling luar dengan jalan menarik garis lurus vertikal dan horisontal, sehingga merupakan empat persegi dan
- c. Reklame yang berbentuk pola, dihitung dengan rumus berdasarkan bentuk benda masing-masing reklame.

#### **4. Subjek Pajak**

Berdasarkan Undang-Undang No. 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, subjek pajak reklame adalah orang pribadi atau badan yang menggunakan reklame. Kemudian Wajib Pajak Reklame itu sendiri adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan

reklame. Dalam hal ini reklame diselenggarakan sendiri secara langsung oleh orang pribadi atau badan. Wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau badan tersebut.

## 5. Objek Pajak

Objek pajak reklame adalah semua penyelenggaraan reklame yang dipasang di wilayah daerah. Objek pajak reklame sebagaimana yang dimaksud meliputi:

- a. Reklame *papan/billboard/videotron/megatron* dan sejenisnya
- b. Reklame kain
- c. Reklame melekat/stiker
- d. Reklame selebaran
- e. Reklame berjalan, termasuk pada kendaraan
- f. Reklame udara
- g. Reklame apung
- h. Reklame suara
- i. Reklame *film/slide* dan
- j. Reklame peragaan.

Yang tidak termasuk sebagai objek pajak reklame, yaitu :

- a. Penyelenggaraan reklame oleh Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah.
- b. Penyelenggaraan reklame melalui Televisi, Radio Pemerintah dan Warta Harian, Mingguan, Bulanan dan Internet.

## 6. Perhitungan Pajak Reklame

Besar pokok pajak reklame yang terhutang dihitung dengan cara mengalihkan tariff pajak dengan dasar pengenaan pajak . Secara umum perhitungan pajak reklame adalah:

$$\text{Pajak Terhutang} = \text{Tarif Pajak} \times \text{Dasar Pengenaan Pajak} = \text{Tarif Pajak} \times \text{Nilai Sewa Reklame.}$$

## 7. Masa Pajak, Tahun Pajak, Saat Terutang Pajak, dan Wilayah Pemungutan Pajak Reklame

Pada pajak reklame adalah masa pajak merupakan jangka waktu yang lamanya sama dengan satu bulan takwim atau jangka waktu lain yang ditetapkan dengan keputusan Bupati/Walikota. Dalam pengertian masa pajak bagian dari bulan dihitung satu bulan penuh. Tahun pajak adalah jangka waktu yang lamanya satu tahun takwim kecuali wajib pajak menggunakan tahun buku yang tidak sama dengan tahun takwim. Umumnya masa pajak adalah jangka waktu tertentu yang lamanya sama dengan jangka waktu penyelenggaraan reklame. Penetapan masa pajak yang tidak hanya satu bulan takwim contoh:

- a. Masa pajak untuk jangka waktu yang lamanya satu tahun ditetapkan bagi pajak reklame jenis megatron, vidiotron (dynamics board, video wall); billboard/papan (bando jalan, jembatan penyeberangan orang, papan, neonsign, neon box); reklame berjalan/kendaraan; dan reklame suara/permanen.

- b. Masa pajak untuk jangka yang lamanya satu bulan ditetapkan bagi Pajak Reklame jenis reklame melekat (template, poster, dan stiker), reklame udara/balon, film/slide, dan reklame peragaan (permanen).
- c. Masa pajak untuk jangka waktu yang lamanya untuk satu hari - ditetapkan bagi pajak reklame jenis baligo dan kain/spanduk/umbul-umbul/banner.
- d. Masa pajak untuk jangka waktu yang lamanya satu kali penyelenggaraan ditetapkan bagi pajak reklame jenis selebaran/brosur/leaflet, reklame suara (tidak permanen), dan reklame peragaan (tidak permanen).

Pajak yang terutang merupakan Pajak Reklame yang harus dibayar oleh wajib pajak pada suatu saat, dalam masa pajak, atau dalam tahun pajak menurut ketentuan peraturan daerah tentang pajak reklame yang ditetapkan oleh pemerintahan daerah kabupaten/kota setempat. Saat pajak terutang dan masa pajak ditentukan menurut keadaan, yaitu pada saat penyelenggaraan reklame.

Pajak reklame yang terutang dipungut di wilayah kabupaten/kota tempat reklame berlokasi. Hal ini terkait dengan kewenangan pemerintah kabupaten/kota yang hanya terbatas atas setiap reklame yang berlokasi dan terdaftar dalam lingkup wilayah administrasinya.

## **8. Dasar Hukum Pemungutan Pajak**

Pemungutan pajak reklame di Indonesia saat ini didasar pada dasar hukum yang jelas dan kuat sehingga harus dipatuhi oleh masyarakat dan

pihak yang terkait. Dasar pemungutan pajak reklame pada suatu kabupaten atau kota yaitu:

1. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
2. Undang-Undang Nomor 43 Tahun 2000 yang merupakan perubahan atas Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
3. Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 tentang Pajak Daerah.
4. Peraturan Daerah Kabupaten/Kota yang mengatur tentang Pajak Reklame.
5. Keputusan Bupati/Walikota yang mengatur tentang Pajak Reklame sebagai aturan pelaksanaan peraturan daerah tentang pajak reklame pada kabupaten/kota yang dimaksud.

## **C. Konsep Reklame**

### **1. Pengertian Reklame**

Berbagai penulis telah berusaha untuk menyatakan dengan kata-kata, tetapi hakikat reklame adalah demikian kompleks dan bidang-bidang yang dipengaruhinya adalah demikian luas dan jumlah-jumlah aktivitas yang dicakup adalah demikian banyaknya, sehingga sampai sekarang belum dicapai definisi yang merumuskan. Barledan Hollander (2000:5) mengatakan bahwa reklame adalah merupakan suatu kekuatan yang menarik yang ditujukan kepada kelompok pembeli tertentu, dimana dilaksanakan oleh produsen atau pedagang agar supaya dengan demikian

dapat dipengaruhi penjual barang-barang atau jasa-jasa dengan cara yang menguntungkan baginya. Sedangkan Berkhoumer (2000:6) mengemukakan bahwa reklame adalah setiap pernyataan yang secara sadar ditunjukkan kepada publik dalam bentuk apapun juga yang dilakukan oleh seorang peserta lalu lintas perniagaan yang diarahkan ke arah sasaran memperbesar penjualan barang-barang atau jasa-jasa yang dimasukkan oleh pihak yang berkepentingan dalam lalu lintas perniagaan.

## **2. Fungsi Reklame**

Semua aktivitas yang menyebabkan dicapainya barang-barang dan jasa-jasa oleh para konsumen dari para produsen dapat dinyatakan sebagai distribusi dan reklame merupakan bagian di dalamnya. Tanpa reklame, maka aneka macam produk yang dihasilkan oleh perusahaan atau industri tidak akan tercapai hasil atau target yang diharapkan, maka dapatlah kiranya dimengerti bahwa reklame merupakan suatu alat yang efektif. Reklame dapat memenuhi fungsi ekonomi oleh karena reklame :

- a. Membantu memberikan penerangan kepada pihak konsumen.
- b. Membantu memperbesar produksi hingga meratakan jalan untuk produksi dalam jumlah besar.
- c. Memperbesar kecepatan perputaran dalam bidang perniagaan eceran dan dengan demikian menurunkan biaya-biaya distribusi persatuan produk.

### 3. Jenis-Jenis Reklame

Menurut jenisnya. Reklame dapat dibagi dalam beberapa jenis, yaitu :

#### a. Reklame Megatron

Reklame Megatron adalah jenis reklame yang menampilkan • teks, grafik dan gambar statis atau bergerak yang terprogram melalui perangkat elektronik seperti megatron yang ditampilkan pada layar monitor atau sejenisnya.

#### b. Reklame Videotron

Reklame Videotron adalah jenis reklame yang memancarkan teks, gratis, gambar atau gambar hidup yang terprogram melalui perangkat elektronik seperti videotron, yang ditampilkan/ditayangkan pada layar monitor atau sejenisnya.

#### a. Reklame Billboard

Reklame Billboard adalah jenis reklame yang menggunakan bahan dari kayu dan atau logam, fibre glass, plastic, kaca, batu ataupun bahan lain yang dipasang pada tempat yang disediakan, baik berdiri sendiri maupun yang dipasang pada bingkai / rangka/panggung, atau digantung pada bangunan/alat lain.

#### b. Reklame Papan

Reklame Papan adalah jenis reklame yang menggunakan bahan dari kayu dan atau logam, fibre glass, plastik, kaca, batu

ataupun bahan lain yang dilekat, ditempel pada bangunan atau menyatu dengan bangunan.

**c. Reklame Ballyhod**

Reklame Ballyhod adalah jenis reklame yang menggunakan bahan dari kayu dan atau bahan lain, seperti tripleks, kertas, karton, yang dipasang dengan cara berdiri sendiri atau disandarkan pada penyanggah, tembok, dinding, pagar, pohon, tiang yang dipasang bersifat sementara.

**d. Reklame Kain**

Reklame Kain adalah jenis reklame yang menggunakan bahan dari kain dan atau plastik, karet, terpal ataupun sejenisnya.

**e. Reklame Melekat atau Sticker**

Reklame Melekat atau Sticker adalah jenis reklame menggunakan bahan dari plastik, kertas, karton, atau sejenisnya yang berbentuk lembaran lepas diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan atau dapat diminta untuk ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda pribadi atau milik orang lain, dengan ketentuan luasnya tidak lebih  $100 \text{ cm}^2$ , (seratus centimeter persegi) perlembar.

**f. Reklame Selebaran**

Reklame Selebaran adalah jenis reklame yang menggunakan bahan dari kertas, karton, plastik, foto atau sejenisnya yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan

cara disebarikan, diberikan atau dapat diminta untuk ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda milik pribadi atau milik orang lain, dengan ketentuan luasnya tidak lebih dari 100 cm<sup>2</sup>, (seratus centimeter persegi) perlembar.

**g. Reklame Berjalan**

Reklame Berjalan adalah jenis reklame yang diselenggarakan dengan cara membawa reklame berkeliling yang dibawa oleh pejalan kaki atau reklame yang ditempatkan, ditempelkan pada semua jenis kendaraan baik yang digunakan di darat maupun di atas air.

**h. Reklame Udara**

Reklame Udara adalah jenis reklame yang diselenggarakan diudara, baik dengan menggunakan balon, pesawat maupun alat lain.

**i. Reklame Suara**

Reklame Suara adalah jenis reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari alat elektronik.

**j. Reklame Film atau Slide**

Reklame Film atau Slide adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara menggunakan film negatif atau positif, kaca atau bahan lain, yang diproyeksikan, dipancarkan dan

ditampilkan pada layer, benda lain, termasuk pada layer monitor atau layer televisi.

#### **k. Reklame Peragaan**

Reklame Peragaan adalah jenis reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang, baik dengan menggunakan alat peraga maupun orang, yang ditempatkan didalam ruangan yang bersifat sementara atau diluar ruangan.

#### **4. Syarat-Syarat Reklame**

Masih belum ada kata sepakat tentang bagaimana suatu reklame yang baik. Pada umumnya orang cenderung untuk menerima bahwa untuk suksesnya suatu reklame haruslah dipenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

- a. Menyolok, dimaksudkan menyolok adalah mudah terlihat karena tempatnya yang spesifik.
- b. Reklame yang menarik dapat memungkinkan oleh kombinasi warna, penggunaan huruf dan penggunaan lelucon yang what,
- c. Sesuatu reklame yang menimbulkan kesan yang mendalam kepada orang yang melihat, mendengar atau membacanya.

Selain dari ketiga syarat diatas, adapun syarat-syarat lain yang perlu dipenuhi oleh setiap reklame, yaitu :

- a. Sesuatu reklame haruslah jujur agar konsumen tidak merasa kecewa.
- b. Sesuatu reklame haruslah mudah dimengerti oleh calon pembeli dan kalimat-kalimatnya singkat.

- c. Reklame harus disusun sedemikian rupa hingga bukan saja dihormatinya Undang-Undang, tetapi pula norma-norma moral dan etis negara dimana reklame tersebut diadakan.
- d. Reklame yang dapat merugikan reklame lain, hendaknya jangan diperkenankan.
- e. Reklame tidak boleh berisikan pernyataan yang demikian berlebihan, hingga akhirnya menyebabkan timbulnya perasaan kecewa pada pihak pembeli.

#### **D. Pajak Daerah**

Undang-Undang No. 33 Tahun 2004 berisikan bahwa sumber Pendapatan Daerah terdiri dari:

1. Pendapatan Asli Daerah yang berasal dari hasil pajak daerah dan retribusi daerah, hasil perusahaan milik daerah, dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah.
2. Dana perimbangan.
3. Pendapatan lain-lain.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 dalam Siahaan (2005:52) Pajak Daerah, yang selanjutnya disebut pajak adalah iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan kepada daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah.

Setiawan (2006:349) menyatakan bahwa pajak daerah adalah pungutan daerah yang berdasarkan pada peraturan yang ditetapkan guna pembiayaan pengeluaran daerah sebagai badan hukum publik. Artinya dalam pemungutan pajak daerah hukum publik merupakan bagian dari tata tertib yang mengatur hubungan antara pemerintah dan rakyatnya, dimana termuat di dalamnya tata cara pemerintah mengatur dan menentukan ketentuan-ketentuan pajak yang akan dikenakan kepada orang pribadi atau badan.

Prakoso (2005:1) pajak daerah adalah pajak-pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah yang diatur berdasarkan peraturan daerah masing-masing dan hasil pemungutannya digunakan untuk pembiayaan rumah tangga daerah.

Mardiasmo (2004:98) menyatakan pajak daerah adalah iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan tanpa imbalan langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-perundangan yang berlaku, yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintahan daerah dan pembangunan daerah. Artinya, bahwa hasil pajak daerah yang dipungut dari orang pribadi atau badan tidak seimbang dengan pembiayaan dalam penyelenggaraan dan pembangunan daerah, dimana terdapat aturan yang mengikat antara kebijakan dan kepentingan pemerintah dalam mengelola pajak tersebut.

Suandy (2005:236) menyatakan pajak daerah adalah iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan kepada daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan berdasarkan Peraturan Perundang-undangan yang berlaku, yang digunakan untuk membiayai

penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan dan diberikan oleh pemerintah daerah untuk kepentingan orang pribadi atau badan. Adapun pengertian perusahaan daerah menurut Undang-Undang No. 5 Tahun 1974 disebutkan bahwa Perusahaan Daerah (PD) adalah suatu badan usaha yang dibentuk oleh daerah untuk mengembangkan perekonomian daerah dan untuk menambah penghasilan daerah.

Dari beberapa rumusan pengertian yang diuraikan di atas, dapatlah dirumuskan suatu batasan pengertian berkenaan dengan Pendapatan Asli Daerah adalah pungutan daerah menurut peraturan daerah yang ditetapkan oleh daerah untuk membiayai rumah tangganya sebagai badan hukum publik.

#### **E. Pendapatan Asli Daerah\**

Kebijakan keuangan daerah untuk meningkatkan PAD sebagai sumber utama pendapatan daerah yang dapat dipergunakan oleh daerah dalam melaksanakan pemerintahan dan pembangunan daerah sesuai kebutuhannya. Adanya ketergantungan pemerintah daerah pada sumbangan dan bantuan pemerintah pusat sebagai wujud ketidak berdayaan PAD dalam membiayai Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD). Selama ini ternyata pengeluaran rutin dan pembangunan daerah dan masih mengandalkan sumbangan dan bantuan dari pemerintah pusat akibatnya kemandirian pemerintah daerah dalam pembangunan belum dimiliki. Setiap daerah bertanggung jawab berusaha untuk memanfaatkan segala potensi daerah yang dimilikinya. Dalam hal penyelenggaraan tugas pemerintahan dan

pembangunan di daerah, maka potensi daerah yang dimaksudkan adalah potensi sumber keuangan yang merupakan hak daerah untuk dikembangkan. Sehubungan dengan hal tersebut dalam Undang-Undang No. 28 Tahun 2009 tentang Pemerintahan Daerah terdiri atas :

1. Pendapatan Asli Daerah, yaitu :
  - a. Hasil pajak daerah
  - b. Hasil retribusi daerah
  - c. Hasil perusahaan milik daerah, dan hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan.
  - d. Lain-lain Pendapatan Asli Daerah yang sah.
2. Dana Perimbangan.
3. Pinjaman Daerah, dan
4. Lain-lain Pendapatan Daerah yang sah.

Pendapatan Asli Daerah memang sebenarnya sangat diharapkan dapat menjadi alternatif utama untuk memperoleh tambahan dana yang dapat digunakan dalam membiayai berbagai keperluan pengeluaran bagi kegiatan-kegiatan daerah yang ditentukan sendiri oleh daerah khususnya keperluan rutin. Semakin banyak kebutuhan daerah dapat dibiayai dengan PAD, maka berarti semakin dapat diandalkan bahkan diharapkan dapat meningkat secara riil. Oleh karena itu, peningkatan pendapatan daerah tersebut merupakan hal yang dikehendaki setiap daerah.

Dalam usaha peningkatan PAD sebenarnya dapat dilihat secara lebih luas, tidak hanya ditinjau dari segi daerah masing-masing tetapi dalam

kaitannya dengan kesatuan perekonomian Indonesia. Pendapatan Asli Daerah sendiri dianggap sebagai alternatif untuk memperoleh tambahan dana yang dapat dipergunakan untuk berbagai keperluan pengeluaran yang ditentukan oleh sendiri khususnya keperluan rutin.

Pendapatan Daerah dalam hal ini PAD sebagai salah satu sumber dana pembiayaan pembangunan pada kenyataannya belum cukup memberikan sumbangan bagi pembangunan daerah. Hal ini mengharuskan pemerintah daerah menggali dan meningkatkan pendapatan daerah terutama sumber PAD.

## **F. Efektifitas dan Efisiensi**

### **1. Pengertian Efektifitas**

Pengertian efektifitas yang umum menunjukkan pada taraf tercapainya hasil, dalam bahasa sederhana hal tersebut dapat dijelaskan bahwa : efektifitas dari pemerintah daerah adalah bila tujuan pemerintah daerah tersebut dapat dicapai sesuai dengan kebutuhan yang direncanakan. Sesuai dengan Permendagri Nomor 13 Tahun 2006, efektifitas adalah pencapaian hasil program dengan target yang telah ditetapkan, yaitu dengan cara membandingkan keluaran dengan hasil.

Secara umum efektifitas adalah cara untuk mengetahui ukuran keberhasilan perangkat usaha dalam dan kegiatan dalam pencapaian target yang telah ditetapkan, secara teoritis dapat diukur dengan membandingkan realisasi penerimaan dengan potensi atau target penerimaan daerah. Dan analisa dalam bentuk komparatif.

Hubungan antara sistem dengan efektifitas adalah suatu hal yang sangat penting dimana suatu sistem atau kerangka dari prosedur-prosedur yang saling berhubungan dan disusun sesuai dengan skema yang menyeluruh untuk melaksanakan kegiatan atau fungsi utama dari kegiatan atau fungsi utama dari perusahaan dijalankan sesuai dengan aturan yang berlaku maka dapat kita mengetahui ukuran keberhasilan suatu usaha atau kegiatan dalam pencapaian suatu target yang telah ditentukan dan dapat membandingkan realisasi dengan mempertimbangkan potensi atau target yang telah ditentukan sebelumnya.

## **2. Pengertian Efisiensi**

Sesuai dengan Permendagri Nomor 13 Tahun 2006, efisiensi adalah hubungan antara masukan dan keluaran, efisiensi merupakan ukuran apakah penggunaan barang dan jasa yang dibeli dan digunakan oleh organisasi perangkat pemerintahan untuk mencapai tujuan organisasi perangkat pemerintahan dapat mencapai manfaat tertentu. Efisiensi juga mengandung beberapa pengertian antara lain :

- a. Efisiensi pada hasil dijelaskan dengan konsep masukan-keluaran (input-out put).
- b. Efisiensi pada sektor pelayanan masyarakat adalah suatu kegiatan yang dilakukan dengan pengorbanan seminimal mungkin; atau dengan kata lain suatu kegiatan telah dikerjakan secara efisien jika pelaksanaan pekerjaan tersebut telah mencapai sasaran dengan biaya

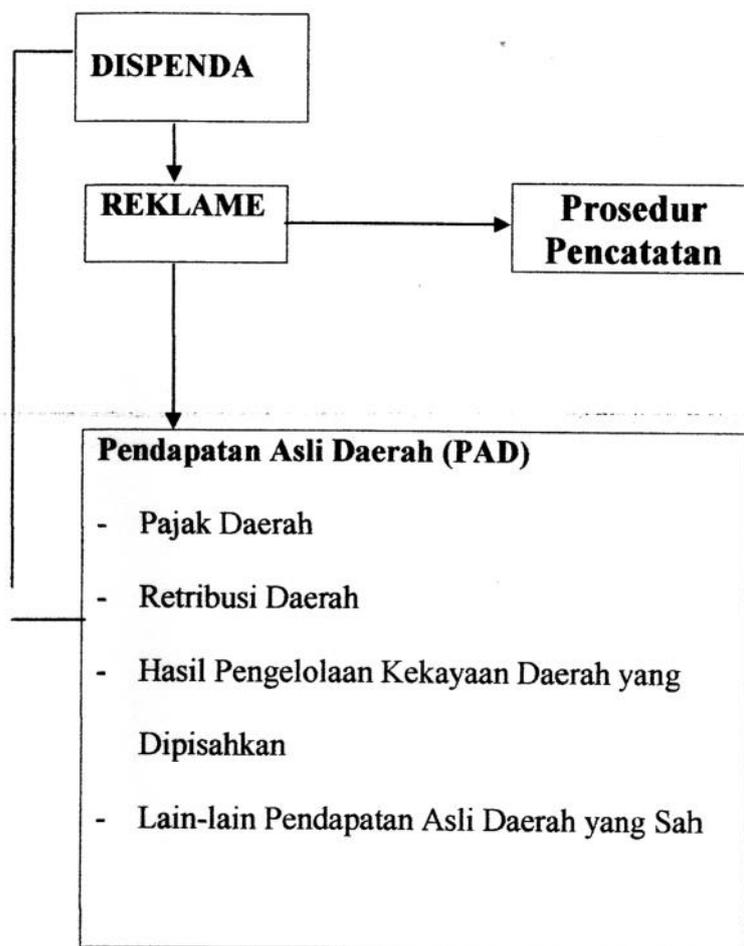
yang terendah atau dengan biaya minimal diperoleh hasil yang diinginkan.

- c. Efisiensi penyelenggaraan pemerintahan daerah dapat dicapai dengan memperhatikan aspek hubungan dan tata kerja antar instansi pemerintah daerah dengan memanfaatkan potensi dan keanekaragaman suatu daerah.

Adapun faktor-faktor penentu efisiensi adalah :

- a. Faktor teknologi pelaksanaan pekerjaan.
- b. Faktor struktur organisasi yaitu susunan yang stabil dari jabatan-jabatan baik itu struktural maupun fungsional.
- c. Faktor sumber daya manusia seperti tenaga kerja, kemampuan kerja, maupun sumber daya fisik seperti peralatan kerja, tempat bekerja serta dana keuangan.
- d. Faktor dukungan kepada aparaturnya dan pelaksanaannya baik pimpinan maupun masyarakat.
- e. Faktor pimpinan dalam arti kemampuan untuk mengkombinasikan keempat faktor tersebut kedalam suatu usaha yang berdaya guna dan berhasil guna untuk mencapai sasaran yang dimaksud.

### Kerangka Pikir



### G. Hipotesis

Sebagai jawaban sementara dari rumusan masalah yang diuraikan sebelumnya, maka penelitian menguraikan hipotesis dalam penelitian ini diduga bahwa perlakuan Akuntansi atas Pajak Reklame dalam sistem Pengakuan Pendapatan Asli Daerah (PAD) kota Makassar.

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Daerah dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Ibu Kota Kabupaten Maros yang berjarak ± 30 km dari Kota Makassar Ibu Kota Propinsi Sulawesi Selatan. Tepatnya di Kantor Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Maros yang berlokasi Jln. Pettarani dan waktu penelitian diperkirakan berlangsung selama kurang lebih 3 bulan. Terhitung bulan Januari 2013 s/d Maret 2013.

##### **B. Metode Pengumpulan Data**

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan penulis adalah sebagai berikut:

1. Observasi (Pengamatan Langsung)

Yaitu penelitian yang dilakukan dengan jalan mengadakan pengamatan secara langsung dalam proses kegiatan melayani masyarakat dalam menyetorkan pajaknya.

2. Interview

Yaitu suatu cara pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab yang berkaitan dengan obyek penelitian serta melihat dengan materi-materi wawancara dengan responden yang terkait yang dianggap mampu memberikan data maupun informasi.

### 3. Dokumentasi

Yaitu mengumpulkan data-data yang dapat dijadikan sebagai bahan penelitian yang berasal dari arsip-arsip yang dimiliki Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Maros.

### **C. Jenis dan Sumber Data**

Adapun jenis-jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data kuantitatif yaitu data-data penelitian yang dikumpulkan selama proses penelitian yang tertuang dalam bentuk angka-angka.
2. Data kualitatif yaitu data-data yang dikumpulkan dari artikel-artikel yang berisikan aturan-aturan, yang datanya dalam bentuk tulisan.

Sedangkan sumber data-data penelitian ini adalah:

1. Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari Kantor Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Maros dengan jalan mengadakan wawancara.
2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dengan jalan mengumpulkan dokumen-dokumen yang ada dalam lembaga tersebut yaitu berupa bukti tarif pajak reklame.

### **D. Metode Analisis**

Adapun metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptif yaitu menganalisis/ menggambarkan perkembangan yang terjadi dengan peningkatan PAD dalam kurun waktu 5 (lima) tahun terakhir ini dari tahun 2008 s/d 2012, dengan cara menganalisis tarif Pajak Reklame 5 tahun terakhir

terhadap pendapatan asli daerah pada Kantor Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Maros. Berikut ini cara perhitungan penetapan tarif pajak sebagai berikut :

a. Tarif Pajak x Nilai Sewa Reklame

b. Nilai Sewa Reklame = NJOPR x NSL

c. Nilai Strategis = NSL + NJOPR

d. Kontribusi Pajak Reklame =  $\frac{\text{Penerimaan Pajak Reklame}}{\text{Pendapatan Asli Daerah}} \times 100\%$

Keterangan :

NJOPR : Nilai Jual Objek Pajak Reklame

NSL : Nilai Strategis Lokasi

## **BAB IV**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **A. Sejarah Singkat Dinas Pendapatan Kota Makassar**

Sebelum terbentuknya Dinas Pendapatan Kotamadya Tingkat II Makassar, Dinas Pasar, Dinas Air Minum dan Dinas Penghasilan Daerah dibentuk berdasarkan Surat Keputusan Walikotamadya Nomor 155/Kep/A/V/1973 Tanggal 24 Mei 1973 terdiri dari beberapa Sub Dinas Pemeriksaan Kendaraan Tidak Bermotor dan Sub Dinas Administrasi.

Dengan adanya keputusan Walikotamadya Keputusan Daerah Tingkat II Ujung Pandang Nomor 74/S/Kep/A/V1977 Tanggal 1 April 1977 bersama dengan surat Edaran Menteri Dalam Negeri Nomor 3/12/43 Tanggal 9 September 1975 dan Instruktur Menteri Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Sulawesi Selatan tanggal 25 Oktober 1975 Nomor Keu/3/22/33 tentang pembentukan Dinas Pendapatan Daerah Kotamadya Ujung Pandang telah disempurnakan dan ditetapkan perubahan namanya menjadi Dinas Penghasilan Daerah yang kemudian menjadi unit-unit yang menangani sumber-sumber keuangan daerah seperti Dinas Perpajakan, Dinas Pasar dan Sub Dinas Pelelangan Ikan dan semua Sub-sub Dinas dalam unit penghasilan daerah yang tergabung dalam unit penghasilan daerah dilebur dan dimasukkan pada unit kerja Dinas Pendapatan Daerah Kotamadya Ujung Pandang, seiring dengan adanya perubahan Kotamadya Ujung Pandang menjadi Kota Makassar, secara otomatis nama Dinas Pendapatan Daerah Kotamadya Ujung Pandang berubah menjadi Dinas Pendapatan Kota Makassar.

## **B. Visi dan Misi Dispenda Kota Makassar**

### 1. Visi DIPSENDA Kota Makassar

Dinas Pendapatan, Prima dalam Pelayanan dan Unggul dalam Pengelolaan Pendapatan Daerah.

### 2. Misi Dispenda Kota Makassar

- a. Menggali sumber-sumber PAD secara optimal;
- b. Menyempurnakan system pengelolaan PAD;
- c. Meningkatkan koordinasi;
- d. Menyusun/merevisi kembali Peraturan Daerah;
- e. Meningkatkan pengawasan pengelolaan pendapatan daerah;
- f. Meningkatkan kemampuan Sumber Daya Manusia;
- g. Melakukan evaluasi secara berkala;
- h. Menyediakan sarana dan prasarana yang memadai; dan
- i. Meningkatkan penyuluhan, pelayanan, dan pengawasan agar terbina kesadaran Wajib Pajak/Wajib Retribusi.

## **C. Struktur Organisasi Dispenda Kota Makassar**

Struktur Organisasi Dinas Pendapatan Kota Makassar terdiri dari:

1. Kepala Dinas
2. Bagian Tata Usaha

Membawahi dua sub bagian yang terdiri dari:

- a. Sub bagian Umum dan Kepegawaian
- b. Sub bagian Keuangan dan Perlengkapan

3. Bidang Pendataan

Membawahi dua sub bagian yang terdiri dari:

- a. Seksi Pendaftaran dan Pendataan
- b. Seksi Dokumentasi dan Pusat Data Elektronik (PDE)

4. Bidang Penetapan

Membawahi dua sub bagian yang terdiri dari:

- a. Seksi Analisa dan Perhitungan
- b. Seksi Penerbit SKAPD/SKPR

5. Bidang Penagihan dan Pembukuan

Membawahi dua sub bagian yang terdiri dari:

- a. Seksi Penagihan
- b. Seksi Pembukuan

6. Bidang Pengembangan, Peningkatan Pendapatan dan Pengendalian

Membawahi dua sub bagian yang terdiri dari:

- a. Seksi Pengembangan, Peningkatan Pendapatan dan pengendalian
- b. Seksi Evaluasi, Hukum dan Perundang-undangan

7. UPTD (Unit Pelaksanaan Teknis Daerah)

**D. Uraian Tugas Pada Kantor Dinas Pendapatan Kota Makassar**

1. Kepala Dinas

Merencanakan, merumuskan dan mengembangkan, mengkoordinasi, mengendalikan tugas desentralisasi, dekonsentrasi dan tugas pembantu di bidang pendapatan.

## 2. Bagian Tata Usaha

### a. Sub Bagian Umum dan Kepegawaian

Sub Bagian Umum dan Kepegawaian menyelenggarakan fungsi sebagai berikut: Melaksanakan penyusunan rencana kerja sesuai tugas pokok dan fungsinya, Mengatur pelaksanaan kegiatan sebagian urusan ketatausahaan meliputi surat-menyurat, kearsipan, surat perjalanan dinas, mendistribusi surat sesuai bidang, Melaksanakan urusan kerumahtanggaan dinas, Melaksanakan usulan kenaikan pangkat, mutasi, dan pension, Melaksanakan usulan gaji berkala, usul tugas belajar, Menghimpun dan mensosialisasi peraturan perundang-undangan dibidang kepegawaian dalam lingkup dinas, Menyiapkan bahan penyusunan standarisasi meliputi bidang kepegawaian, pelayanan, organisasi dan ketatalaksanaan, Melakukan koordinasi dengan unit kerja lain yang berkaitan dengan bidang tugasnya, Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh atasan dan Menyusun laporan lain.

### b. Sub bagian Keuangan dan Perlengkapan

1) Menyusun rencana, membagi tugas, member petunjuk dan menilai pelaksanaan tugas bawahan pada sub bagian keuangan dan perlengkapan serta melaksanakan pelayanan administrasi urusan keuangan dan perlengkapan.

2) Sub Bagian Keuangan Dan Perlengkapan menyelenggarakan Fungsi: Melaksanakan penyusunan rencana kerja sesuai tugas

pokok dan fungsinya, Mengumpulkan dan menyusun Rencana Kerja Satuan Kerja Perangkat Daerah, Mengumpulkan dan menyiapkan bahan Penyusunan Rencana Anggaran Satuan Kerja (RASK) dan Dokumen Anggaran Satuan Kerja (DAKS) dan masing-masing satuan kerja sebagai bahan konsultasi Perencanaan ke Bapenda, Menyusun realisasi perhitungan anggaran dan administrasi perbendaharaan dinas, Menyusun rencana kebutuhan barang perlengkapan Dinas, Membuat laporan inventaris barang dan tata administrasi perlengkapan, Mengumpulkan dan menyiapkan bahan laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi dari masing-masing kerja, Melakukan koordinasi dengan unit kerja lain yang berkaitan dengan bidang tugasnya. Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh atasan dan Menyusun laporan hasil pelaksanaan tugas.

### 3. Bidang Pendataan

#### a. Seksi Pendaftaran dan Pendataan

- 1) Seksi pendaftaran dan pendataan mempunyai tugas menyusun rencana memberi petunjuk dan menilai pelaksanaan kegiatan staf serta menyiapkan bahan pendaftaran dan Pendataan Wajib Pajak dan Wajib retribusi daerah sesuai ketentuan yang berlaku.
- 2) Seksi Pendaftaran dan Pendataan menyelenggarakan fungsi; Melaksanakan penyusunan rencana kerja sesuai tugas pokok dan fungsinya Menyiapkan, penyusunan bahan pelaksanaan

pendaftaran dan pendataan serta pemeriksaan Wajib Pajak dan Retribusi, Mendistribusikan formulir dan melaksanakan kegiatan pendaftaran dan Pendataan Wajib Pajak dan Wajib Retribusi, Menginventarisir formulir pendaftaran yang telah diisi oleh Wajib Pajak Daerah dan Wajib Retribusi, Membuat laporan tentang formulir pendaftaran yang belum dan sudah diterima, Memberikan nomor pendaftaran, Nomor Pokok Wajib Pajak Daerah (NPWPD), Nomor Pokok Wajib Retribusi Daerah (NPWRD), Menghimpun dan mencatat data objek dan subjek pajak, retribusi daerah dan pendapatan-pendapatan lainnya. Melakukan pendaftaran pendataan, pemeriksaan lapangan objek dan subjek Pajak dan Retribusi Daerah dan pendapatan daerah lainnya, Membuat buku induk pajak dan retribusi daerah dan pendapatan daerah lainnya, Mengirim kartu data kebidang penetapan sebagai bahan penerbitan surat ketetapan, Melakukan koordinasi dengan unit kerja lain yang berkaitan dengan bidang tugasnya, Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh atasan dan Menyusun laporan hasil pelaksanaan tugas.

b. Seksi Dokumentasi dan Pusat Data Elektronik (PDE)

- 1) Menyiapkan bahan penyimpanan dan pemeliharaan data wajib pajak dan wajib retribusi daerah serta memelihara perangkat pengelolaan data.

2) Dokumentasi dan Pusat Data Elektronik menyelenggarakan fungsi, Melaksanakan penyusunan rencana kerja sesuai tugas pokok dan fungsinya, Menghimpun, mengelolah dan menyusun data pendaftaran dan pendataan wajib pajak dan wajib retribusi daerah baik secara manual maupun elektronik, Menghimpun dan mencetak data wajib pajak dan wajib retribusi daerah dan pendapatan daerah lainnya, Memelihara Buku Induk Wajib Pajak dan Wajib Retribusi Daerah melalui perangkat data elektronik, Membuat kartu dan memberikan kartu pengenal Nomor Pokok Wajib Pajak Daerah (NPWPD) dan Nomor Pokok Wajib Distribusi Daerah (NPWRD), Melakukan penyimpanan arsip surat-surat perpajakan dan retribusi daerah yang berkaitan dengan pendaftaran dan pendataan, Melakukan penyimpanan dan pemeliharaan Kartu Data Wajib Pajak dan Retribusi Daerah lainnya.

#### 4. Bidang Penetapan

##### a. Seksi analisa dan perhitungan

- 1) Menyusun rencana, memberikan petunjuk dan penilaian pelaksanaan kegiatan staf serta melakukan analisis perhitungan penetapan pajak dan retribusi daerah serta sumber pendapatan lainnya.
- 2) Analisa dan perhitungan menyelenggarakan fungsi; Melaksanakan penyusunan rencana kerja sesuai tugas pokok dan fungsinya, Melakukan analisis terhadap data objek pajak untuk menghitung

besarnya jumlah pajak yang harus dibayar oleh wajib pajak dan retribusi daerah serta sumber pendapatan lainnya, Membuat nota perhitungan penetapan atas pajak dan retribusi daerah serta sumber pendapatan lainnya, Meneliti dan menandatangani hasil perhitungan pajak dan retribusi daerah serta sumber pendapatan lainnya, Melakukan pembinaan dan evaluasi prestasi kerja staf, Melakukan koordinasi dengan unit kerja lain yang berkaitan dengan bidang tugasnya, Menyusun laporan hasil pelaksanaan tugas.

b. Seksi Penerbitan SKPD/SKPR.

- 1) Menyusun rencana, memberi petunjuk dan menilai pelaksanaan kegiatan staf serta melaksanakan legalisasi penerbitan Surat Keterangan Pajak Daerah (SKPD) dan Surat Keterangan Retribusi Daerah (SKRD) serta sumber pendapatan lainnya.
- 2) Seksi Penertiban dan Surat Ketetapan menyelenggarakan fungsi, Melaksanakan penyusunan rencana kerja sesuai tugas pokok dan fungsinya, Memberikan surat ketetapan pajak dan retribusi daerah serta sumber pendapatan lainnya, Mendistribusikan Surat Ketetapan Pajak dan Retribusi Daerah, Mengolah data dan membuat daftar himpunan pokok pajak dan retribusi daerah, Melakukan legalisasi alat pembayaran/Benda Berharga (BB) Pajak dan Retribusi Daerah, Melakukan pembinaan dan evaluasi kerja staf, Melakukan koordinasi dengan unit kerja lain yang berkaitan

dengan bidang tugasnya, Menyusun laporan hasil pelaksanaan tugas.

5. Bidang Penagihan dan Pembukuan

a. Seksi Penagihan

- 1) Menyusun rencana, memberi petunjuk dan menilai pelaksana kegiatan serta melaksanakan pengendalian kegiatan penagihan, pembinaan dan penegakan hukum.
- 2) Seksi penagihan menyelenggarakan fungsi, Melaksanakan penyusunan rencana kerja sesuai tugas pokok dan fungsinya, Melakukan pemantauan terhadap wajib pajak dan retribusi daerah yang masa pajaknya telah jatuh tempo, Memperingati Wajib Pajak dan Retribusi Daerah yang lalai melaksanakan kewajibannya, Melakukan Penegakan Hukum terhadap Wajib Pajak dan Retribusi Daerah yang melanggar peraturan daerah tentang pajak dan retribusi daerah, Melakukan Pengendalian Penagihan terhadap Wajib Pajak dan Retribusi Daerah, Membuat Surat Panggilan, Surat Teguran dan Surat Tagihan Paksa terhadap Wajib Pajak dan Retribusi Daerah yang menunggak, Melayani permohonan keberatan banding dan angsuran, Melakukan Pembinaan -dan Evaluasi terhadap hasil kerja staf, Melakukan koordinasi dengan unit kerja lain yang berkaitan dengan unit tugasnya dan Menyusun laporan hasil kerja pelaksanaan tugas.

b. Seksi pembukuan

- 1) Menyusun rencana memberi petunjuk dan menilai pelaksanaan kegiatan Staf serta Administrasi Pembukuan;
- 2) Seksi Pembukuan menyelenggarakan fungsi, Membagi tugas dan memberi petunjuk kepada staf untuk kelancaran Pelaksanaan Tugas, Membukukan Penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD)/Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), bagi hasil dan penerimaan daerah lainnya serta persediaan benda berharga dan membuat Laporan Tunggakan Asli Daerah dan tunggakan lainnya, Menerima dan mencatat Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD) / Surat Ketetapan Retribusi Daerah (SKRD) dan surat ketetapan lainnya yang telah dibayar lunas dan menghitung tunggakan serta membuat laporan berkala mengenai realisasi penerimaan, Membuat dan mengirim laporan realisasi penerimaan pendapatan daerah secara berkala dan Menyusun hasil pelaksanaan tugas.

6. Bidang Pengembangan, Peningkatan dan Pengendalian

a. Seksi Pengembangan, Peningkatan Pendapatan dan Pengendalian

- 1) Menyusun rencana, memberi petunjuk dan penilaian pelaksanaan tugas data dan rencana pendapatan daerah, pembinaan teknis administrasi, penyusunan program identifikasi dan ekstensifikasi serta hubungan tata kerja dan pemberian saran pungutan serta pengendalian operasional;

2) Seksi Pengembangan, Peningkatan Pendapatan dan pengendalian menyelenggarakan fungsi, Memberi petunjuk dan bimbingan, pengawasan kepada staf untuk kelancaran Membagi pelaksanaan tugas, Mengumpulkan data potensi pendapatan dalam rangka menyusun rencana - pendapatan, Menyusun program identifikasi dan ekstensifikasi dalam mengkoordinasikan kegiatan dalam rangka menyusun perubahan dan perhitungan APBD, Menyusun rencana pengawasan dan pengendalian operasional, dan Menyusun rencana teknis.

b. Seksi Evaluasi, Hukum dan Perundang-undangan.

1) Menyusun rencana memberi petunjuk dan menilai pelaksanaan tugas kegiatan staf yang menyusun konsep pengawasan dan rencana Peraturan Daerah dibidang pendapatan serta mengevaluasi pelaksanaan;

2) Seksi Evaluasi, Hukum dan Perundang-undangan menyelenggarakan fungsi, Membuat analisa laporan serta evaluasi pelaksanaan tugas, Mengumpulkan bahan-bahan yang diperlukan dalam rangka penyusunan konsep/rencana Peraturan Daerah dibidang Pendapatan, Mengkoordinasi dengan unit kerja terkait atas suatu peraturan Daerah dibidang pendapatan, Mengkoordinasikan penyelesaian hasil pemeriksaan aparat pengawasan fungsional, Memantau, mempelajari dan mengevaluasi pelaksanaan peraturan daerah dan ketentuan lainnya,

Mengkoordinasikan kegiatan pembuatan dan pengiriman laporan realisasi penarikan baik yang dikelola oleh Dipenda maupun Unit kerja lainnya.

## 7. UPTD (Unit Pelaksana Teknis Daerah)

### 1. Tugas Pokok

UPTD Pajak Bumi dan bangunan mempunyai tugas melaksanakan sebagian tugas dinas dalam menunjang kemampuan teknis, pelaksanaan teknis dan operasional dalam bidang pendapatan Pajak Bumi dan Bangunan.

### 2. Fungsi

Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud dalam pasal 4 UPTD Pajak Bumi dan Bangunan menyelenggarakan fungsi:

- a. Melaksanakan rencana kerja di bidang Pajak Bumi dan Bangunan sesuai rencana yang ditetapkan;
- b. Melaksanakan kegiatan administrasi Pajak Bumi dan Bangunan;
- c. Melaksanakan kegiatan identifikasi dan intensifikasi Pajak Bumi dan Bangunan;
- d. Melaksanakan koordinasi dengan instansi terkait, menyangkut kegiatan yang berkenaan dengan upaya meningkatkan Pajak Bumi dan Bangunan;
- e. Melaksanakan penyuluhan, penagihan dan membantu melaksanakan pendataan serta memeriksa objek dan subjek Pajak Bumi dan Bangunan.

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Pajak Reklame Kota Makassar**

##### **1. Dasar Hukum Pajak Reklame Kota Makassar**

Dasar hukum yang melandasi pelaksanaan pemungutan Pajak Reklame di Kota Makassar, antara lain adalah :

- a. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
- b. Undang-Undang Nomor 43 Tahun 2000 yang merupakan perubahan atas Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
- c. Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 3 Tahun 2005 Tentang Retribusi Penggunaan Tanah dan atau Bangunan yang dikuasai Pemerintah Daerah untuk Pemasangan Reklame.
- d. Peraturan Walikota Makassar Nomor: 09 Tahun 2010, Tentang Ketentuan Pemasangan Dan Registrasi Reklame Di Atas Tanah Dan Atau Pembangunan Yang Dikuasai Pemerintah Kota Makassar.
- e. Surat Keputusan Walikota Makassar Nomor 2 tahun 2003. Tentang Penetapan Kembali Nilai Jual Objek Pajak Reklame, Berdasarkan Nilai Strategis Dan Klasifikasi Pemanfaatan Pemasangan Reklame Dalam Wilayah Kota Makassar.
- f. Surat Keputusan Walikota Makassar Nomor: 500/423/KEP/IV/09 Tentang Penetapan Perhitungan Nilai Sewa Reklame Kota Makassar.

## 2. Objek, Subjek, dan Wajib Pajak Reklame Kota Makassar

### a. Terminologi pemungutan pajak Kota Makassar:

- 1) Daerah adalah Kotamadya Daerah Tingkat II Ujung Pandang;
- 2) Pemerintah Daerah adalah Kepala Daerah dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Ujung Pandang;
- 3) Kepala Daerah adalah Walikotamadya Kepala Daerah Tingkat II Ujung Pandang;
- 4) Dinas Pendapatan Daerah adalah Dinas Pendapatan Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Ujung Pandang;
- 5) Pejabat adalah pegawai yang diberi tugas tertentu di bidang Perpajakan Daerah sesuai Peraturan Perundang-undangan yang berlaku;
- 6) Pajak Reklame yang selanjutnya disebut Pajak adalah pungutan daerah atas penyelenggaraan reklame;
- 7) Reklame adalah benda, alat, perbuatan, 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 barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau yang dapat dilihat, dibaca, atau didengar dan suatu tempat oleh umum, kecuali yang dilakukan oleh Pemerintah;

- 8) Kawasan / zona adalah batasan-batasan wilayah tertentu sesuai dengan pemanfaatan wilayah tersebut yang dapat digunakan untuk pemasangan reklame;
- 9) Nilai Jual Objek Pajak Reklame adalah keseluruhan pembayaran, pengeluaran biaya yang dikeluarkan oleh pemilik dan atau penyelenggaraan reklame termasuk dalam hal ini adalah biaya/harga beli bahan reklame, konstruksi instalasi listrik , pembayaran ongkos perakitan, pemancaran peragaan, penayangan, pengecatan, pemasangan, dan transportasi pengangkutan dan lain sebagainya sampai dengan bangunan reklame rampung, dipancarkan, diperagakan, ditayangkan dan atau dipasang ditempat yang telah diijinkan;
- 10) Nilai Strategi Lokasi Reklame adalah ukuran nilai yang ditetapkan pada titik lokasi pemasangan reklame tersebut berdasarkan kriteria kepada atau pemanfaatan tata ruang kota untuk berbagai aspek kegiatan di bidang usaha;
- 11) Surat Pemberitahuan Pajak Daerah, yang selanjutnya disingkat SPTPD, adalah surat yang digunakan oleh Wajib Pajak untuk melaporkan perhitungan dan pembayaran pajak yang terutang menurut Peraturan Perundang-undangan Perpajakan Daerah;
- 12) Surat Setoran Pajak Daerah, yang selanjutnya disingkat SSPD, adalah surat yang digunakan oleh Wajib Pajak untuk melakukan

pembayaran atau penyetoran pajak yang terutang ke Kas Daerah atau ketempat lain yang ditetapkan oleh Kepala Daerah;

- 13) Surat Ketetapan Pajak Daerah, yang selanjutnya disingkat SKPD adalah Surat Keputusan yang menentukan besarnya jumlah pajak yang terutang;
- 14) Surat Ketetapan Pajak Daerah Kurang Bayar, yang selanjutnya disingkat SKPDKB, adalah Surat Keputusan yang menentukan besarnya jumlah pajak terutang, jumlah kredit pajak, jumlah kekurangan pembayaran pokok pajak, besarnya sanksi administrasi dan jumlah yang masih harus dibayar;
- 15) Surat Ketetapan Pajak Daerah Kurang Bayar Tambahan, yang selanjutnya disingkat SKPDKBT, adalah Surat Keputusan yang menentukan tambahan atas jumlah pajak yang telah ditetapkan;
- 16) Surat Ketetapan Pajak Daerah Lebih Bayar, yang selanjutnya disingkat SKPDLB, adalah Surat Keputusan yang menentukan jumlah kelebihan pembayaran pajak karena jumlah kredit pajak yang terutang atau tidak seharusnya terutang;
- 17) Surat Ketetapan pajak Daerah Nihil yang selanjutnya disingkat SKPDN, adalah Surat Keputusan yang menentukan jumlah pajak yang terutang sama besarnya dengan jumlah kredit pajak tidak terutang dan tidak ada kredit pajak.

18) Surat Tagihan Pajak Daerah, yang selanjutnya disingkat STPD, adalah surat untuk melakukan tagihan pajak dan atau sanksi administrasi berupa bunga dan atau benda.

b. Subjek, Wajib, Objek Pajak Reklame Kota Makassar:

Subjek, Wajib dan Objek Pajak Reklame Kota Makassar, sebagaimana yang diatur dalam Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor: 4 Tahun 1998 tentang Pajak Reklame yaitu: Subjek Pajak Reklame adalah orang atau badan yang menyelenggarakan atau memesan reklame. Wajib Pajak adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame

Jika reklame diselenggarakan sendiri secara langsung dilaksanakan orang pribadi atau badan, wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau badan tersebut. Apabila reklame diselenggarakan melalui pihak ketiga, misalnya perusahaan jasa periklanan, pihak ketiga tersebut menjadi Wajib Pajak. Objek Pajak Reklame Kota Makassar terdiri atas:

- 1) Reklame Megatron adalah jenis reklame yang menampilkan teks, grafik, dan gambar statis atau bergerak yang terprogram melalui perangkat elektronik seperti megatron yang ditampilkan pada layar monitor atau sejenisnya;
- 2) Reklame Vidiotron adalah jenis reklame yang memancarkan teks, grafis, gambar atau gambar hidup yang terprogram melalui

perangkat elektronik seperti videotron, yang ditampilkan /ditayangkan pada layar monitor atau sejenisnya;

- 3) Reklame Billboard adalah jenis reklame yang menggunakan bahan dari kayu dan atau logam, fibre glass, plastic, kaca, batu ataupun bahan lain yang dipasang pada tempat yang disediakan, baik berdiri sendiri maupun yang dipasang pada bingkai / rangka/panggung, atau digantung pada bangunan / alat lain;
- 4) Reklame Papan adalah jenis reklame yang menggunakan bahan dari kayu dan atau logam, fibre glass, plastic, kaca, batu ataupun bahan lain yang dilekat, ditempel pada bangunan atau menyatu dengan bangunan;
- 5) Reklame Billboard adalah jenis reklame yang menggunakan bahan dari kayu dan atau bahan lain, seperti triplek, kertas, karton, yang dipasang dengan cara berdiri sendiri atau disandarkan pada penyanggah, tembok, dinding pagar, pohon, tiang, yang pemasangannya bersifat sementara;
- 6) Reklame Kain adalah jenis reklame yang menggunakan bahan dari kain dan atau plastik, karet, terpal ataupun sejenisnya;
- 7) Reklame Melekat atau sticker adalah jenis reklame yang menggunakan "bahan dari plastik, kertas, karton, atau sejenisnya, yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebar, dilekatkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda

milik pribadi atau milik orang lain dengan ketentuan luasnya tidak lebih dari 100 cm persegi perlembar;

- 8) Reklame Berjalan adalah jenis reklame yang diselenggarakan dengan cara membawa reklame berkeliling yang dibawa oleh orang berjalan kaki atau reklame yang ditempatkan, ditempelkan pada semua jenis kendaraan baik yang digunakan di darat maupun di atas air;
- 9) Reklame Selebaran adalah jenis reklame yang menggunakan bahan dari kertas karton, plastik, foto atau sejenisnya, yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan atau diminta untuk ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda milik pribadi atau milik orang lain, dengan ketentuan luasnya tidak lebih dari 100 cm (seratus senti meter persegi) perlembar;
- 10) Reklame Udara adalah jenis reklame yang diselenggarakan di udara, baik dengan menggunakan balon, pesawat maupun alat lainnya;
- 11) Reklame Suara adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari alat elektronik;
- 12) Reklame Film atau Slide adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara menggunakan film negatif atau positif, kaca atau

bahan lain, yang diproyeksikan, dipancarkan, ditampilkan pada layar, benda lain, termasuk pada layar monitor atau layar televisi;

13) Reklame Peragaan adalah jenis reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang, baik dengan menggunakan alat peraga maupun orang yang ditempatkan di dalam ruangan yang bersifat sementara atau di luar ruangan.

### 3. Dasar Pengenaan Pajak (DPP) Reklame dan Cara Pengenaan Pajak

Reklame pada DISPENDA Kota Makassar Dasar pengenaan pajak (DPP) adalah nilai sewa reklame. Nilai Sewa Reklame (NSR) adalah menjumlahkan Nilai Jual Objek Pajak Reklame (NJORP) dengan Nilai Strategis (NS) dikalikan 20 (duapuluh persen).

Rumusnya:  $NSR: NJORP + NS \times 20\%$

Nilai Jual Objek Pajak Reklame (NJOPR) adalah keseluruhan pembayaran, pengeluaran biaya yang dikeluarkan oleh pemilik dan atau penyelenggaraan reklame yang termasuk dalam hal ini adalah biaya/harga beli bahan reklame, kontruksi, instalasi listrik, pembayaran/ongkos perakitan, pemancaran, peragaan, penayangan, pengecatan, pemasangan, dan transportasi/pengangkutan dan lain sebagainya sampai dengan bangunan reklame rampung, dipancarkan, peragakan dan atau terpasang di tempat yang telah diizinkan.

Nilai Strategis (NS) adalah ukuran nilai yang telah ditetapkan pada titik lokasi pemasangan reklame tersebut berdasarkan kriteria kepadatan pemanfaatan tata ruang kota untuk berbagai aspek kegiatan di bidang

usaha. Ukuran Nilai Strategis dapat ditentukan berdasarkan lokasi (kelas jalan: A, B, dan Q, sudut pandang dan ketinggian).

Dasar Pengenaan Pajak Reklame adalah Nilai Sewa Reklame dikali dengan Tarif Pajak yaitu sebesar 20% (dua puluh persen), dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Nilai Terhadap reklame rokok ditambah 25% (dua puluh lima persen) dari pengenaan pajak.
- b. Terhadap reklame minuman beralkohol ditambah 25%(dua puluh lima persen) dari pengenaan pajak. Terhadap reklame perubahan visual, nama (merek) dikenakan pajak tambahan 20%dari pengenaan pajak. Reklame yang terpasang di persimpangan jalan ditetapkan 15 (lima belas) meter dari sudut jalan yang dimaksud. Reklame yang luasnya kurang dari 1(satu) meter persegi dibulatkan menjadi 1 (satu) meter persegi".

NS juga ditentukan berdasarkan lokasi pada setiap kelas jalan/keramaian jalan. Pemerintah Kota Makassar telah menetapkan tiga kategori kelas jalan, yaitu kelas jalan A , B, dan C. Adapun untuk nama-nama jalan yang termasuk dari masing-masing kategori A, B, dan C dapat dilihat pada bagian lampiran. Apabila terdapat sebuah kasus dimana objek pajak reklamennya berada pada kelas jalan yang tidak terdaftar pada kategori A, B, dan C maka secara otomatis objek pajak reklame tersebut dikategorikan berada pada kategori kelas jalan C.

## B. Perhitungan, Pelaporan dan Hambatan Dalam Proses Pemungutan Pajak

### Reklame Kota Makassar

#### 1. Proses Perhitungan Pajak Reklame Kota Makassar

##### a. Reklame Permanen

Perhitungan Reklame Megatron / videotron/LED dan Billboard

$P = 1 \text{ m}$  ( P: panjang)

$L = 1 \text{ m}$  ( L: lebar )

NJOPR Rp. 1.000.000 (lihat di buku table keputusan Walikota)

NS: Rp. 200.0000 (lihat dibuku table keputusan Walikota)

Lokasi Jalan Sudut Pandang Ketinggian

Kelas A 1,8 1 Arah 0,15 0 - 4,99m 0,25

Kelas B 1,2 2 Arah 0,3 5 - 9,99m 0,5

Kelas C 0,6 3 Arah 0,45 > 10m 0,75

Perhitungan Pajak

$= P \times L \times NJOPR + NS (L + SP + T) * NSNS$  (lihat yang diwarnai)

$= 1 \times 1 \times 1.000.000 + 200.000(1,8+0,15+0,25)= 440.000$

$= 1.000.000 + 440.000= 1,440,000 \times 20$

$= 288.000(1 \text{ muka})$

$= 576.000 (2 \text{ muka})$  Total Rp. 576.000/Tahun

##### b. Reklame Papan (menempel)

$P = 4 \text{ m}$  (P: panjang)

$L = 1 \text{ m}$  (L : lebar)

NJOPR= Rp. 300.000 (lihat dibuku table keputusan Walikota)

NS= Rp. 200.0000 (lihat dibuku table keputusan Walikota)

Lokasi Man Sudut Pandang Ketinggian

Kelas A 1,8 1 Arab 0 0-4,99 m 0,25

Kelas B 1,2 2 Arah 0 5-9,99m 0,5

Kelas C 0,6 3 Arab o >10m 0,75

Perhitungan Pajak

=  $P \times L \times NJOPR + NS (L + SP + T) * NSNS$  (lihat yang diwarnai)

=  $4 \times 1 \times 300.000 + 200.000(1,8+0,15+0,25)$

=  $.1.200.000 + 440.000$

=  $1.640.000 \times 20\% = 328.000$

Total Rp 328.000/Tahun

c. Reklame Isedentil

1) Perhitungan Baliho

P= 4 m (P:panjang)

L= 6 m (L: lebar)

NJOPR Rp. 125.000 (lihat dibuku table keputusan Walikota)

NS Rp. 50.0000 (lihat dibuku table keputusan Walikota)

Perhitungan Pajak

=  $P \times L \times NJOPR + NS \times \text{jml lembar} \times \text{JmlMinggu}$

=  $4 \times 6 \times 125.000 + 50.000 \times 1 \times 1$

=  $3.050.000 \times 20\% = 610.000$

Total Rp. 610.000 /minggu/meterpersegi

## 2) Perhitungan Reklame Spanduk/Kain/Binder/umbel-umbul

$P = 1 \text{ m}$  (P: panjang)

$L = 4 \text{ m}$  (L: lebar)

NJOPR Rp. 25.000 (lihat dibuku table keputusan Walikota)

NS Rp. 20.000 (lihat dibuku table keputusan Walikota)

Perhitungan Pajak

$= P \times L \times \text{NJOPR} + \text{NS} \times \text{jml lembar} \times \text{Jml Minggu}$

$= 1 \times 4 \times 25.000 + 20.000 \times 1 \times 1$

$= 120.000 \times 20\% = 24.000$

Total Rp. 24.000 /minggu/lembar

## 3) Perhitungan Reklame Selebaran/Brosur/Leaflet

$= \text{NJOPR Rp. 6.000}$  (lihat dibuku table keputusan Walikota)

$= \text{NS Rp. 2.000}$  (lihat dibuku table keputusan Walikota)

$= \text{NJOPR} + \text{NS} \times \text{jml Lembar}$

$= 6.000 + 2.000 \times 1$

$= 8.000 \times 20\% = 1.600$

Total Rp. 1.600 /lembar/Bulan

## 4) Perhitungan Reklame Berjalan

- Mobil

$= \text{NJOPR Rp. 1.125.000}$  (lihat dibuku table keputusan Walikota)

$= \text{NS Rp. 750.000}$  (lihat dibuku table keputusan Walikota)

$= \text{NJOPR} + \text{NS} \times \text{jml unit} = 1.125.000 + 750.000 \times 1$

$$= 1.875.000 \times 20 \% = 375.000 \text{ Total Rp. } 375.000 \text{ /unit/Thn}$$

- Motor

$$= \text{NJOPR Rp. } 300.000 \text{ (lihat dibuku table keputusan Walikota)}$$

$$= \text{NS Rp. } 75.000 \text{ (lihat dibuku table keputusan Walikota)}$$

$$= \text{NJOPR} + \text{NS} \times \text{jml unit}$$

$$= 300.000 + 75.000 \times 1$$

$$= 375.000 \times 20 \% = 75.000$$

$$\text{Total Rp. } 75.000 \text{ /unit/Thn}$$

- Gerobak

$$= \text{NJOPR Rp. } 150.000 \text{ (lihat dibuku table keputusan Walikota)}$$

$$= \text{NS Rp. } 37.500 \text{ (lihat dibuku table keputusan Walikota)}$$

$$= \text{NJOPR} + \text{NS} \times \text{jml unit}$$

$$= 150.000 + 37.500 \times 1$$

$$= 187.500 \times 20 \% = 37.500$$

$$\text{Total Rp. } 37.500 \text{ /unit/thn}$$

##### 5) Film/Slide

$$= \text{NJOPR Rp. } 15.000 \text{ (lihat dibuku table keputusan Walikota)}$$

$$= \text{NS Rp. } 3.750 \text{ (lihat dibuku table keputusan Walikota)}$$

$$= \text{NJOPR} + \text{NS} \times \text{Jml menit}$$

$$= 15.000 + 3.750 \times 1$$

$$= 18.750 \times 20 \% = 3.750$$

$$\text{Total Rp. } 3.750 \text{ /buah/menit}$$

## 6) Reklame Suara

= NJOPR Rp. 60.000 (lihat dibuku table keputusan Walikota)

= NS Rp. 20.000 (lihat dibuku table keputusan Walikota)

= NJOPR + NS x jumlah hari

= 60.000 + 20.000 x 1

= 80.000 x 20 % = 16.000 /hari

## 7) Udara

= NJOPR Rp. 1.125.000 (lihat dibuku table keputusan Walikota)

= NS Rp. 750.000 (lihat dibuku table keputusan Walikota)

= NJOPR+ NS x Jml buah

= 1.125.000 + 750,000x1

= 1.875.000 x 20 % = 375.000 /bulan/buah

Total Rp. 375.000 /buah/bulan

## 8) Peragaan

= NJOPR Rp. 1.125.000 (lihat dibuku table keputusan Walikota)

= NS Rp. 375.000 (lihat dibuku table keputusan Walikota)

= NJOPR + NS x jml peragaan

= 1.125.000 +375.000 x 1

= 1.500.000 x 20 % = 300.000

Total Rp. 300.000 /peragaan

Jika digunakan untuk reklame rokok/minuman beralkohol dan/reklame perubahan visual yang tarifnya masing-masing adalah ditambah 25 dari DPP/NSR maka, perhitungannya sebagai berikut:

Contoh: Reklame Papan (pada perhitungan sebelumnya)

$$\text{DPP/NSR} = 1.640.000 \times 20 = 328.000$$

$$= 1.640.000 \times 25 = 410.000$$

$$\text{Total} = \text{Rp. } 738.000$$

2. Proses penerapan perhitungan pajak Reklame yang dilakukan oleh Dinas Pendapatan Kota Makassar pada tahun 2010 dan 2011

a. Reklame Megatron

Pada tanggal 5 Januari 2010 PT. Jos Karya Advertising, alamat Jln. Domba No. 37, melakukan permohonan izin Reklame Megatron dengan rincian sebagai berikut:

$$L = 3 \text{ m ( L: lebar)}$$

$$P = 6 \text{ m ( P: panjang)}$$

$$\text{NJOPR Rp. } 1.600.000$$

$$\text{NS Rp. } 600.000$$

Lokasi Jalan Sudut Pandang Ketinggian

$$\text{Kelas A } 1,8 \text{ 1 Arah } 0,15 > 1 \text{ Om } 0,75$$

Perhitungannya

$$= P \times L \times \text{NJOPR} + \text{NS} (L+SP+T) \times \text{NSNS}$$

$$= 6 \times 3 \times 1.600.000 + 600.000 (1.8+0,15+0,75)$$

$$= 28.800.000 + 1.620.000$$

$$= 30.420.000 \times 20\%$$

$$= \text{Rp } 6.084.000 \text{ (1 muka)}$$

$$= \text{Rp } 12.168.000 \text{ (2 muka)}$$

Retribusi Pelataran =  $(3 \times 6 \times 750 \times 365)$

= Rp. 4.927.500

TITIK REKLAMAE = Rp. 3.500.000

TOTAL = Rp. 20.059.000/ thn

Proses perhitungan pajak reklame jenis Megatron yang dilakukan oleh Dinas Pendapatan Kota Makassar di atas, sudah sesuai dengan Keputusan Walikota Makassar Nomor 500/423/Kep/IV/2009 tentang Penetapan Perhitungan Nilai Sewa Reklame Kota Makassar.

b. Reklame Billboard

Pada tanggal 5 Januari 2010 PT. Jos Karya Advertising, alamat Jln. Domba No. 37, melakukan permohonan izin Reklame Billboard dengan rincian sebagai berikut:

L = 3 m (L: lebar)

P = 2 m (P: panjang)

NJOPR Rp. 1600000

NS Rp. 600000

Lokasi Man Sudut Pandang Ketinggian

Kelas A 1,8 1 Arab 0,15 >10m 0,75

Perhitungannya

=  $P \times L \times NJOPR + NS(L+SP+T) \times NSNS$

=  $2 \times 3 \times 1.600.000 + 600.000(1.8+0,15+0,75)$

=  $9.600.000+1.620.000$

=  $11.220.000 \times 20\% + 25\%$  (minuman beralkohol)

= Rp 5.049.000 (Imuka)

= Rp 10.098.000 (2 muka)

Retribusi Pelataran =  $(3 \times 2 \times 750 \times 365)$

= Rp. 1.642.500

TITIK REKLAME = Rp. 3.500.000

TOTAL = Rp. 15.240.500/thn

Proses perhitungan pajak reklame jenis Billboard yang dilakukan oleh Dinas Pendapatan Kota Makassar di atas, sudah sesuai dengan Keputusan Walikota Makassar Nomor 500/423/Kep/IV/2009 tentang Penetapan Perhitungan Nilai Sewa Reklame Kota Makassar.

c. Reklame Papan

Pada tanggal 5 Januari 2010 PT. Jos Karya Advertising, alamat Jln. Domba No. 37, melakukan permohonan izin Reklame Papan dengan rincian sebagai berikut:

L= 3 m (L: lebar)

P= 4 m (P: panjang)

NJOPR Rp. 300.000

NS Rp. 200.000

Lokasi Jalan Sudut Pandang Ketinggian

Kelas A 1,8 1 Arah 0 >10m 0,75

Perhitungannya

=  $P \times L \times NJOPR + NS(L+SP+T) \times NSNS$

=  $4 \times 3 \times 300.000 + 200.000(1.8 + 0 + 0,75)$

$$= 3.600.000 + 510.000$$

$$= 4.110.000 \times 20\%$$

$$= \text{Rp}822.000/\text{thn}$$

Proses perhitungan pajak reklame jenis Papan yang dilakukan oleh Dinas Pendapatan Kota Makassar di atas, sudah sesuai dengan Keputusan Walikota Makassar Nomor 500/423/Kep/IV/2009 tentang Penetapan Perhitungan Nilai Sewa Reklame Kota Makassar.

d. Reklame Baliho

Pada tanggal 11 Januari 2010 Jhoson Advertising, alamat Jln. DG. Tata, melakukan permohonan izin Reklame Baliho dengan rincian sebagai berikut:

$$L = 6 \text{ m (L: lebar)}$$

$$P = 4 \text{ m (P: panjang)}$$

$$\text{Jml lembar} = 6 \text{ lbr}$$

$$\text{Waktu} = 2 \text{ minggu}$$

$$\text{NJOPR} = \text{Rp. } 125000 \text{ NS}$$

$$= \text{Rp. } 50.000$$

Perhitungannya

$$= p \times L \times \text{NJOPR} + \text{NS} \times \text{jml lbr} \times \text{jml minggu}$$

$$= 4 \times 6 \times 125.000 + 50.000 \times 6 \times 2$$

$$= 3.050.000 \times 20\% \times 12$$

$$= 610.000 \times 12$$

$$= \text{Rp. } 7.320.000/\text{minggu}$$

Proses perhitungan pajak reklame jenis Baliho yang dilakukan oleh Dinas Pendapatan Kota Makassar di atas, sudah sesuai dengan Keputusan Walikota Makassar Nomor 500/423/Kep/IV/2009 tentang Penetapan Perhitungan Nilai Sewa Reklame Kota Makassar.

e. Reklame Spanduk

Pada tanggal 10 Januari 2010 perusahaan CV. Sumber Karya alamat Jln. Malengkeri, melakukan permohonan izin Reklame Spanduk dengan rincian sebagai berikut:

L = 6 m (L: lebar)

P = 2 m (P: panjang)

Jml lembar = 10 lmr

Waktu = 2 minggu

NJOPR = Rp. 30.000

NS = Rp. 20.000

Perhitungannya

$$= P \times L \times NJOPR + NS \times \text{jml lbr} \times \text{jml minggu}$$

$$= 2 \times 6 \times 30.000 + 20.000 \times 10 \times 2$$

$$= 360.000 + 20.000 \times 10 \times 2$$

$$= 380.000 \times 20\% \times 20$$

$$= 76.000 \times 20$$

$$= \text{Rp } 1.520.000 \text{ minggu}$$

Proses perhitungan pajak reklame jenis Sepanduk yang dilakukan oleh Dinas Pendapatan Kota Makassar di atas, sudah sesuai dengan

Keputusan Walikota Makassar Nomor 500/423/Kep/IV/2009 tentang Penetapan Perhitungan Nilai Sewa Reklame Kota Makassar.

f. Reklame Selebaran

Pada tanggal 26 Januari 2010 CV Haerul Jaya, Jln. Raja Wali LR.29 No. 107, melakukan permohonan izin Reklame Megatron dengan rincian sebagai berikut:

NJOPR = Rp 6000

NS = Rp 2000

Jumlah Lmbr = 2000 lmr

Perhitungannya

= NJOPR + NS x jml lembar

= 6000 + 2000 x 2000

= 8.000 x 20% x 20

= 1.600 x 2000

= Rp. 3.200.000/bln

Proses perhitungan pajak reklame jenis Selebaran yang dilakukan oleh Dinas Pendapatan Kota Makassar di atas, sudah sesuai dengan Keputusan Walikota Makassar Nomor 500/423/Kep/IV/2009 tentang Penetapan Perhitungan Nilai Sewa Reklame Kota Makassar.

g. Reklame Berjalan Mobil

Pada tanggal 9 Februari 2010 PT. Jos Karya Advertising alamat Jln. Domba No. 37, melakukan permohonan izin Reklame Mobil dengan rincian sebagai berikut:

NJOPR = Rp 1.125.000

NS=Rp 750.000

Jmlh unit = 2 unit

Masa pajak = 2 bulan

Perhitungan

= NJOPR + NS x 2 x 2

= 1.125.000 + 750.000 x 2 x 2

= 1.875.000 x 20% x 2 x 2

= 375.000 x 4 = Rp. 1.500.000 / thn

Proses perhitungan pajak reklame jenis Reklame Berjalan Mobil yang dilakukan oleh Dinas Pendapatan Kota Makassar di atas, sudah sesuai dengan Keputusan Walikota Makassar Nomor 500/423/Kep/IV/2009 tentang Penetapan Perhitungan Nilai Sewa Reklame Kota Makassar.

#### h. Reklame Udara

Pada tanggal 5 Januari 2011 Gunamandiri Advertising, alamat Jln Bonto Duri No. 11 melakukan permohonan izin Reklame Udara dengan rincian sebagai berikut:

NJOPR = Rp 1.125.000

NS = Rp750.000 Jmlh unit

= 2 buah Masa pajak

= 1 bulan Perhitungan

= 1.125.000 + 750.000x2 x1

$$= 1.875.000 \times 20\% \times 2 \times 1$$

$$= 375.000 \times 2$$

$$= \text{Rp}750.000/\text{bln}$$

Proses perhitungan pajak reklame jenis Megatron yang dilakukan oleh Dinas Pendapatan Kota Makassar di atas, sudah sesuai dengan Keputusan Walikota Makassar Nomor 500/423/Kep/IV/2009 tentang Penetapan Perhitungan Nilai Sewa Reklame Kota Makassar.

### 3. Proses Pelaporan Pajak Reklame Kota Makassar

Wajib Pajak Reklame wajib melaporkan kepada bupati/walikota, dalam praktik sehari-hari adalah kepada Kepala Dinas Pendapatan Daerah (DIPENDA) kota Makassar, tentang perhitungan dan pembayaran pajak reklame yang terutang. Wajib pajak yang telah memiliki NPWPD setiap awal masa pajak wajib pajak mengisi SPTPD. SPTPD diisi dengan jelas, lengkap, dan benar serta ditandatangani oleh wajib pajak atau kuasanya dan disampaikan kepada Walikota/Bupati atau pejabat yang ditunjuk sesuai dengan jangka waktu yang ditentukan. Umumnya SPTPD harus disampaikan selambat-lambatnya limabelas hari setelah berakhirnya masa pajak. Seluruh data perpajakan yang diperoleh dari daftar isian tersebut dihimpun dan dicatat atau dituangkan dalam berkas atau kartu data yang merupakan hasil akhir yang dijadikan sebagai dasar dalam perhitungan dan penetapan pajak yang terutang.

Keterangan dan dokumen yang harus dicantumkan dan atau dilampirkan pada SPTPD ditetapkan oleh Kepala Dinas Pendapatan Kota

Makassar. Walikota atas permohonan wajib pajak dengan alasan yang sah dan dapat diterima dapat memperpanjang jangka waktu penyampaian SPTPD untuk jangka waktu tertentu, yang teratur dalam peraturan daerah. SPTPD dianggap tidak dimasukan jika wajib pajak tidak melaksanakan atau tidak sepenuhnya melaksanakan ketentuan pengisian dan penyampaian SPTPD yang telah yang telah ditetapkan.

Wajib pajak yang tidak melaporkan atau melaporkan tidak sesuai dengan batas waktu yang telah ditentukan akan dikenakan sanksi administrasi berupa denda sesuai kepada Wajib Pajak untuk mengangsur Pajak yang terutang dalam kurun waktu tertentu, setelah memenuhi persyaratan yang telah ditentukan. Apabila kewajiban membayar pajak terutang dalam SKPDKB dan SKPDKBT tidak atau sepenuhnya dibayar dalam jangka waktu yang telah ditentukan, ditagih dengan menerbitkan STPD ditambah dengan sanksi administrasi berupa bunga 2 (dua Persen) per bulan.

### **C. Kendala atau Hambatan yang dihadapi dalam proses pemungutan Pajak**

#### **Reklame**

Pelaksanaan administrasi penerimaan Pajak Reklame yang dilakukan Dinas Pendapatan dan dibantu oleh Unit Kerja Terkait (UKT) tentunya tidak pernah lepas dari adanya kendala-kendala yang bisa menghambat proses pelaksanaannya. Kendala-kendala tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Adanya kesengajaan oleh Wajib Pajak untuk tidak/melambatkan pelaporan pajak reklame kepada kantor Dinas pendapatan Kota Makassar, Terutama dilakukan oleh perusahaan-perusahaan besar seperti Telkom, Pertamina, Coca-cola dan lainnya. Hal ini sesuai dengan wawancara penulis dengan salah satu pegawai, sebagai berikut:

Bagaimana kesadaran wajib pajak reklame dalam menjalankan kewajiban dalam menghitung dan melaporkan pajaknya yang terutang kepada DIPENDA kota Makassar?

Jawab:

Di Makassar jika kami lihat dari tingkat kesadaran oleh wajib pajak maka, hanya perusahaan-perusahaan kecil dan menengah sajalah yang memiliki tingkat kesadaran yang lebih baik. Jika dibandingkan perusahaan besar seperti Coca-cola, Telkom, dan lainnya biasanya harus ada teguran dari pihak pegawai pajak baru mereka menyelesaikan kewajibannya. Tiap kali mereka selalu begitu.

2. Peraturan tentang Nilai Sewa Reklame yang tidak sesuai lagi dengan kondisi sekarang. Seperti jalan yang dulunya berada dalam kategori golongan C, jika dinilai lagi sekarang dengan tingkat keramaian yang lebih ramai dan lebih strategis maka jalan tersebut bisa berada pada kategori jalan golongan B atau A. Hal ini, akan mengoptimalkan PADKota Makassar.

## **BAB VI**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisa yang dilakukan peneliti, maka dapat disimpulkan seperti bahwa ini:

1. Dinas Pendapatan Kota Makassar yang dibantu oleh Unit Kerja Terkait (UKT) dalam melaksanakan proses dan Pelaporan Pajak Reklame sudah sesuai dengan Undang-undang, PERDA dan Keputusan Wali Kota Makassar.
2. Dinas Pendapatan Kota Makassar yang dibantu oleh Unit Kerja Terkait (UKT) dalam penegakan hukum bagi para wajib pajak yang lalai/terlambat dalam melapor dan menghitung pajak yang terutang belum maksimal. Hal ini terbukti masih ditemukan praktik-praktik tersebut yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan besar yang ada di Makassar.

#### **B. Saran**

Pada bagian ini peneliti akan memberikan beberapa rekomendasi kepada Dinas Pendapatan dan Unit Kerja Terkaitnya (UKT) yang berkaitan dengan upaya untuk mengoptimalkan penerimaan Pajak Reklame di Kota Makassar.

1. Menambah jumlah pegawai lapangan yang bertugas untuk menjangkau potensi-potensi Pajak Reklame yang sampai saat ini belum teridentifikasi, tentunya dengan kompetensi yang baik.

2. Memberikan sanksi yang tegas kepada WP yang melanggar peraturan tentang Pajak Reklame.
3. Membuat suatu penelitian yang valid terlebih dahulu sebelum menentukan besarnya target penerimaan Pajak Reklame, sehingga nantinya target yang hendak dicapai benar-benar mencerminkan potensi yang ada di lapangan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Undang - Undang Republik Indonesia No. 34 Tahun 2000 tentang Perubahan Atas Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*
- Undang - Undang No. 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*
- Erly, 2002. *Hukum Pajak (Revisi)*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Gunadi, 2007. *Akuntansi Pajak Edisi Kedua, Cetakan Keempat*, Penerbit Grasindo, Jakarta.
- Mardiasmo, 2006. *Perpajakan, Edisi Revisi 2009*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Peraturan Daerah Kabupaten Maros No. 13 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame Kabupaten Maros*
- Suandy, Erly, 2007. *Perpajakan Dilengkapi dengan Soal - Soal Latihan*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- , 2002. *Otonomi dan Manajemen Keuangan Daerah*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Setiawan, dkk. 2002. *Perpajakan*, Cetakan Pertama, Penerbit Bayau Media dan UMM Press.
- Siagian. A, 2000. *Administrasi Pembangunan*, Edisi Kedua, Penerbit PT. Agung, Jakarta.
- Suparmoko. M, 2008. *Keuangan Negara dalam Teori dan Praktek*, Edisi Ketiga, Penerbit BPFE - Yogyakarta.
- Abdullah, Rozali, 2000. *Pelaksanaan Otonomi Luas dan Isu Federalisme sebagai Suatu Alternatif*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Bird, Richard M dan F Vailancourt, 2000. *Desentralisasi Fiskal di Negara-Negara Berkembang*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Bratakusumah, Deddy Supriadi, dan Dadang Solihin, 2001. *Otonomi Penyelenggaraan Pemerintah Daerah*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Kaho, Josef Riwu, 2001. *Prospek Otonomi Daerah di Negara Republik Indonesia: Identifikasi Beberapa Faktor yang Mempengaruhi Penyelenggaraannya* Jakarta: Rajawali Press.
- Koswara, E, 2001. *Otonomi Daerah: Untuk demokrasi dan Kemandirian Rakyat*, Jakarta: Yayasan Pariba.
- Kuontur, Ronny, 2004. *Metode Penelitian, untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*, Jakarta: Penerbit PPM.
- Negara, Tunggul Anshari Setia, 2006. *Pengantar hukum Pajak*, Malang: Bayumedia Publishing.
- Nurmantu, Safri, 2003. *Pengantar Perpajakan*, Jakarta: Granit.
- Oentarto, I Made Suwandi, Dodi Riyadmadji, 2004. *Menggagas Format Otonomi Daerah Masa Depan*, Jakarta: Samitra Media Utama.
- Prasetyo, Bambang, dan Lina M Jannah, 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Salam, Dharma Setyawan, 2004. *Otonomi Daerah dalam Perspektif Lingkungan, Nilai, dan Sumber Daya*, Jakarta: Djambatan.