

**PROSES PERHITUNGAN PAJAK REKLAME DAN  
KONTRIBUSINYATERHADAP PENINGKATAN  
PENDAPATAN ASLI DAERAH(PAD)  
KOTA MAKASSAR**

**SKRIPSI**

**HARDIANTY M. NUR**

**105730475314**



**JURUSAN AKUNTANSI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

**2018**

**PROSES PERHITUNGAN PAJAK REKLAME DAN  
KONTRIBUSINYATERHADAP PENINGKATAN  
PENDAPATAN ASLI DAERAH(PAD)  
KOTA MAKASSAR**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah satu syarat guna memperoleh gelar  
Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Akuntansi  
Universitas Muhammadiyah Makassar

**HARDIANTY M. NUR**

**105730475314**

**JURUSAN AKUNTANSI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

**2018**

## **PERSEMBAHAN**

Karya Ilmiah “Kontribusi dan Proses Perhitungan Pajak Reklame Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Makassar” ini kupersembahkan untuk

1. Orang tua tercinta yang senantiasa memberikan segala bentuk dukungan baik moral maupun materil.
2. Semua pihak utamanya Almater Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

## **MOTTO HIDUP**

Belajar dan bekerja dengan giat, serta tidak lupa bersyukur tentu akan memberikan hasil yang baik.



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Penelitian : "Proses Perhitungan Pajak Reklame Dan Kontribusinya Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Makassar"

Nama Mahasiswa : Hardianty M. Nur

No. Stambuk/NIM : 105730475314

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa Skripsi ini telah diperiksa dan diajukan di depan Tim Penguji Skripsi Strata 1 (S1) pada hari Sabtu 13 Oktober 2018 di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar

Makassar, Oktober 2018

Menyetujui,

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Muchran BL, M.Si  
NBM: 0024085601

Amran, SE.,M.Ak.Ak.CA  
NIDN: 0915116902

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi,

Ketua Program Studi Akuntansi,

Ismail Rasulong, S.E.,MM.  
NBM: 903 078

Ismail Badollahi, S.E.M.Si,Ak.,CA.CSP  
NBM: 1073428



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar

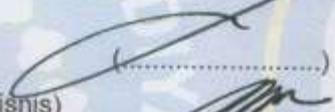
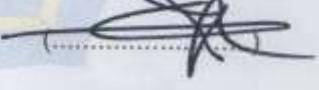
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

### LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi atas nama **HARDIANTY M. NUR**, NIM : 105730475314, diterima dan disahkan oleh panitia ujian skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0191 Tahun 1440 H/2018 M, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi** pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Pada Sabtu, 13 Oktober 2018 M / 04 Safar 1440 H.

Makassar, 04 Safar 1440 H  
13 Oktober 2018 M

#### PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Dr. H. Abdul Rahman Rahim, SE., MM (.....)   
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Ismail Rasulong, SE.,MM (.....)   
(Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis)
3. Sekretaris : Dr. Agus Salim HR, SE., MM (.....)   
(WD I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis)
4. Penguji : 1. DR. Hj. Ruliaty, MM (.....)   
2. Dr. Muryani Arsal, SE., MM., Ak., CA (.....)   
3. Muttiarni, SE.,M.Si (.....)   
4. Samsul Rizal SE., MM. (.....) 

Disahkan oleh,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Makassar



Ismail Rasulong, S.E.,MM  
NBM: 903 078



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hardianty M. Nur  
Stambuk : 105730475314  
Program Studi : Akuntansi  
Dengan Judul : "Proses Perhitungan Pajak Reklame dan Kontribusinya Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kota Makassar".

Dengan ini menyatakan bahwa:

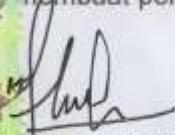
*Skripsi yang saya ajukan di depan tim penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapapun.*

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, Oktober 2018



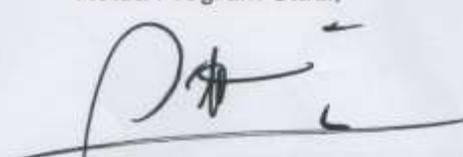
nembuat pernyataan,

  
Hardianty M. Nur

Diketahui Oleh:

  
Dekan  
  
Ismail Rasulong, S.E.,MM  
NBM: 903 078

Ketua Program Studi,

  
Ismail Badollahi, SE.,M.Si,Ak.,CA.CSP  
NBM: 107 3428

## KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmt dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hambanya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul “Kontribusi dan Proses Perhitungan Pajak Reklame terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Makassar”

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan Program Sarjan (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis bapak Mustari Daeng Sibali dan ibu Nurlela Daeng Kanang yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa yang tulus tak pamrih. Dan saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa mendukung dan memberi semangat hingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, dukungan dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan kepada :

1. Bapak Dr. H. Abd Rahman Rahim, SE.,MM., Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Ismail Rasulong, SE., MM., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Ismail Badollahi, SE.,M.Si.Ak.Ca, selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Dr. Muchran BLM.Si, selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga Skripsi selesai dengan baik.
5. Bapak Amran SE.,M.Ak.,Ak.,Ca., selaku Pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi.
6. Bapak/ibu dan asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
7. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
8. Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Akuntansi yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuan dan

dorongannya dalam aktivitas studi penulis.

9. Terima kasih kepada Muhammad Azwar Jaelani SH., yang senantiasa memberi kesabaran, mendukung dan memberi semangat serta tidak pernah mengeluh saat menemani dan membantu penulis hingga akhir studi ini.

10. Terima kasih untuk Darlini, Nuragustini, Nirmala Dewi, Rafida, Ade Widyastuti, Nurasia dan semua kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan skripsi ini.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa Skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan Skripsi ini.

Mudah-mudahan Skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

*Billahi fii sabilil Haq, Fastabiqul Khairat, Wassalamu'alaikum Wr,Wb*

Makassar,.....2018

**Penulis**

## ABSTRAK

**HARDIANTY M. NUR,** Tahun 2018 Proses Perhitungan Pajak Reklame dan Kontribusinya terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Makassar, Skripsi Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I Muchran BL, dan Pembimbing II Amran.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kontribusi dan proses perhitungan pajak reklame terhadap peningkatan pendapatan asli daerah (PAD) di kota Makassar setiap tahunnya. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian studi kasus dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Data yang diolah adalah data penerimaan pajak daerah kota Makassar dan surat keputusan Walikota Makassar tentang Nilai Sewa Reklame. Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh, Kontribusi pajak reklame dalam peningkatan Pendapatan Asli daerah (PAD) Kota Makassar sangat kurang untuk memajukan perekonomian dan pembangunan dalam kehidupan masyarakat. Setiap tahunnya realisasi penerimaan pajak reklame selalu mendekati mengalami penurunan pada realisasinya. Tahun 2014 Pajak Reklame berkontribusi 0,030%, tahun 2015 berkontribusi 0,026% dan pada tahun 2016 pajak reklame berkontribusi 0,020% terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Makassar.

**Kata Kunci :** *Kontribusi, proses perhitungan.*

## **ABSTRACT**

HARDIANTY M. NUR, Year 2018 Billboard Tax Calculation Process and Its Contribution to Makassar City Regional Income (PAD), Thesis Accounting Study Program in Faculty of Economics and Business Muhammadiyah University Makassar. Supervised by Advisor I Dr. MuchranBL, and Advisor II Amran.

This study aims to determine the contribution of the advertisement tax calculation process to the increase of local revenue (PAD) in Makassar city each year. The type of research used in this research was a case study with a qualitative descriptive approach. The data that is processed is the Makassar city tax revenue data and the Mayor of Makassar's decree regarding the Value of Advertising Rent. Based on the results of the analysis of the data obtained, the advertisement tax contribution in increasing the Local Original Revenue of Makassar City is very lacking to advance the economy and development in people's lives. Every year the realization of advertisement tax revenue always approaches the decline in realization. In 2014 the Advertising Tax contributed 0.030%, in 2015 contributed 0.026% and in 2016 invited a billboard to contribute 0.020% to the Local Revenue of Makassar City.

Keywords: contribution, calculation process.

## DAFTAR ISI

Halaman

### SAMPUL

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK BAHASA INDONESIA .....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR/BAGAN.....	xiv

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian .....	6

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori	
1. Pengertian Pajak Secara Umum.....	7
2. Pengertian Reklame .....	9
3. Pengertian Pajak Reklame .....	9
4. Fungsi Pajak.....	10
5. Mekanisme Pemugutan Pajak.....	13
6. Objek dan Subjek Pajak Reklame .....	15

7. Dasar Hukum Pemungutan Pajak Reklame.....	18
8. Dasar Pengenaan Pajak Reklame (DPP) dan Penetapan Pajak Reklame.....	19
B. Tinjauan Empiris .....	24
C. Kerangka Konsep .....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	27
B. Metode Pengumpulan data.....	27
C. Jenis dan Sumber Data .....	27
D. Metode Analisis .....	28
E. Analisis Kontribusi .....	28
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran umum Objek Penelitian.....	30
B. Penyajian Data (Hasil Penelitian) .....	33
C. Analisis dan Interpretasi.....	34
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Simpulan.....	58
B. Saran .....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>60</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
Tabel 2.1	Tinjauan Empiris .....	24
Tabel 4.1	Perhitungan Pajak Reklame .....	33
Tabel 4.2	Ketentuan Nilai Sewa Reklame Permanen Kota Makassar .....	48
Tabel 4.3	Ketentuan Nilai Strategis pajak reklame Kota Makassar .....	49
Tabel 4.4	Ketentuan Nilai Sewa Reklame Insidental Kota Makassar....	52
Tabel 4.5	Data Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Kota Makassar Tahun 2014 Sampai Tahun 2016 .....	54
Tabel 4.6	pendapatan asli daerah kota Makassar .....	54
Tabel 4.7	Kontribusi pajak Reklame .....	56

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Konsep .....	26
Gambar 41	Struktur Organisasi Badan Pendapatan Daerah Kota Makassar .....	32

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Bangsa Indonesia sebagai bangsa yang berbentuk Negara kesatuan senantiasa berupaya untuk menciptakan suasana kondusif bagi terbinanya integrasi bangsa. Salah satu yang ditempuh adalah pengelolaan sumber daya daerah dalam rangka kemajuan bangsa pada umumnya dan kemajuan daerah pada khususnya. Oleh Karena itu, menempatkan pajak sebagai suatu perwujudan kewajiban kenegaraan dalam gotong-royong nasional suatu peran serta masyarakat dalam Pembiayaan Pembangunan Nasional.

Pembangunan Nasional Indonesia bertujuan untuk mewujudkan masyarakat Indonesia menjadi yang adil dan makmur melalui peningkatan taraf hidup, kecerdasan dan kesejahteraan seluruh rakyat dalam rangka mewujudkan tujuan dari Pembangunan Nasional, maka pelaksanaan pembangunan harus merata di seluruh Tanah Air dan tidak terlepas dari adanya pembangunan daerah merupakan bagian yang sangat penting dari pembangunan nasional. Guna memperlancar Pembangunan Nasional maka perlu digunakan suatu dana yang berasal dari penerimaan Negara yaitu dari Pemungutan Pajak Daerah.

Pemungutan pajak daerah merupakan perwujudan dari pengabdian dan peran wajib pajak untuk langsung dan bersama-sama melaksanakan kewajiban perpajakan yang diperlukan untuk pembiayaan Negara dan Pembangunan Nasional. Tanggungjawab atas kewajiban pelaksanaan pemungutan pajak daerah sebagai pencerminan dari kewajiban dibidang

perpajakan berada ada anggota masyarakat wajib pajak. Pemerintah dalam hal ini aperatur perpajakan sesuai dengan fungsinya berkewajiban melakukan pembinaan, pelayanan dan pengawasan terhadap pemenuhan kewajiban perpajakan berdasarkan ketentuan yang telah ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan perpajakan.

Salah satu sumber penerimaan Negara yang berasal dari pungutan pajak adalah pajak daerah. Pajak Daerah merupakan asset penerimaan daerah yang dipergunakan untuk membiayai penyelenggaraan Pemerintah Daerah. Pajak Daerah adaah iuran yang wajib dilakukan oleh orang pribadi atau badan kepala 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.

Dengan berkembangnya teknologi, semakin banyak pula perusahaan yang memproduksi suatu produk atau barang. Hal ini perlu disebar luaskan agar masyarakat lebih mengenal dan memakai barang yang diproduksi oleh sutau perusahaan tersebut. Oleh karena itu, perlu adanya suatu saran untuk memproduksi produk tersebut diantaranya adalah pemasangan papan reklame, Reklame sebagai tempat untuk mempromosikan suatu usaha, baik berskala kecil maupun berskala besar. Mengingat pajak reklame merupakan sala satu Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang sangat potensial.

Pendapatan asli Daerah (PAD) adalah pendapatan yang diperoleh daerah dan dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Pendapatan asli Daerah (PAD) berdasarkan pasal 157 huruf a

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah mengisyaratkan bahwa pemerintah daerah dalam mengurus rumah tangganya sendiri perlu diberikan sumber-sumber pendapatan atau penerimaan keuangan daerah untuk membiayai seluruh aktifitas dalam rangka pelaksanaan tugas-tugas pemerintahan dan pembangunan untuk kesejahteraan masyarakat secara adil dan merata, komponen tersebut berasal dari hasil pajak daerah, hasil retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan dan lain-lain PAD yang sah. Keempat komponen PAD tersebut juga merupakan sumber-sumber keuangan daerah. Oleh karena itu, Pendapatan Asli Daerah merupakan salah satu komponen sumber keuangan daerah. Sumber-sumber PAD merupakan bagian keuangan daerah yang dipungut berdasarkan undang-undang dan peraturan yang berlaku di daerah tersebut.

Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan semua penerimaan daerah yang berasal dari sumber ekonomi asli daerah. Identifikasi sumber Pendapatan Asli Daerah adalah meneliti, menentukan dan menetapkan mana yang sesungguhnya yang menjadi sumber Pendapatan Asli Daerah dengan cara meneliti dan mengusahakan serta mengelola sumber pendapatan tersebut dengan benar sehingga memberikan hasil yang maksimal (Elita, 2007).

Proporsi Pendapatan Asli Daerah yang rendah, dilain pihak menyebabkan pemerintah daerah memiliki derajat kebebasan rendah dalam mengelola keuangan daerah. Sebagian besar pengeluaran, baik rutin maupun pembangunan, dibiayai dari dana perimbangan, terutama Dana Alokasi Umum. Alternatif jangka pendek meningkatkan penerimaan

pemerintah daerah adalah menggali dari Pendapatan Asli Daerah (Pratiwi, 2007).

Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang tinggi merupakan cerminan keberhasilan otonomi daerah dalam menggali potensi-potensi daerahnya. Pajak Daerah merupakan sumber penerimaan yang penting dalam menyumbang Pendapatan Asli Daerah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui teknis pemungutan Pajak Reklame dan besarnya kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) kota Makassar. Keseluruhan tata cara pemungutan pajak reklame dirumuskan dalam Perda No.1 Tahun 2010 tentang Pajak Reklame.

pendapatan pajak reklame Kota Makassa tahun 2015 hanya terealisasi 77.10% dari target sebesar Rp. 24.748.645.000 yaitu berarti hanya Rp.19.080.173.516. Pemerintah Kota (Pemkot) Makassar terus menggenjot pendapatan pajak daerah untuk mencapai target Rp1,2 triliun pada tahun 2016 ini. Tapi untuk pajak reklame yang merupakan salah satu sumber Pendapat Asli Daerah (PAD) Dinas Pendapatan Daerah (Dispenda) Makassar hanya menargetkan sebesar Rp. 25.590.346.000 dan terealisasi sebesar 72, 43% atau sebesar Rp.18.354.864.487. Pajak reklame yang dikelola Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Kota Makassar mengalami peningkatan di tahun 2017. Hingga di triwulan keempat Tahun Anggaran (TA) 2017, capaian realisasi sudah mencapai 99% capaian target sudah menyentuh angka Rp.31,7 Miliar. Angka itu merupakan capaian dari target Rp.32 Miliar yang telah ditetapkan pada saat pembahasan APBD Pokok 2017.

Hal ini menunjukkan bahwa pajak reklame di Makassar perlu

untuk terus digali potensinya, demi menjaga eksistensi peranannya terhadap Pendapatan Asli Daerah ditahun-tahun mendatang. Melihat kontribusi dan potensi dari pajak reklame sebagai salah satu pajak daerah, perlu dilakukannya kajian mengenai seberapa besar pengaruh dari penerimaan pajak reklame terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang dituangkan dalam penelitian yang berjudul "***Proses Perhitungan Pajak Reklame dan Kontribusinya Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Makassar***".

## **B. Rumusan Masalah**

Pada dasarnya pembiayaan pembangunan daerah selalu meningkat. Oleh karena itu, pajak reklame merupakan salah satu sumber pendapatan dalam menunjang keuangan daerah kota Makassar yang dapat digunakan sebagai sumber anggaran pembangunan. Oleh karena itu, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah proses perhitungan pajak reklame sudah sesuai dengan peraturan walikota Makassar ?
2. Berapa besarkontribusi Pajak Reklame terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah di kota Makassar?

## **C. Tujuan Penelitian.**

1. Untuk mengetahui proses perhitunganpajak reklame di Kota Makassar.
2. Untuk mengetahui sejauh mana kontribusi pajak reklame terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah di Kota Makassar

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi penulis

Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, serta menambah pengetahuan dan pengalaman penulis agar dapat mengembangkan ilmu yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Makassar, selain itu penulis dapat membandingkan antara teori dan praktek di lapangan.

2. Bagi instansi terkait

Untuk memberikan informasi dan penambahan wawasan bagi pihak-pihak terkait dengan permasalahan ekonomi, dengan demikian diharapkan dapat menentukan kebijakan dengan tepat.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Tinjauan Teori**

##### **1. Pengertian Pajak Secara Umum**

Pajak adalah iuran pada Negara yang dapat dipaksakan yang terhutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan dengan tidak dapat prestasi kembali yang langsung dapat ditunjuk yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum yang berhubungan dengan tugas pemerintah. Pengertian pajak menurut beberapa ahli :

- a. Prof. Dr. P. J. A. Adriani ( Aristianti Widyaningsih, 2011 : 2), Pajak adalah iuran kepada Negara yang dapat dipaksakan, yang terhutang oleh wajib pajak membayarnya menurut peraturan dengan tidak mendapat imbalan kembali yang dapat ditunjuk secara langsung.
- b. Prof. DR. H. Rachmat Sumitro, SH ( Aristianti Widyaningsih, 2011 : 2), Pajak adalah iuran rakyat kepada kas Negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal balik yang langsung dapat ditunjukkan dan digunakan untuk membayar pengeluaran umum.
- c. Sommerfeld ray M. Anderson Herschel M. & Brock Horace R. ( Aristianti Widyaningsih, 2011 : 2), Pajak adalah suatu pengalihan sumber dari sektor swasta ke sektor pemerintah, bukan akibat pelanggaran hukum, namun wajib dilaksanakan, berdasarkan ketentuan yang sudah ditentukan tanpa mendapat imbalan yang langsung dan proporsional, agar pemerintah dapat melaksanakan

tugas-tugasnya untuk menjalankan pemerintahannya.

- d. Prof. Dr. M.J. H. Smeets (Wirawan B. Ilyas dan Richard B., 2004 : 4), Pajak adalah prestasi kepada pemerintah yang terhutang melalui norma-norma umum dan dapat dipaksakan tanpa adanya kontraprestasi yang dapat ditunjukkan dalam hak individual untuk membiayai pengeluaran pemerintah.
- e. Dr. Soeparman Soemahamidjaja (Wirawan B. Ilyas dan Richard B., 2004 : 4) Pajak adalah iuran wajib berupa barang yang dipungut oleh penguasa berdasarkan norma hukum, guna menutup biaya produksi barang dan jasa kolektif dalam mencapai kesejahteraan umum.
- f. Mr. Dr. N. J. Feldmann (Wirawan B. Ilyas dan Richard B., 2004 : 4), Pajak adalah prestasi yang dipaksakan sepihak oleh dan terutang kepada penguasa (menurut norma-norma) tanpa adanya kontra prestasi dan semata-mata digunakan untuk menutup pengeluaran-pengeluaran umum.

Secara garis besar ciri-ciri yang terdapat pada pajak (Wirawan B. Ilyas dan Richard B., 2004 : 5) adalah sebagai berikut :

- a. Pembayaran pajak harus berdasarkan undang-undang.
- b. Sifatnya dapat dipaksakan.
- c. Tidak ada kontraprestasi (imbalan) yang dapat langsung dirasakan oleh pembayar pajak.
- d. Pemungutan pajak dilakukan oleh Negara baik oleh pemerintah pusat maupun daerah (tidak boleh dipungut oleh swasta)
- e. Pajak digunakan untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran pemerintah (rutin dan pembangunan) bagi kepentingan masyarakat umum.

## 2. Pengertian Reklame

Kata reklame berasal dari bahasa Belanda *reclame* yang artinya pemberitahuan kepada khalayak ramai tentang produk atau hasil buatan dari suatu perusahaan dengan cara tertulis atau lisan dan bersifat menonjol. Reklame juga memiliki arti beda, alat atau perbuatan yang menurut bentuk susunan atau corak ragamnya dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memuji suatu benda atau seseorang ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu benda atau seseorang di tempatkan atau berlangsung pada suatu tempat yang terbuka untuk umum atau yang dapat dilihat dari tempat umum.

## 3. Pengertian Pajak Reklame

Pajak reklame (Marihhot P. Siaahan, 2005:23) adalah pajak atas penyelenggaraan reklame, yaitu benda, alat, perbuatan, atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memuji suatu barang, jasa, atau orang ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau dapat dilihat, dibaca, dan atau didengar dari suatu tempat oleh umum kecuali yang dilakukan oleh pemerintah. Dalam pemungutan pajak reklame terdapat beberapa terminologi yang perlu diketahui. Terminologi tersebut adalah sebagaimana di bawah ini (Marihhot P. Siaahan, 2005:324) :

- a. Penyelenggara reklame adalah orang atau badan yang menyelenggarakan reklame untuk dan atas namanya sendiri dan untuk atau atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya.
- b. Perusahaan jasa periklanan/biro reklame adalah badan yang bergerak

- di bidang periklanan yang memenuhi persyaratan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- c. Panggung reklame adalah suatu sarana atau tempat pemasangan reklame yang ditetapkan untuk satu atau beberapa buah reklame.
  - d. Jalan umum adalah suatu sarana perhubungan darat dalam bentuk apapun, meliputi segala bagian jalan termasuk bangunan pelengkap dan perlengkapannya di peruntukkan bagi lalu lintas.
  - e. Izin adalah izin penyelenggaraan yang terdiri dari izin tetap dan izin terbatas.
  - f. Surat Permohonan Penyelenggaraan Reklame (SPPR) adalah surat yang digunakan oleh wajib pajak untuk mengajukan permohonan penyelenggaraan reklame dan mendaftarkan identitas pemilik data reklame sebagai dasar perhitungan pajak yang terhutang.
  - g. Surat Kuasa Untuk Menyetor (SKUM) adalah nota perhitungan besarnya pajak reklame yang harus dibayar oleh wajib pajak yang berfungsi sebagai ketetapan pajak.

#### **4. Fungsi Pajak**

Pajak mempunyai peranan yang sangat penting dalam kehidupan bernegara, khususnya sebagai sumber pembiayaan dan pembangunan Negara. Maka pajak mempunyai beberapa fungsi ( Aristianti Widyaningsih, 2011:3), yaitu :

- a. Fungsi *budgeter* (fungsi penerimaan)

Fungsi budgeter merupakan fungsi utama pajak yaitu suatu fungsi dimana pajak dipergunakan sebagai alat untuk memasukkan dana secara optimal ke kas Negara berdasarkan undang-undang perpajakan yang

berlaku. Yang dimaksud dengan memasukkan kas secara optimal adalah sebagai berikut :

- 1) Jangan sampai ada wajib pajak/subjek yang tidak membayar kewajiban pajaknya.
- 2) Jangan sampai wajib pajak tidak melaporkan objek pajak kepada fiskus.
- 3) Jangan sampai ada objek pajak dipengamatan dan perhitungan fiskus yang terlepas. Dengan demikian maka optimalisasi pemasukan dana ke kas Negara tercipta atas usaha wajib pajak dan fiskus.

Faktor yang turut mempengaruhi optimalisasi pemasukan dana ke kas Negara adalah filsafat Negara. Negara yang berideologi yang berorientasi kepada kesejahteraan rakyat banyak akan mendapat dukungan dari rakyatnya dalam hal pembayaran pajak. Untuk itu rakyat diikutsertakan dalam menentukan berat ringannya pajak melalui penetapan undang-undang perpajakan oleh Dewan Perwakilan Rakyat (DPR). Sebaliknya di Negara yang berorientasi kepada kepentingan penguasa sangat sulit untuk mengharapkan partisipasi masyarakat untuk kewajiban pajaknya. Kejelasan undang-undang dan peraturan perpajakan yang jelas, mudah dan sederhana serta pasti akan menimbulkan penafsiran yang baik di pihak fiskus maupun di pihak wajib pajak tingkat pendidikan penduduk atau wajib pajak. Secara umum dapat dikatakan bahwa semakin tinggi pendidikan wajib pajak maka makin mudah bagi memahami peraturan perpajakan termasuk memahami sanksi administrasi dan sanksi pidana fiskal. Kualitas dan kuantitas petugas pajak setempat sangat menentukan efektifitas undang-undang dan peraturan perpajakan.

Fiskus yang profesional akan berusaha secara konsisten untuk

menggali objek pajak yang menurut ketentuan pajak harus dikenakan pajak. Strategi yang diterapkan organisasi yang mengadministrasikan pajak di Indonesia unit-unit ini adalah kantor pelayanan pajak, kantor pemeriksaan dan penyelidikan pajak yang dilakukan Dirjen Pajak. Perwujudan fungsi budget dalam kehidupan kenegaraan dapat terlihat dalam APBN yang setiap tahun disahkan oleh undang-undang.

b. Fungsi Mengatur (*Regulated Function*)

Fungsi regulerend atau fungsi mengatur dan sebagainya juga fungsi pajak dipergunakan oleh pemerintah sebagai alat untuk mencapai tujuan tertentu, dan sebagainya sebagai fungsi tambahan karena fungsi ini hanya sebagai pelengkap dari fungsi utama pajak. Untuk mencapai tujuan tersebut maka pajak dipakai sebagai alat kebijakan, misalnya : pajak atas minuman keras ditinggikan untuk mengurangi konsumsi.

c. Fungsi Stabilitas

Fungsi Stabilitas yaitu dengan adanya pajak, pemerintah memiliki dana untuk menjalankan kebijakan yang berhubungan dengan stabilitas harga sehingga inflasi dapat dikendalikan. Hal ini bisa dilakukan dengan mengatur peredaran uang di masyarakat, pemungutan pajak, penggunaan pajak yang efektif dan efisien.

d. Fungsi Retribusi

Fungsi Retribusi yaitu pendapatan pajak yang sudah dipungut oleh Negara akan digunakan untuk membiayai semua kepentingan umum, termasuk untuk membiayai pembangunan.

## 5. Mekanisme Pemungutan Pajak

### a. Syarat Pajak (Jamaluddin. M, 2011:4)

Agar tidak menimbulkan hambatan dan permasalahan, maka dalam proses pemungutan pajak diperlukan syarat-syarat sebagai berikut :

#### 1) Syarat Keadilan

Dalam pemungutan pajak harus dilakukan secara adil dan tertuang di dalam undang-undang (hukum pajak) yang mengatur siapa-siapa sebagai wajib pajak, apa yang menjadi hak-hak serta kewajiban-kewajiban dari wajib pajak termasuk sanksi-sanksi yang ada baik secara administratif maupun secara pidana. Dengan adanya undang-undang pemungutan pajak secara adil yang mengarah pada pemungutan yang bersifat umum dan merata. Terdapat beberapa teori yang memberikan dasar tentang keadilan dalam pemungutan pajak, yaitu :

- a) Teori asuransi, menyatakan bahwa sebagaimana perjanjian asuransi atau pertanggungjawaban pembayaran pajak dengan pembayaran premi asuransi.
- b) Teori kepentingan, menyatakan bahwa pembagian beban pajak pada masyarakat harus berdasarkan atas kepentingan masing-masing termasuk perlindungan atas jiwa orang-orang besar maka dia harus membayar pajak yang lebih besar pula.
- c) Teori gaya pikul, menyatakan bahwa beban pajak harus sama beratnya untuk setiap orang sesuai dengan gaya pikul seseorang. Dimana untuk mengukur gaya pikul seseorang dilihat dari jumlah tanggungan keluarga. Makin besar kebutuhan yang harus dipenuhi, semakin kecil kekuatan seseorang membayar pajak.

- d) Teori bakti, menyatakan bahwa dasar keadilan pemungutan pajak terletak pada hubungan rakyat dengan negaranya. Dalam hal ini rakyat harus menyadari bahwa pembayaran pajak merupakan suatu kewajiban yang membuktikan tanda bakti kepada Negara.
- e) Teori asas daya beli, menyatakan bahwa akibat baik dari pemungutan pajak merupakan dasar yang kemudian menyalurkan kembali ke masyarakat demi kesejahteraan bersama.

## 2) Syarat Yuridis

Didalam pemungutan pajak harus berdasarkan hukum yang menyatakan keadilan yang tegas baik untuk Negara maupun untuk masyarakatnya. Di Indonesia pengenaan dan pemungutan pajak (termasuk bea dan cukai) untuk Negara hanya boleh terjadi berdasarkan Undang-Undang. Hal ini dalam arti harus mendapatkan persetujuan dari masyarakat melalui Dewan Perwakilan Rakyat (DPR).

## 3) Syarat Ekonomis

Pemungutan pajak tidak boleh dilakukan oleh bidang perekonomian, baik di bidang produksi, jasa maupun perdagangan.

## 4) Syarat Finansial

Hasil pemungutan pajak seharusnya dapat membiayai pengeluaran Negara, oleh karena itu dalam melaksanakan pemungutan jangan sampai memakan waktu, maka hendaknya diterapkan sistem pemungutan yang sederhana dan mudah dilaksanakan.

## 5) Syarat Sederhana

Untuk mencapai efisiensi pemungutan pajak dan memudahkan masyarakat dalam menghitung dan membayar pajak, sehingga dengan

adanya kesederhanaan dan kemudahan sistem tersebut dapat meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar pajak.

b. Sistem Pemungutan Pajak

Berdasarkan sistem pemungutan pajak dapat dibedakan menjadi tiga sistem yang dapat digunakan (Jamaluddin M, 2011:8)

- 1) *Official Assessment system* (sistem pemungutan oleh pemerintah) merupakan sistem pemungutan dimana besarnya pajak ditentukan oleh pihak pajak yang diterbikan oleh pihak pemungut (*fiscus*).
- 2) *Self assessment System* (sistem pemungutan oleh wajib pajak sendiri) merupakan sistem pemungutan dimana besarnya pajak ditentukan oleh dua pihak yaitu wajib pajak dan *fiscus*. Dalam sistem ini wajib pajak pada awal dan akhir tahun pajak pihak fiskus menentukan besarnya pajak yang sesungguhnya terhutang.
- 3) *With Holding System* (sistem pemungutan oleh pihak ketiga) merupakan sistem pemungutan dimana besarnya pajak ditentukan oleh pihak wajib pajak. Dalam sistem ini wajib pajak dan fiskus bersifat pasif.

**6. Objek dan Subjek Pajak Reklame**

a. Objek Pajak Reklame (Marihot P. Siahaan, 2005 : 325-326)

Objek pajak reklame adalah semua penyelenggaraan reklame. Penyelenggaraan reklame dapat dilakukan oleh penyelenggara reklame atau perusahaan jasa periklanan yang terdaftar pada Badan Pendapatan Daerah Kabupaten atau Kota. Penyelenggaraan reklame yang ditetapkan menjadi objek pajak reklame adalah sebagai berikut :

- 1) Reklame *Magatron/Videotron/Large Elektronik Display (LED)* adalah reklame yang menggunakan layar monitor besar berupa

program reklame atau iklan bersinar maupun tidak, dengan gambar dan atau tulisan berwarna yang dapat berubah-ubah, terprogram dan difungsikan dengan tenaga listrik.

- 2) Reklame papan/*billboard* adalah reklame yang terbuat dari seng, aluminium, fiber glass, kaca, batu, logam, alat penyiar atau bahan lain yang sejenis, dipasang pada tempat yang disediakan atau digantung/ditempel/dibuat pada bangunan tembok, dinding, pagar, pohon, tiang dan sebagainya. Baik bersinar, disinari maupun yang tidak bersinar.
- 3) Reklame kain adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain, termasuk plastik, karet atau bahan lain yang sejenis dengan itu. Termasuk bendera, tenda, krey, karet, karung dan sejenisnya.
- 4) Reklame melekat (*stikker/poster*) adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan atau dapat diminta untuk ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda dengan ketentuan tidak melebihi 100CM per lembar.
- 5) Reklame selebaran (*brosur*) adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan, dijual atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantung pada suatu benda lain. Contoh dari reklame brosur adalah brosur, katalog, undangan atau tiket yang mengandung iklan.
- 6) Reklame berjalan, termasuk pada kendaraan adalah reklame yang

ditempelkan pada kendaraan atau benda yang bersifat mobile baik mempergunakan kendaraan atau dibawa orang.

- 7) Reklame udara adalah reklame yang diselenggarakan di udara dengan menggunakan gas, laser, pesawat atau alat lain yang sejenis. Termasuk dengan balon udara.
- 8) Reklame film/*slide* adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan klise berupa kaca atau film, ataupun bahan-bahan lain yang sejenis, sebagai alat untuk diproyeksikan dan atau dipancarkan pada layar atau benda lain di dalam ruang yang dibedakan menjadi dua yaitu dengan suara dan tanpa suara.
- 9) Reklame peragaan adalah reklame yang diselenggarakan dengan memperagakan satu barang atau tanpa disertai suara yang terbagi menjadi dua yaitu di luar ruangan yang bersifat permanen dan tidak permanen.
- 10) Reklame suara adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari atau oleh perantara alat.

b. Bukan Objek Pajak Reklame

Pada pajak reklame, tidak semua penyelenggaraan reklame dikenakan pajak. Ada beberapa pengecualian yang tidak termasuk objek pajak (Marihot P. Siahaan, 2005: 327) yaitu :

- 1) Penyelenggaraan reklame melalui internet, televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan, dan sejenisnya.
- 2) Penyelenggaraan reklame lainnya yang ditetapkan dengan peraturan daerah, misalnya penyelenggaraan reklame yang diadakan khusus

untuk kegiatan sosial, pendidikan, keagamaan, dan politik tanpa sponsor.

c. Subjek Pajak Reklame (Marihhot P. Siahaan, 2005, h. 327)

Subjek Pajak Reklame adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan atau melakukan pemasangan reklame. Wajib Pajak (WP) reklame adalah orang pribadi, badan, atau pihak ketiga/agen reklame yang menyelenggarakan reklame.

## **7. Dasar Hukum Pemungutan Pajak Reklame**

Pemungutan pajak di Indonesia saat ini didasarkan pada dasar hukum yang jelas dan kuat sehingga harus dipatuhi oleh masyarakat dan pihak yang terkait. Dasar hukum pemungutan pajak reklame pada suatu Kabupaten/Kota (Marihhot P. Siahaan, 2005: 325) adalah sebagai berikut :

- a. Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 yang merupakan perubahan atas Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
- b. Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 tentang Pajak Daerah
- c. Peraturan daerah kabupaten/kota yang mengatur tentang Pajak Reklame
- d. Keputusan bupati/walikota yang mengatur tentang Pajak Reklame sebagai aturan pelaksanaan peraturan daerah tentang Pajak Reklame pada kabupaten/kota yang dimaksud.

## 8. Dasar Pengenaan Pajak Reklame (DPP) dan Penetapan Pajak Reklame

### a. Dasar Pegenaan Pajak (DPP)

Dasar pengenaan pajak reklame (Marihhot P. Siahaan, 2005: 328-331) adalah Nilai Sewa Reklame (NSR), yaitu nilai yang ditetapkan sebagai dasar perhitungan penetapan besarnya pajak reklame. NSR diperhitungkan dengan memerhatikan lokasi penempatan, jenis, jangka waktu penyelenggaraan dan ukuran media reklame. NSR dihitung berdasarkan :

- 1) Besarnya biaya pemasangan reklame
- 2) Besarnya biaya pemeliharaan reklame
- 3) Lama pemasangan reklame
- 4) Nilai strategis lokasi
- 5) Jenis reklame.

Cara perhitungan perhitungan NSR ditetapkan dengan peraturan daerah. Umumnya peraturan daerah akan menetapkan bahwa NSR ditetapkan oleh bupati/walikota dengan persetujuan DPRD kabupaten/kota yang bersangkutan dengan berpedoman pada keputusan Menteri Dalam Negeri. Hasil perhitungan NSR ditetapkan dengan keputusan bupati/walikota. 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 Reklame (NJOR) adalah keseluruhan pembayaran/pengeluaran yang dikeluarkan oleh pemilik dan atau penyelenggara 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 selesai dipancarkan, diperagakan, ditayangkan atau terpasang di tempat yang telah diizinkan. Perhitungan NJOR didasarkan pada besarnya komponen biaya penyelenggaraan reklame, yang meliputi indikator :

- 1) Biaya pembuatan/konstruksi
- 2) Biaya pemeliharaan
- 3) Lama pemasangan
- 4) Jenis reklame
- 5) Luas bidang reklame
- 6) Ketinggian reklame

Besarnya NJOR dihitung dengan rumus :

$$NJOR = (Ukuran\ Reklame \times Harga\ Dasar\ Ukuran\ Reklame) + (Ketinggian\ Reklame \times Harga\ Dasar\ Ketinggian\ Reklame)$$

Nilai Strategis Pemasangan Reklame (NSPR) adalah ukuran nilai yang ditetapkan pada titik lokasi pemasangan reklame tersebut. Berdasarkan kriteria kepadatan 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 sebagai berikut :

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

Tarif pajak reklame ditetapkan paling tinggi sebesar 25% dan ditetapkan dengan peraturan daerah kabupaten/kota yang bersangkutan. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan keleluasaan kepada pemerintah kabupaten/kota untuk menetapkan tarif pajak yang dipandang sesuai dengan kondisi masing-masing daerah kabupaten/kota. Besarnya pokok pajak reklame yang terutang dihitung dengan cara mengalikan tarif pajak dengan dasar pengenaan pajak. Secara umum perhitungan pajak reklame adalah sesuai dengan rumus berikut :

$$\begin{aligned} \text{Pajak Terutang} &= \text{Tarif Pajak} \times \text{Dasar Pengenaan Pajak} \\ &= \text{Tarif Pajak} \times \text{Nilai Sewa Reklame} \end{aligned}$$

Ketentuan tarif lain :

- 1) Reklame rokok dan minuman alcohol ditambah 25% dari pajak rokok.
- 2) Reklame yang menambah ketinggian sampai dengan 15 meter ditambah 20% dari pokok pajak 15 meter pertama.

Nilai Sewa Reklame pada pajak reklame :

- 1) Reklame kain : umbul-umbul, spanduk dan sejenisnya nilai sewa reklame sama dengan reklame papan.
- 2) Reklame temple atau sticker : Rp.5000 permeter persegi perhari.
- 3) Reklame berjalan atau reklame kendaraan : Rp.5000/meter persegi perhari.
- 4) Reklame udara : Rp.2.000.000 perperagaan maksimal 1 bulan

- 5) Reklame suara : Rp.1000 per 15 detik.
- 6) Reklame film atau slide : Rp.5000 per 15 detik dengan suara dan Rp.2000 per 15 detik tanpa suara
- 7) Reklame peragaan : Rp.12.000 perhari atau setidaknya-tidaknya minimal Rp.400.000 untuk peragaan di luar ruangan yang bersifat permanen dan Rp.200.000 untuk peragaan yang bersifat tidak permanen.
- 8) Reklame indoor/dalam ruangan sama seperti reklame peragaan namun mendapat potongan 50%.

Besarnya tarif pajak reklame pada setiap kabupaten/kota dapat dipungut pada 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. Pengelolaan pajak reklame mengemukakan sistem pengelolaan yaitu rangkaian tata kerja dan prosedur kerja yang membentuk suatu kebulatan pola kerja tertentu dalam rangka mencapai hasil kerja yang diharapkan.

b. Penetapan Pajak Reklame (Marihot P. Siahaan, 2005 : 335-337)

1) Cara pemungutan pajak reklame

Pemungutan pajak reklame tidak dapat diborongkan. Artinya seluruh proses kegiatan pemungutan pajak reklame tidak dapat diserahkan kepada pihak ketiga. Walaupun demikian, dimungkinkan adanya kerjasama dengan pihak ketiga dalam pemungutan pajak, pengiriman surat-surat kepada wajib pajak, atau penghimpunan data objek dan subjek pajak. Kegiatan yang tidak dapat dikerjasamakan dengan pihak ketiga adalah kegiatan perhitungan besarnya pajak yang terutang, pengawasan penyetoran pajak, dan penagihan pajak.

## 2) Penetapan Pajak Reklame

Berdasarkan Surat Pemberitahuan Pajak Daerah (SPPD) yang disampaikan oleh wajib pajak dan pendataan yang dilakukan oleh petugas Dinas Pendapatan Asli Daerah, bupati/walikota atau pejabat yang ditunjuk oleh bupati/walikota menetapkan pajak reklame yang terutang dengan menerbitkan Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD). SKPD harus dilunasi oleh wajib pajak paling lama 30 hari sejak diterimanya SKPD oleh wajib pajak atau jangka waktu lain yang ditetapkan oleh bupati/walikota.

Apabila setelah lewat waktu yang ditentukan wajib pajak tidak atau kurang membayar pajak terutang dalam SKPD, wajib pajak dikenakan sanksi administrasi berupa bunga sebesar 2% sebulan dan ditagih dengan menerbitkan Surat Tagihan Pajak Daerah (STPD).

## 3) Ketetapan Pajak

Dalam jangka waktu lima tahun sesudah saat terutangnya pajak, bupati/walikota dapat menerbitkan Surat Ketetapan Pajak Daerah Kurang Bayar (SKPDKB), dan Surat Ketetapan Pajak Daerah Kurang Bayar Tambahan (SKPDKBT), Surat Ketetapan Pajak Nihil (SKPDN). Surat ketetapan pajak diterbitkan berdasarkan pemeriksaan atas SPTPD yang disampaikan oleh wajib pajak.

## 4) Surat Tagihan Pajak Daerah (STPD)

Bupati/walikota dapat menerbitkan STPD jika pajak reklame dalam tahun berjalan tidak atau kurang dibayar, hasil penelitian SPTPD terdapat kekurangan pembayaran sebagai akibat salah tulis atau salah hitung, dan wajib pajak dikenakan sanksi administrasi berupa bunga atau denda yang dikenakan kepada wajib pajak yang tidak atau kurang bayar pajak yang terutang.

## B. Tinjauan Empiris

Tinjauan empiris merupakan hasil penelitian terdahulu yang mengemukakan beberapa konsep yang relevan dan terkait dengan sikap dan perilaku konsumen. Adapun beberapa studi empiris yang menjadi acuan dalam penulisan skripsi ini antara lain :

Tabel 2.1  
TINJAUAN EMPIRIS

No	Nama dan Judul Penelitian	Variabel	Metode Analisis	Hasil
1.	Fitrani Sulistani Parijo (2012) "Kontribusi Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Pada Dinas Pendapatan Daerah"	Kontribusi pajak reklame, Pendapatan asli daerah	Deskriptif Kualitatif	target dan realisasi pajak reklame di Kabupaten Pontianak dari tahun 2009-2011 terus mengalami perubahan. Tahun 2009 pajak reklame berkontribusi terhadap PAD sebesar 0,84%, tahun 2010 sebesar 1,01%.
2.	Reni Rinawati (2011) "Analisis Pengaruh Pemungutan Pajak Reklame Terhadap Upaya Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kota Surabaya"	Target dan realisasi penerimaan pajak, pengaruh pemungutan pajak	Analisis regresi sederhana	pemungutan pajak reklame tidak berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah kota Surabaya, tetapi penerimaan pajak reklame pada kota Surabaya memiliki hubungan yang kuat dan positif atau searah

3.	Vadia Vamiagustin (2012) "Pengaruh Pajak Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah (Studi Kasus pada Dinas Pendapatan Kota Batu (2010-2012))"	Pajak Daerah, pendapatan asli daerah	Deskriptif kuantitatif	Pajak restoran, pajak hiburan, pajak reklame dan pajak penerangan jalan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan asli daerah. Sedangkan pajak hotel dan parkir secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan asli daerah.
4.	Fadilatun Awaliyah (2014) "Pengaruh Pendapatan Pajak Reklame dan Pajak Penerangan Jalan Terhadap Penerimaan Pajak Daerah Kabupaten Tegal"		Deskriptif Kuantitatif	Besarnya kecilnya nilai pendapatan pajak reklame tidak berpengaruh terhadap penerimaan pajak daerah, pendapatan pajak penerangan jalan berpengaruh terhadap penerimaan pajak daerah.
5.	Sayugo Adi Purwanto (2016) "Pengaruh Pajak Reklame Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Berau"	pajak reklame, pendapatan asli daerah	Deskriptif Kuantitatif	Hasil yang diperoleh yaitu 61% merupakan besarnya pengaruh pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Berau, sedangkan sisanya 31% merupakan faktor lain yang juga mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah. Ini menunjukkan bahwa pajak reklame sangat berpengaruh terhadap Pendapatan Asli Daerah.

### C. Kerangka Konsep

optimalisasi. Pemerintah daerah bertanggung jawab untuk melakukan pembangunan dan pelayanan terhadap masyarakat di daerahnya. Untuk mewujudkan tugasnya tersebut maka pemerintah daerah harus memiliki sumber keuangan yang cukup dan memadai karena untuk pelaksanaan pembangunan daerah itu memerlukan biaya yang tidak sedikit. Salah satu sumber keuangan untuk penyelenggaraan pembangunan daerah tersebut salah satunya didapatkan dari pajak reklame. Untuk mengetahui gambaran mengenai penelitian ini, maka diperlukan sebuah kerangka pemikiran yang sistematis untuk memecahkan masalah.



Gambar 2.1

KERANGKA KONSEP

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Badan Pendapatan Kota Makassar. Waktu penelitian selama dua bulan yaitu dari bulan Mei sampai bulan Juli 2018.

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

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian Lapangan (Field research), yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mengunjungi langsung objek penelitian. Untuk mendapatkan data-data tersebut digunakan teknik sebagai berikut :
  - a. Interview, yaitu mengadakan tanya jawab (wawancara) dengan pimpinan dan pengurus perusahaan yang diteliti.
  - b. Observasi, yaitu mengadakan pengamatan langsung terhadap objek penelitian, kemudian mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan.
  - c. Dokumentasi yaitu metode pengumpulan data dengan cara membuka dokumen atau catatan-catatan yang dianggap perlu.

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

1. Jenis data dari penelitian ini adalah :
  - a. Data Kualitatif, yaitu data yang diperoleh dari perusahaan berupa informasi baik secara lisan maupun tulisan.

- b. Data Kuantitatif yaitu data yang diperoleh dari perusahaan berupa data dalam bentuk angka-angka.

## 2. Sumber Data

- a. Data Primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung pada instansi yang bersangkutan dari hasil wawancara.
- b. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari dokumentasi objek penelitian, berupa laporan tertulis yang dibuat secara periodik dan berkala.

## D. Metode Analisis

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif yaitu untuk melihat bagaimana proses perhitungan pajak reklame dan kontribusinya terhadap Peningkatan Asli Daerah (PAD) Kota Makassar.

## E. Analisis kontribusi

Menurut kamus ekonomi (T. Guritno, 1992:76) kontribusi adalah sesuatu yang diberikan bersama-sama dengan pihak lain untuk tujuan biaya atau kerugian tertentu atau bersama. Sehingga kontribusi yang dimaksud dapat diartikan sebagai sumbangan yang diberikan oleh pendapatan pajak reklame dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut

$$\text{Kontribusi} = \frac{\text{Realisasi Penerimaan Pajak Reklame}}{\text{Realisasi Penerimaan PAD}} \times 100\%$$

Untuk menggambarkan indikator dalam menilai kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD), maka digunakan indikator pada tabel di bawah ini.

Tabel 3.1

## KRITERIA KONTRIBUSI

<b>Presentase</b>	<b>Kriteria</b>
0% - 10%	Sangat Kurang
10% - 20 %	Kurang
20% - 30%	Sedang
30% - 40%	Cukup Baik
40% - 50%	Baik
Diatas 50%	Sangat Baik

Sumber : Depdagri

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

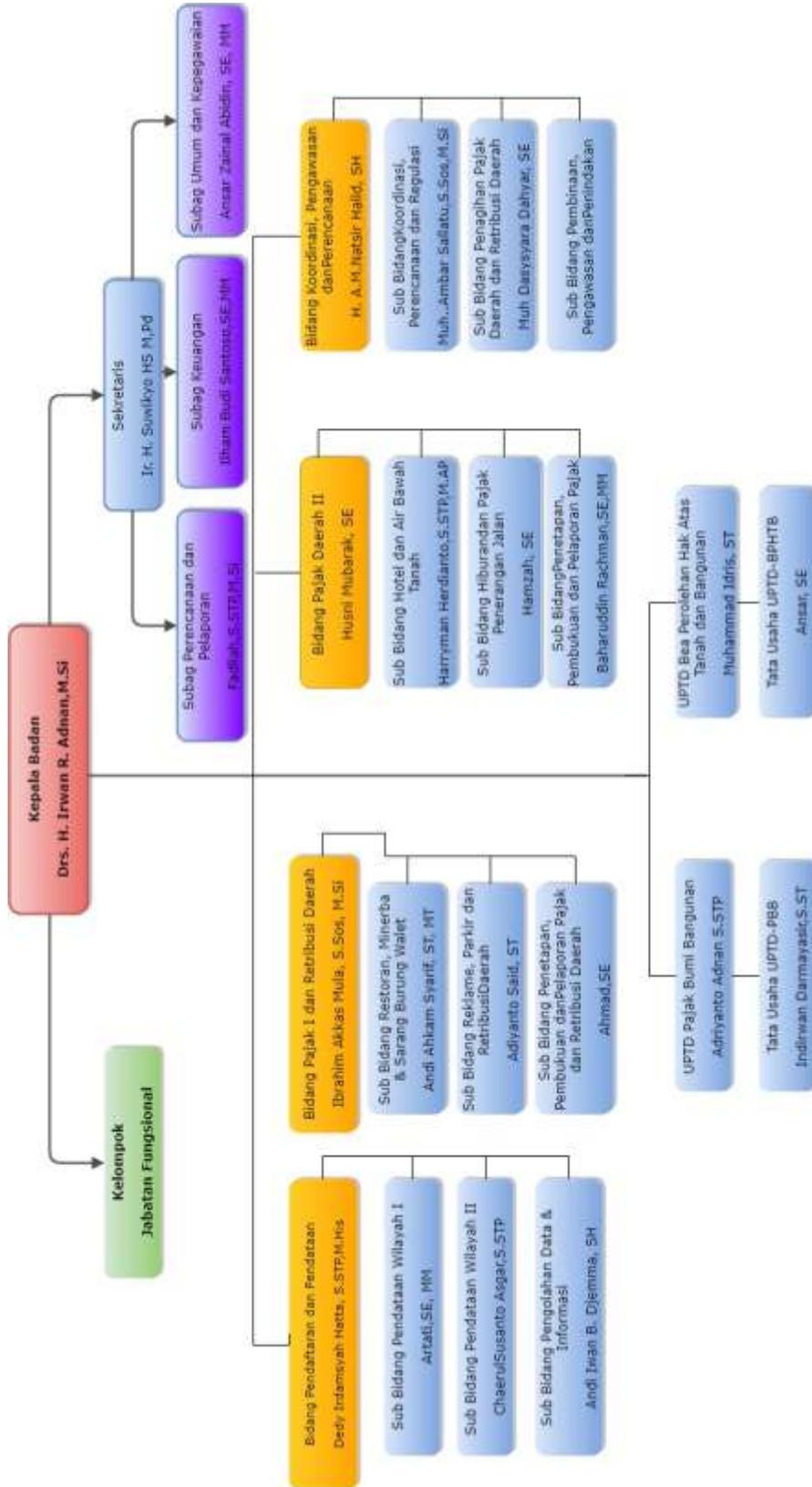
##### **1. Sejarah Singkat Dinas Pendapatan Daerah Kota Makassar**

Sebelum terbentuknya Dinas Pendapatan Kotamadya Tingkat II Makassar, Dinas Pasar, Dinas Air Minum dan Dinas Penghasilan Daerah dibentuk berdasarkan Surat Keputusan Wilikotamadya 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/V/1977 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 Daerah Kota Makassar.

2. Visi dan Misi Dinas Pendapatan Daerah Kota Makassar
  - a. Visi DIPSENDA Kota Makassar Dinas Pendapatan, Prima dalam dalam Pelayanan dan Unggul dalam Pengelolaan Pendapatan Daerah.
  - b. Misi Dispenda Kota Makassar
    - 1) Menggali sumber-sumber PAD secara optimal
    - 2) Menyempurnakan system pengelolaan PAD
    - 3) Meningkatkan kordinasi
    - 4) Menyusun/merevisi kembali Peraturan Daerah
    - 5) Meningkatkan pengawasan pengelolahan pendapatan daerah
    - 6) Meningkatkan kemampuan Sumber Daya Manusia
    - 7) Melakukan evaluasi secara berkala
    - 8) Menyediakan sarana dan prasarana yang memadai, dan
    - 9) Meningkatkan penyuluhan, pelayanan,dan pengawasan agar terbina kesadaran Wajib Pajak/Wajib Retribusi.

### 3. Struktur Organisasi Badan pendapatan Daerah Kota Makassar



Gambar 4.1  
STRUKTUR ORGANISASI BAPENDA MAKASSAR

## B. Penyajian Data (Hasil Penelitian)

### 1. Proses Perhitungan Pajak Reklame

Tabel 4.1

#### PERHITUNGAN PAJAK REKLAME

No	Jenis Reklame	Rumus
1	Reklame Permanen	$\{(P \times L \times NJOPR) + NSNS (LO+SP+KT)\}$ X 25%
2	Reklame Insidental	$\{(P \times L \times NJOPR) + NS\}$ X 25%

Sumber : Peraturan Walikota Makassar Nomor 40 Tahun 2015

Keterangan :

P : panjang

L : Lebar

NJOPR : Nilai Jual Objek Pajak Reklame

NS : Nilai Strategis

LO : Lokasi

SP : Sudut Pandang

KT : Ketinggian

NSNS : Nilai Satuan Nilai Strategis

### **C. Analisis dan Interpretasi (Pembahasan)**

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

Dasar hukum yang melandasi pemungutan pajak reklame di kota makassar adalah Peraturan Walikota Makassar Nomor 40 Tahun 2015 Tentang Penetapan Nilai Sewa Reklame.

Menimbang :

- a. Bahwa dalam rangka pelaksanaan ketentuan pasal 28 ayat (6) Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 3 Tahun 2010 tentang Pajak Daerah Kota Makassar, perlu ditetapkan Nilai Sewa Reklame sebagai Dasar Pengenaan Pajak Reklame.
- b. Bahwa untuk maksud tersebut pada huruf a diatas, perlu ditetapkan dengan Peraturan Walikota Tentang Penetapan Nilai Sewa Reklame.

Mengenai :

- 1) Undang-undang Nomor 29 Tahun 1959 tentang Pembentukan Daerah-Daerah Tingkat II di Sulawesi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1959 Nomor 74, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 1822).
- 2) Undang-undang Nomor 8 Tahun 1981 Tentang Kitab Undang-Undang Hukum Acara Pidana (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1981 Nomor 76, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3209).
- 3) Undang-undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Daerah Antara Pemerintah Pusat Dan Pemerintah Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor

- 126, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4438).
- 4) Undang-undang Nomor 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah Dan Retribusi Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 130, Tambahan Lembaran Republik Indonesia Nomor 5049).
  - 5) Undang-undang Nomor 12 tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 82, Tambahan Lembaran Republik Indonesia Nomor 5234).
  - 6) Undang-undang Nomor 23 tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 244, Tambahan Lembaran Republik Indonesia Nomor 5587; sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2015 tentang perubahan kedua atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Indonesia Nomor 5679).
  - 7) Undang-undang Nomor 30 tahun 2014 tentang Administrasi Pemerintahan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 292, Tambahan Lembaran Republik Indonesia Nomor 5601).
  - 8) Peraturan pemerintah nomor 51 tahun 1971 tentang Perubahan Batas-Batas Daerah Kota Madya Makassar Dan Kabupaten Gowa, Maros Dan Pangksjene Dan Kepulauan Dalam Lingkungan

Daerah Propinsi Sulawesi Selatan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1971 Nomor 65, Tambahan Lembaran Republik Indonesia Nomor 2970).

- 9) Peraturan pemerintah nomor 86 tahun 1999 tentang Perubahan Nama Kota Ujung Pandang Menjadi Kota Makassar Dalam Wilayah Propinsi Sulawesi Selatan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 193).
- 10) Peraturan pemerintah nomor 58 tahun 2005 tentang Pengelolaan Keuangan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 140, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4578).
- 11) Peraturan pemerintah nomor 38 tahun 2007 tentang Pembagian Urusan Pemerintah Antara Pemerintahan Daerah, Pemerintahan Daerah Provinsi Dan Pemerintah Daerah Kabupaten Atau Kota (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 82, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4437).
- 12) Peraturan pemerintah nomor 91 tahun 2010 tentang jenis pajak daerah yang dipungut berdasarkan penetapan kepala daerah atau dibayar sendiri oleh wajib pajak (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 153, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5179).
- 13) Peraturan menteri dalam negeri nomor 13 tahun 2006 tentang pedoman pengelolaan keuangan daerah sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan peraturan menteri dalam negeri nomor 21 tahun 2011 tentang perubahan kedua atas

peraturan menteri dalam negeri nomor 13 tahun 2006 tentang pedoman pengelolaan keuangan daerah).

14) Peraturan menteri dalam negeri nomor 1 tahun 2014 tentang pembentukan produk hukum daerah (berita daerah republik indonesia tahun 2014 nomor 31).

15) Peraturan daerah kota makassar nomor 3 tahun 2009 tentang pembentukan dan susunan organisasi perangkat daerah kota makassar (lembaran daerah kota makassar nomor 3 tahun 2009) sebagaimana telah diubah dengan peraturan daerah kota makassar nomor 7 tahun 2013 tentang perubahan kedua atas peraturan daerah kota makassar nomor 3 tentang pembentukan dan susunan organisasi perangkat daerah kota makassar (lembaran daerah kota makassar tahun 2013 nomor 7).

16) Peraturan daerah kota makassar nomor 3 tahun 2010 tentang pajak daerah kota makassar (lembaran daerah kota makassar nomor 3 tahun 2010) sebagaimana telah diubah dengan peraturan walikota makassar nomor 2 tahun 2012 tentang perubahan atas peraturan daerah kota makassar nomor 3 tahun 2010 tentang pajak daerah kota makassar (lembaran daerah kota makassar nomor 2 tahun 2012).

a. Objek, Subjek dan Wajib Pajak Reklame

1) Terminologi pemungutan pajak Kota Makassar:

a) Daerah adalah kota makassar

b) Pemerintah daerah adalah walikota dan perangkat daerah sebagai unsur penyelenggara pemerintahan kota makassar

- c) Walikota adalah walikota makassar
- d) Dispenda adalag Dinas Pendapatan Daerah
- e) Kepala dinas adalah kepala dinas kota Makassar
- f) Pajak daerah yang selanjutnya disebut pajak adalah kontribusi wajib kepada Daerah yang terutang oleh orang-orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat
- g) Wajib pajak adalah Orang Pribadi atau Badan meliputi pembayar pajak, pemotong pajak yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan daerah.
- h) Pajak Reklame adalah Pajak atas penyelenggaraan reklame.
- i) 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, dindengar, dirasakan dan dinikmati oleh umum.
- j) Nilai Sewa Reklame yang selanjutnya disingkat NSR adalah nilai yang ditetapkan sebagai dasar perhitungan penetapan besarnya pajak reklame.
- k) Nilai Jual Objek Pajak Reklame yang selanjutnya disingkat NJOPR adalah jumlah nilai perolehan harga atan biaya pembuatan, biaya pemasangan dan biaya pemeliharaan pajak reklame yang dikeluarkan

oleh pemilik atau penyelenggara reklame yang diperoleh berdasarkan estimasi yang wajar dan dapat dipertanggungjawabkan.

- l) Nilai Strategis Penyelenggaraan Reklame yang selanjutnya disingkat NSPR adalah ukuran atau standar nilai yang ditetapkan pada lokasi penyelenggaraan reklame berdasarkan pertimbangan ekonomi dan nilai promotif.
  - m) Surat Ketetapan Pajak Daerah yang selanjutnya disingkat SKPD adalah surat ketetapan pajak yang menentukan besarnya jumlah pokok pajak yang terutang.
  - n) Surat tagihan pajak daerah yang selanjutnya disingkat STPD adalah surat untuk melakukan tagihan pajak dan sanksi administrasi berupa bunga atau denda.
  - o) Kelas jalan reklame adalah klasifikasi jalan menurut tingkat strategis dan komersial untuk penyelenggaraan reklame yang ditetapkan oleh Walikota.
  - p) Sudut pandang reklame adalah mudah tidaknya titik reklame dilihat oleh konsumen, yang ditentukan berdasarkan dari persimpangan lima, persimpangan empat, persimpangan tiga, jalan dua arah dan jalan satu arah yang dinyatakan dalam skor.
  - q) Ketinggian reklame adalah jarak tegak lurus imajiner antara ambang paling atas bidang reklame dengan permukaan tanah dimana reklame tersebut berdiri.
- 2) Subjek, Objek dan Wajib Pajak Reklame
- Subjek, Wajib dan Objek Pajak Reklame Kota Makassar, sebagaimana

yang diatur dalam Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor: 4 Tahun 1998 tentang Pajak Reklame yaitu:

- a) Subjek Pajak Reklame adalah orang atau badan yang menyelenggarakan atau memesan reklame;
- b) 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.
- c) 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, plastik, 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 plastic, karet, terpal ataupun sejenisnya.
7. Reklame Melekat atau sticker adalah jenis reklame yang menggunakan bahan dari plastic, kertas, karton, atau sejenisnya, yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebarkan, dilekatkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda milik pribadi atau milik orang lain dengan ketentuan luasannya 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 diatas air.

9. Reklame Selebaran adalah jenis reklame yang menggunakan bahan dari kertas karton, plastik, foto atau sejenisnya, yang berbentuk lembaran lepas, 56 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<sup>2</sup> (seratus senti meter persegi) perlembar.
10. Reklame Udara adalah jenis reklame yang diselenggarakan di udara, baik dengan menggunakan balon, pesawat maupaun 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.

b. Dasar Pengenaan Pajak (DPP) Reklame dan Cara Pengenaan Pajak Reklame

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:

$$\text{NSR: NJORP} + \text{NS} \times 25\%$$

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 C), sudut pandang dan ketinggian.

Dasar Pengenaan Pajak Reklame adalah Nilai Sewa

Reklame dikali dengan Tarif Pajak yaitu sebesar 25% (dua puluh lima persen), dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Nilai Terhadap reklame rokok ditambah 25% (dua puluh lima persen) dari pengenaan pajak.
- 2) Terhadap reklame minuman beralkohol ditambah 25%(dua puluh lima persen) dari pengenaan pajak.
- 3) Untuk reklame yang diselenggarakan didalam ruangan (indoor) NSR ditetapkan sebesar 50% (lima puluh persen) dari tarif luar ruangan.
- 4) Apabila suatu objek pajak reklame dapat digolongkan lebih dari tiga jenis produk, maka nilai pajaknya ditambahkan sebesar 10% (sepuluh persen) setiap jenis produk.
- 5) Apabila suatu objek pajak reklame dapat digolongkan lebih dari satu kelas jalan reklame, maka nilai yang digunakan adalah nilai yang paling tinggi.

## **2. Pembahasan**

### **a. Proses Perhitungan Pajak Reklame Kota Makassar**

Reklame berdasarkan jenisnya dibagi menjadi Reklame Permanen dan Reklame Insidentil.

Reklame permanen terdiri dari :

- 1) Reklame megatron
- 2) Reklame billboard
- 3) Reklame papan (menempel di dinding)

## 4) Reklame berjalan

Reklame Insidentil terdiri dari :

- 1) Reklame baliho
- 2) Reklame spanduk
- 3) Reklame stikker
- 4) Reklame udara
- 5) Reklame peragaan
- 6) Reklame slide
- 7) Reklame selebaran (brosur)

Berdasarkan peraturan walikota makassar Nomor 40 Tahun 2015 Tentang Penetapan Nilai Sewa reklame, Proses perhitungan pajak reklame adalah sebagai berikut :

Perhitungan reklame permanen

$$\{(P \times L \times NJOPR) + NSNS (LO+SP+KT)\} \times 25\%$$

Perhitungan reklame insidentil

$$\{(P \times L \times NJOPR) + NS\} \times 25\%$$

Keterangan

P: Panjang

L : Lebar

NJOPR : Nilai Jual Objek Pajak Reklame ( P X L )

NS : Nilai Strategis

LO : Lokasi

SP : Sudut Pandang

KT : Ketinggian

NSNS : Nilai Satuan Nilai Strategis

a. Perhitungan Reklame Permanen

Perhitungan Reklame Billboard

Panjang = 10 Meter

Lebar = 5 Meter

Tinggi = 10 Meter

Sudut Pandang = 1 Sisi

Kelas Jalan = A

Perhitungan

$$NSR = \{(P \times L \times NJOPR) + NSNS (LO+SP+KT)\} \times 25\%$$

$$NSR = \{(5 \times 5 \times 12.000.000) + 3.500.000 (6+0.3+2)\} \times 25\%$$

$$= \{(25 \times 12.000.000) + 3.500.000 (8.3)\} \times 25\%$$

$$= \{300.000.000 + 1.050.000\} \times 25\%$$

$$= 301.050.000 \times 25\%$$

$$= 75.262.500$$

1) Perhitungan Reklame Billboard

Panjang = 10 Meter

Lebar = 5 Meter

Tinggi = 10 meter

Sudut pandang = 1 Sisi

Kelas jalan = A

Perhitungan :

$$\begin{aligned}
 \text{NSR} &= \{(P \times L \times \text{NJOPR}) + \text{NSNS} (\text{LO} + \text{SP} + \text{KT})\} \times 25\% \\
 &= \{(10 \times 5 \times 2.750.000) + 14.500.000 (6 + 0.3 + 2)\} \times 25\% \\
 &= \{(50 \times 2.750.000) + 14.500.000 (8.3)\} \times 25\% \\
 &= \{137.500.000 + 120.350.000\} \times 25\%
 \end{aligned}$$

$$\text{NSR} = 257.850.000 \times 25\%$$

$$\text{NSR} = 64.462.500.$$

## 2) Perhitungan Reklame Berjalan

$$\text{NJOPR} = 100.000$$

$$\text{Jumlah Unit} = 1$$

$$= \text{NJOPR} \times \text{Jumlah Unit} \times 25\%$$

$$= 100.000 \times 1 \times 25\%$$

$$= \text{Rp.}25.000/\text{Hari}/\text{Unit}$$

Tabel 4.2

## KETENTUAN NILAI SEWA REKLAME PERMANEN KOTA MAKASSAR TAHUN 2015

N O	JENIS REKLAME	NJOPR							
		1-4,99 M <sup>2</sup>	5-9,99 M <sup>2</sup>	10-19,99 M <sup>2</sup>	20-29,99 M <sup>2</sup>	30-49,99 M <sup>2</sup>	50-74,99 M <sup>2</sup>	50-99,99 M <sup>2</sup>	>100 M <sup>2</sup>
1	Megatron	Rp.4.000.000	Rp.6.000.000	Rp.10.000.000	Rp.12.000.000	Rp.14.000.000	Rp.17.000.000	Rp.20.000.000	Rp.25.000.000
2	Papan / Billboard								
	a. Bando pada JPO	Rp.2.000.000	Rp.2.500.000	Rp.2.750.000	Rp.3.000.000	Rp.3.500.000	Rp.4.000.000	Rp.5.000.000	Rp.6.000.000
	b. Billboard	Rp.1.500.000	Rp.1.750.000	Rp.2.000.000	Rp.2.250.000.	Rp.2.500.000	Rp.2.750.000	Rp.3.000.000	Rp.3.500.000
	c. Reklame Papan (menemp el dinding)	Rp.700.000	Rp.900.000	Rp.1.200.000	Rp.1.400.000	Rp.1.600.000	Rp.1.800.000	Rp.2.000.000	Rp.2.200.000
3	Berjalan	Rp.100.000	Rp.200.000	Rp.300.000	Rp.400.000	Rp.500.000	Rp.600.000	Rp.700.000	Rp.800.000

Sumber :Surat Keputusan Walikota M akassar

Tabel 4.3  
 KETENTUAN NILAI STRATEGIS PAJAK REKLAME PERMANEN KOTA  
 MAKASSAR TAHUN 2015

NILAI STRATEGIS					
LOKASI		SUDUT PANDANG		KETINGGIAN	
BOBOT = 60%		BOBOT = 15%		BOBOT = 25%	
Kelas Jalan A	10	> 4 Arah	10	>15 M	10
Kelas Jalan B	8	4 Arah	8	10 – 14.99 M <sup>2</sup>	8
Kelas Jalan C	4	3 Arah	6	5 – 9.99 M <sup>2</sup>	6
		1 Arah	2	Dalam Ruangan	2

b. Perhitungan Reklame Insidentil

1) Perhitungan Baliho

Panjang = 4 Meter

Lebar = 3 Meter

Jumlah Reklame = 10 Buah

Lama Pemasangan = 12 Hari

Kelas Jalan = A

Perhitungan

$$\begin{aligned}
 \text{Pajak reklame} &= \{(P \times L \times \text{NJOPR}) + \text{NS}\} \times 25\% \\
 &= \{(4 \times 3 \times 25.000) + 50.000\} \times 25\% \\
 &= \{(12 \times 25.000) + 50.000\} \times 25\% \\
 &= \{300.000 + 50.000\} \times 25\% \\
 &= 350.000 \times 25\%
 \end{aligned}$$

Pajak Reklame = Rp.87.500/Hari/Baliho

## 2) Perhitungan Reklame Kain/Spanduk/Umbul-Umbul

Panjang = 1 Meter

Lebar = 4 Meter

NJOPR = 3.000

NS = kelas Jalan A

Perhitungan

Pajak Reklame =  $\{(P \times L \times NJOPR) + NS\} \times 25\%$   
 =  $\{(1 \times 3 \times 3.000) + 50.000\} \times 25\%$   
 =  $\{9.000 + 50.000\} \times 25\%$   
 =  $59.000 \times 25\%$

Pajak Reklame = Rp.14.000/Hari/Spanduk

## 3) Perhitungan Reklame Selebaran/Brosur/Leafleaf

NJOPR = 300

Jumlah Lembar = 1

= NJOPR x Jumlah Lembar x 25%

=  $300 \times 1 \times 25\%$

= Rp.75/Lembar/Penyelenggara

## 4) Perhitungan Reklame Stiker/Melekat

NJOPR = 50

Jumlah Lembar = 1

= NJOPR x Jumlah Lembar x 25%

=  $50 \times 1 \times 25\%$

= Rp.12,5/CM/Penyelenggara

## 5) Perhitungan Reklame Film/Slide

NJOPR = 2000

$$\begin{aligned}\text{Jumlah Detik} &= 60 \\ &= \text{NJOPR} \times \text{Jumlah Detik} \times 25\% \\ &= 2000 \times 60 \times 25\% \\ &= \text{Rp.30.000/10 Detik/Penyelenggara}\end{aligned}$$

## 6) Perhitungan Reklame Udara

$$\begin{aligned}\text{NJOPR} &= 16.000.000 \\ \text{Jumlah} &= 1 \\ &= \text{NJOPR} \times \text{Jumlah Buah} \times 25\% \\ &= 16.000.000 \times 1 \times 25\% \\ &= \text{Rp.4.000.000}\end{aligned}$$

## 7) Perhitungan Reklame Apung

$$\begin{aligned}\text{NJOPR} &= 16.000.000 \\ \text{Jumlah} &= 1 \\ &= \text{NJOPR} \times \text{Jumlah Buah} \times 25\% \\ &= 16.000.000 \times 1 \times 25\% \\ &= \text{Rp.4.000.000}\end{aligned}$$

## 8) Perhitungan Reklame Peragaan

$$\begin{aligned}\text{NJOPR} &= 1.000.000 \\ \text{Jumlah Peragaan} &= 3 \\ &= \text{NJOPR} \times \text{Jumlah Peragaan} \times 25\% \\ &= 1.000.000 \times 3 \times 25\% \\ &= \text{Rp.750/hari/penyelenggara}\end{aligned}$$

Tabel 4.4

## KETENTUAN NILAI SEWA REKLAME INSIDENTIL KOTA MAKASSAR

NO	JENIS REKLAME	MASA PAJAK	SATUAN	NJOPR	NILAI STRAEGIS			KET
					KELAS JALAN A	KELAS JALAN B	KELAS JALAN C	
1	Baliho	Perhari	Rp./M <sup>2</sup>	Rp.25.000	50.000	30.000	10.000	
2	Kain/spanduk/umbul-umbul	Perhari	Rp./M <sup>2</sup>	Rp.3.000	30.000	15.000	5.000	
3	Selebaran/brosur/leaflet	Perpenyelenggara	Rp./Lembar	Rp.300				Paling sedikit Rp. 200.000 Perpenyelenggara
4	Stiker/melekat	Perpenyelenggara	Rp./CM	Rp.50				Paling sedikit Rp. 200.000 Perpenyelenggara
5	Film/slide	Perpenyelenggara	Rp./10 Detik	Rp. 2.000				
6	Udara	Perpenyelenggara	Rp.	Rp.16.000.000				Paling lama 30 hari
7	Apung	Perpenyelenggara	Rp.	Rp.16.000.000				Paling lama 30 hari
8	Suara	Permenit	Rp.10 Menit	Rp.2.000				
9	Peragaan	Perpenyelenggara	Rp./Hari	Rp.1.000.000				Paling sedikit Rp. 200.000 Perpenyelenggara

perhitungan pajak reklame tersebut dihitung dengan nilai startegis yang ditentukan sendiri oleh penulis dengan proses perhitungan menggunakan rumus berdasarkan Peraturan yang dikeluarkan oleh Walikota Makassar Nomor 40 Tahun 2015 Tentang Nilai Sewa reklame.

Jika digunakan untuk reklame rokok dan minuman beralkohol yang tarifnya ditambah 25% dari Nilai Sewa Reklame, maka perhitungannya adalah sebagai berikut :

Contoh : Reklame Billboard (*pada perhitungan sebelumnya*)

$$\begin{aligned} \text{NSR} &= 257.850.000 \times 25\% = 64.462.500 \\ &= 257.850.000 \times 25\% = 64.462.500 \end{aligned}$$

$$\text{Total} = \text{Rp.}128.929.000$$

#### b. Kontribusi Pajak Reklame Dalam Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kota Makassar

Pajak reklame sebagai salah satu pajak daerah merupakan Pendapatan Asli Daerah (PAD), dimana akan bermuara pada penguatan daerah dalam pembiayaan atau penyelenggaraan pemerintah Kota Makassar sebagaimana diaanatkan oleh Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2015 tentang Pemerintah Daerah.

Pajak reklame memiliki kontribusi yang penting dalam peningkatan Pendapatan Asli Daerah, tetapi padahal ini bahwa pajak reklame tidak memberikan kontribusi yang besar terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) yaitu dikeluarkan Badan Pendapatan Daerah Kota Makassar.

Hal tersebut bisa dilihat dari data Pendapatan Daerah Kota Makassar yaitu realisasi pendapatan dari pajak reklame dari tahun 2014 sampai tahun 2016 terus mengalami penurunan.

Tabel 4.5  
 DATA REALISASI PENERIMAAN PAJAK REKLAME KOTA  
 MAKASSAR TAHUN 2014 SAMPAI TAHUN 2016

Tahun	Target	Realisasi
2014	Rp.23.248.645.000	Rp. 19.859.383.752
2015	Rp. 24.748.645.000	Rp. 19.080.173.516
2016	Rp.25.590.346.000	Rp. 18.354.864.487

Sumber : Olah Data Badan Pendapatan Daerah Kota Makassar

Berdasarkan tabel diatas, dapat kita lihat bahwa realisasi penerimaan pajak reklame dari tahun 2014 sampai tahun 2106 terus mengalami penurunan.

Tabel 4.6  
 PENDAPATAN ASLI DAERAH  
 KOTA MAKASSAR TAHUN 2014 - 2016

Tahun	Target	Realisasi
2014	Rp.750.506.544.000	Rp. 655.362.121.024
2015	Rp.904.432.575.000	Rp. 709.962.895.492
2016	Rp. 1.193.018.343.000	Rp. 879.579.142.506

Sumber : Olah Data Badan Pendapatan Daerah Kota Makassar

Kontribusi pajak reklame terhadap peningkatan pendapatan asli daerah dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Kontribusi} = \frac{\text{Realisasi Penerimaan Pajak Reklame}}{\text{Realisasi Penerimaan PAD}} \times 100\%$$

Tahun 2014, penerimaan pajak reklame senilai Rp. 19.859.383.752 dan total penerimaan daerah sebesar Rp.655.362.121.024. hal tersebut menunjukkan kontribusi pajak reklame tahun 2014 terhadap peningkatan pendapatan asli daerah kota Makassar hanya 0,030%. Tahun 2015, penerimaan pajak reklame senilai Rp. 19.080.173.516 dan total penerimaan daerah sebesar Rp. 709.962.895.492 hal tersebut menunjukkan kontribusi pajak reklame tahun 2015 terhadap peningkatan pendapatan asli daerah kota Makassar hanya 0,026%. Tahun 2016, penerimaan pajak reklame senilai Rp. Rp. 18.354.864.487 dan total penerimaan daerah sebesar Rp. 879.579.142.506 hal tersebut menunjukkan kontribusi pajak reklame tahun 2016 terhadap peningkatan pendapatan asli daerah kota Makassar hanya 0,020%.

Tabel 4.7

## KONTRIBUSI PAJAK REKLAME

NO	Tahun	Realisasi Penerimaan Pajak Reklame	Total Pendapatan Asli Daerah	kontribusi
1	2014	Rp. 19.859.383.752	Rp. 655.362.121.024	0,030%
2	2015	Rp. 19.080.173.516	Rp. 709.962.895.492	0,026%
3	2016	Rp. 18.354.864.487	Rp. 879.579.142.506	0,020%

sumber : Olah Data Badan Pendapatan Asli Daerah Kota Makassar

Dalam hasil penelitian Kontribusi pajak reklame dalam peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Makassar menunjukkan terdapatnya pencapaian penerimaan pajak reklame yang pungutannya secara halal dan tidak ada saling menzalimi sesama. Kontribusi pajak reklame terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Makassar sangat kurang untuk memajukan perekonomian dan pembangunan dalam kehidupan masyarakat seperti tahun 2014-2016 penerimaan pajak reklame mengalami penurunan mulai dari 0,030% - 0,026% - 0,020%.

Pajak reklame ini dimaksudkan untuk mengurangi pemasangan reklame liar dan sebagai pedoman bertindak yang digunakan aparat dalam pendaftaran, penghitungan, pemungutan, penagihan dan penertibn reklame. Tujuannya adalah agar penyelenggara rekame mengerti akan peraturan yang sudah ditetapkan sehingga tidak terjadi pemasangan reklame tanpa ijin, dan akhirnya dapat meningkatkan potensi dan penerimaan pendapatan daerah.

Pemerintah daerah juga melakukan upaya maksimal pengumpulan pajak-pajak dan retribusi daerah. Besarnya penerimaan daerah dari 56ector Pendapatan Asli Daerah (PAD) akan sangat membantu pemerintah dalam melaksanakan kegiatan pembangunan di daerah serta dapat mengurangi ketergantungan pemerintah daerah terhadap pemerintah pusat sesuai dengan harapan yang diinginkan dalam otonomi daerah.

#### c. Kaitan Dengan Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Reni Rinawati tahun 2011 yang berjudul Analisis Pengaruh Pemungutan

Pajak Reklame Terhadap Upaya Peningkatan Pendapatan Asli daerah Kota Surabaya, dengan hasil bahwa pemungutan pajak reklame tidak berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Surabaya. Dan penelitian yang dilakukan oleh Fadilatun Awaliyah Tahun 2014 yang berjudul Pengaruh Pendapatan Pajak Reklame dan Pajak Penerangan Jalan Terhadap Penerimaan Pajak Daerah Kabupaten Tegal

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan peneliti, maka dapat disimpulkan seperti dibawah ini :

1. Proses perhitungan pajak reklame yang dilakukan oleh Badan Pendapatan Daerah Kota Makassar sudah sesuai dengan Peraturan Walikota Makassar Nomor 40 Tahun 2015 yang dikeluarkan pada tanggal 03 Juli 2015 tentang Penetapan Nilai Sewa Reklame.
2. Kontribusi pajak reklame dalam peningkatan Pendapatan Asli daerah (PAD) Kota Makassar sangat kurang untuk memajukan perekonomian dan pembangunan dalam kehidupan masyarakat. Setiap tahunnya realisasi penerimaan pajak reklame selalu mendekati mengalami penurunan pada realisasinya. Tahun 2014 Pajak Reklame berkontribusi 0,030%, tahun 2015 berkontribusi 0,026% dan pada tahun 2016 ajak reklame berkontribusi 0,020% terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Makassar.

#### **B. Saran**

Pada bagian ini peneliti akan memberikan beberapa rekomendasi kepada Badan Pendapatan daerah dan Unit Kerja Terkaitnya (UKT) yang berkaitan dengan upaya mengoptimalkan penerimaan pajak reklame di Kota Makassar sebagai berikut :

1. Menambah jumlah pegawai lapangan yang bertugas untuk menjaring potensi-potensi pajak reklame yang sampai saat ini

belum teridentifikasi, tentunya dengan kompetensi yang baik.

2. Memberikan sanksi yang tegas kepada wajib pajak 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

- Aini, Hamdan. 1993. *Perpajakan*. Jakarta : Bumi Aksara
- Asep, A. B. 2004. *Pendapatan Asli Daerah*. Terjemahkan Barata, Jakarta.
- Bratakusumah, Deddy Supriadi dan Dadang Solihin. 2001. *Otonomi Penyelenggaraan Pemerintah Daerah*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Brotodiharjo, R. S. 1993. *Pengantar Ilmu Hukum Pajak*. Bandung : PT. Eresco.
- Datu, Indra Rindu. 2012. *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Makassar Tahun 1999-2009*. Makassar. Universitas Hasanuddin
- Elita. 2007. *Penerimaan-Penerimaan Pendapatan Asli Daerah*. Rajawali  
<https://koran-sindo.com>  
<https://opendata.makassar.go.id>
- Ilyas, Wirawan dan Burton, Richard. 2004. *Hukum Pajak*. Jakarta : Salemba Empat
- Jamaluddin. 2011. *Perpajakan*. Makassar
- Koswara, E. 2001. *Otonomi Daerah Untuk SLTA*. Yogyakarta : BPFE UGM.
- Negara, Tunggul Anshari Setia. 2006. *Pengantar Hukum Pajak*. Malang: Bayumedia Publishing
- NN. 2003 *Pendapatan Asli Daerah*. Erlangga.
- Nurmantu, Safri. 2003. *Pengantar Perpajakan*. Jakarta: Granit.
- Pemerintah Kota Makassar
- Prasetio, Bambang dan Lina M. Jannah. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- Pratiwi. 2007. *Proporsi Pendapatan Asli Daerah*. Rajawali
- P. Siahaan, M. 2008. *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Suandy, E. 2002. *Hukum Pajak*. Jakarta: Salemba Empat

Wahidi. 2003. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah Propinsi Kalimantan Timur*. KALTIM.

Widjaja. 2002. *Pendapatan Asli Daerah*. Jakarta: UI

Widyaningsih, A. 2011. *Hukum Pajak dan Perpajakan*. Bandung: Alfabeta.

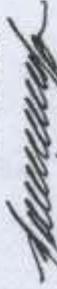
Wahyuti, S. 2010. *Peran Pajak Reklame Dalam Peningkatan Perekonomian Daerah Kota Makassar*. Makassar. Universitas Islam Negeri

Pajak	2012		2013		2014		2015		2016	
	Target	Realisasi	Target	Realisasi	Target	Realisasi	Target	Realisasi	Target	Realisasi
1 Pajak Hotel	337.167.318,150	388.445.976,266	460.567.090,000	518.706.710,508	672.081.995,000	661.684.151,010	785.486.018,000	635.647.206,877	1.053.182.160,000	759.202.412,170
2 Pajak Restoran	42.000.362,000	37.706.161,036	43.000.000,000	44.517.081,343	75.164.615,000	50.533.548,736	81.208.967,000	50.128.251,234	138.180.620,000	70.511.682,850
3 Pajak Hiburan	44.697.262,000	42.965.891,390	46.197.366,000	52.029.379,299	75.115.785,000	70.900.530,494	98.788.870,000	92.281.810,946	171.138.613,000	115.069.325,364
4 Pajak Reklame	14.175.000,000	13.677.812,213	15.175.000,000	16.305.727,524	33.695.000,000	18.454.185,873	30.709.075,000	20.679.379,946	61.207.201,000	27.233.725,856
5 Pajak Penerangan Jalan	18.440.581,150	19.107.401,130	21.000.000,000	19.681.419,551	23.248.645,000	19.859.383,752	24.748.645,000	19.080.173,516	25.590.346,000	28.339.864,487
6 Pajak Mineral Bukan Logam / Batuan	89.500.000,000	92.806.812,947	103.000.000,000	114.679.005,552	144.580.000,000	139.475.514,029	181.050.939,000	155.860.079,993	196.591.292,000	168.408.582,089
7 Pajak Parkir	121.376,000	252.151,402	171.378,000	311.635,122	180.000,000	329.639,755	192.088,000	267.653,400	492.461,000	455.975,700
8 Pajak Air Bawah Tanah	5.500.000,000	6.131.709,518	7.000.000,000	9.913.381,095	15.050.000,000	12.165.760,607	17.729.580,000	14.135.228,437	20.100.717,000	15.283.622,944
9 Pajak Sarang Burung Walet	174.657,000	158.027,896	174.657,000	153.895,680	174.657,000	166.662,751	681.148,000	237.011,889	1.100.000,000	828.320.349
10 Pajak RHHTB	50.000,000	18.835,000	11.000,000	14.675,000	5.000,000	8.945,000	5.350,000	7.200,000	10.191,000	7.369,500
11 Pajak PBB Sektor 2	122.500.000,000	175.669.064,737	146.000.000,000	172.173.712,433	200.062.612,000	153.177.248,649	228.371.436,000	150.456.376,589	288.766.719,000	188.858.651,678
Retribusi Daerah	10.477.561,850	7.211.272,639	9.876.064,000	7.801.477,003	9.680.827,000	8.109.845,148	15.963.925,000	9.101.781,365	22.697.670,000	10.739.746,003
Retribusi Jasa Usaha	10.427.561,850	7.213.272,639	9.876.064,000	7.801.477,003	9.680.827,000	8.109.845,148	15.963.925,000	9.101.781,365	22.697.670,000	10.739.746,003
Dana Perimbangan	142.585.034,000	160.543.559,310	76.420.044,000	85.548.577,266	68.743.722,000	85.568.124,366	162.982.632,000	65.213.907,250	117.138.513,000	109.641.984,333
Bagi Hasil DPN PBB	80.858.498,000	85.783.771,697	29.071.308,000	22.780.917,902	13.236.706,000	13.887.907,857	17.114.407,000	13.693.091,250	11.748.481,000	13.986.071,199
Bagi Hasil dari PPH Pasal 25 dan Pasal 29										
Wajib Pajak Orang Pribadi Dalam Negeri dan PPH Pasal 21	61.726.536,000	74.761.787,613	47.347.736,000	62.787.659,864	55.507.016,000	71.680.216,509	85.868.025,000	51.520.815,000	105.690.032,000	95.659.893,134
<b>TOTAL PENDAPATAN 2012</b>	<b>490.179.934,000</b>	<b>556.202.758,215</b>	<b>546.863.186,000</b>	<b>612.056.765,277</b>	<b>750.506.544,000</b>	<b>655.362.371,024</b>	<b>900.432.575,000</b>	<b>709.962.895,482</b>	<b>1.193.018.343,000</b>	<b>875.575.142,506</b>

Lampiran III : Surat Keputusan Walikota Makassar  
 Nomor : 40 TAHUN 2015  
 Perihal : Nilai Sewa Reklame

NO	JENIS REKLAME	MASA PAJAK	SATUAN	K. JOPR	NILAI STRATEGIS			KET
					KELAS JALAN A	KELAS JALAN B	KELAS JALAN C	
1	Baliho	Perhari	Rp./ M <sup>2</sup>	25.000	50.000	30.000	10.000	
2	Kain/ Spanduk/ Umbul-umbul	Perhari	Rp./ M <sup>2</sup>	3.000	30.000	15.000	5.000	
3	Selubaran/ Brosur/ Leaflet	Perpeyelenggara	Rp./ Lembar	300				
4	Stiker/ Melekat	Perpeyelenggara	Rp./ CM	50				Paling Sedikit Rp. 200.000,- Perpeyelenggara
5	Film/ Slide	Perpeyelenggara	Rp./ 10 Detik	2.000				Paling Sedikit Rp. 200.000,- Perpeyelenggara
6	Udara	Perpeyelenggara	Rp.	16.000.000				Paling Lama 30 Hari
7	Apung	Perpeyelenggara	Rp.	16.000.000				Paling Lama 30 Hari
8	Suara	Permenit	Rp./ 10 Menit	2.000				
9	Peragaan	Perpeyelenggara	Rp./ Hari	1.000.000				Paling Sedikit Rp. 200.000,- Perpeyelenggara

WALIKOTA MAKASSAR,



Moh. RAMDHAN POMANTO

WALIA BAGIAN HUKUM

KIPALA SID BAGIAN

NO	JENIS REKLAME	NJOPR							NILAI STRATEGIS						
		1-4.99 M <sup>2</sup>	5-9.99 M <sup>2</sup>	10-19.99 M <sup>2</sup>	20-29.99 M <sup>2</sup>	30-49.99 M <sup>2</sup>	50-74.99 M <sup>2</sup>	75-99.99 M <sup>2</sup>	> 100 M <sup>2</sup>	LOKASI		SUDDY PANDANG		KETINGGIAN	
		BOBOT = 60%		BOBOT = 15%		BOBOT = 25%		BOBOT = 60%		BOBOT = 15%		BOBOT = 25%			
1	Megatron	4.000.000	6.000.000	10.000.000	12.000.000	14.000.000	17.000.000	20.000.000	25.000.000	Kelas Jalan A	10 > 4 arah	10 > 15 M	10		
2	Papan / Billboard	2.000.000	2.500.000	2.750.000	3.000.000	3.500.000	4.000.000	5.000.000	6.000.000	Kelas Jalan B	8 4 Arah	8 10- 14.99 M	8		
	a Bando pada JPO	1.500.000	1.750.000	2.000.000	2.250.000	2.500.000	2.750.000	3.000.000	3.500.000	Kelas Jalan C	4 3 Arah	6 5-9.99 M	6		
	b Billboard	700.000	900.000	1.200.000	1.400.000	1.600.000	1.800.000	2.000.000	2.200.000		1 Arah	2 Dalam Ruangan	1		
3	Berjalan	100.000	200.000	300.000	400.000	500.000	600.000	700.000	800.000						

**Keterangan :**

- Luas Reklame < 5 M<sup>2</sup> : 300.000
- Luas Reklame 5- 9.99 M<sup>2</sup> : 500.000
- Luas Reklame 10-19.99 M<sup>2</sup> : 1.500.000
- Luas Reklame 20-29.99 M<sup>2</sup> : 3.500.000
- Luas Reklame 30-49.99 M<sup>2</sup> : 7.000.000
- Luas Reklame 50-74.99 M<sup>2</sup> : 14.500.000
- Luas Reklame 75-99.99 M<sup>2</sup> : 28.000.000
- Luas Reklame > 100 M<sup>2</sup> : 58.000.000

**Urutur Jenis Reklame Berjalan :**

- Skor Lokasi : 5
- Skor Sudut Pandang : 5
- Skor Reklame : 0

WALIKOTA MAKASSAR,



MOH. RAMDHAN POMANTO