

**Analisis Potensi, Efektifitas, dan Mekanisme Pemungutan Pajak Reklame terhadap Badan Pengelolaan Pajak Retribusi Daerah Kota Medan**

**Efrida Sari Ramayani Siahaan<sup>1</sup>, Nurlaila<sup>2</sup>**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara**

**[efridasiahaan3@gmail.com](mailto:efridasiahaan3@gmail.com)<sup>1</sup>, [nurlaila@uinsu.ac.id](mailto:nurlaila@uinsu.ac.id)<sup>2</sup>**

**ABSTRACT**

*This research journal reviews the analysis of the potential, effectiveness, and mechanism for collecting billboard taxes on the Medan City BPPRD. The purpose of this research is to find out how big the potential for advertisement tax is at BPPRD, the billboard tax collection system and also the advertisement tax levy on regional income. And how is the billing tax collection system at BPPRD. Advertising tax is one of the most important taxes as a source of local revenue. With the advertisement tax, it is hoped that it will become one of the main sources of revenue. In the case of regionally administered advertisement taxes, the potential for existing advertisement taxes is multiplied by the tax imposition market which is determined based on regional regulations. Effectiveness describes the ability of local governments to realize the advertisement tax compared to the target set based on the real potential of the region. The contribution is used to find out how big the role of the advertisement tax is to local taxes so that it can provide a clear picture of the actions and policies taken by local governments in increasing advertisement tax revenues. The type of research used is qualitative research with a naturalistic paradigm. The research instrument is direct observation and question and answer with BPPRD employees.*

**Keywords: Tax Collection, Advertisement Tax, Medan City BPPRD**

**ABSTRAK**

*Jurnal penelitian ini mengulas tentang analisis potensi, efektifitas, dan mekanisme pemungutan pajak reklame terhadap BPPRD kota Medan. Adapun tujuan penelitian ini adalah agar diketahuinya seberapa besar potensi pajak reklame pada BPPRD, sistem pemungutan pajak reklame dan juga retribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah. Dan bagaimana sistem pemungutan pajak reklame pada BPPRD. Pajak reklame merupakan salah satu pajak yang keberadaannya penting sebagai sumber pendapat asli daerah. Dengan adanya pajak reklame besar harapan agar bisa menjadi salah satu sumber penerimaan yang utama. Dalam hal pajak reklame yang diselenggarakan daerah, potensi pajak reklame yang ada dikalikan dengan pasar pengenaan pajak yang ditetapkan berdasarkan peraturan daerah. Efektivitas menggambarkan kemampuan pemerintah daerah dalam merealisasikan pajak reklame dibandingkan dengan target yang ditetapkan berdasarkan potensi rill daerah. Kontribusi digunakan untuk mengetahui seberapa besar peranan pajak reklame terhadap pajak daerah sehingga dapat membrikan gambaran yang jelas mengenai tindakan dan kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah daerah dalam meningkatkan penerimaan pajak reklame. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif*

*dengan paradigma naturalistis, Adapun instrumen penelitiannya adalah observasi dan tanya jawab langsung dengan karyawan BPPRD .*

**Kata Kunci: Pemungutan Pajak, Pajak Reklame, BPPRD Kota Medan**

## **PENDAHULUAN**

Pertumbuhan ekonomi merupakan sebuah tolak ukur yang relevan untuk menilai keberhasilan suatu negara dalam mengelola perekonomiannya. Kebijakan pemerintah di bidang perpajakan merupakan bagian dari kebijakan fiskal yang pada akhirnya akan berpengaruh pada pencapaian tujuan ekonomi negara. Undang-undang nomor 27 Tahun 2014 tentang Anggaran Pendapatan dan belanja negara tahun anggaran 2015, dalam pasal 3 dan 4 menunjukkan bahwa seluruh total pendapatan negara yang ditargetkan untuk tahun 2015 diupayakan dapat diperoleh dari penerimaan perpajakan sebesar 76,94%.

Kesadaran wajib pajak dalam membayar pajak termasuk salah satu pengaruh dalam pencapaian peningkatan perekonomian negara. Sistem perpajakan di Indonesia menganut sistem self assessment. Wajib pajak diberi kepercayaan untuk memperhitungkan, membayar dan melaporkan sendiri pajak yang terutang sesuai dengan ketentuan perundang-undangan perpajakan. Keberhasilan sistem ini sangat ditentukan oleh kepatuhan sukarela wajib pajak dan pengawasan yang optimal dari aparat pajak, menurut (Sultoni:2013).

Pelayanan publik dengan pajak harus membayar tanpa memperdulikan apakah dia menikmati langsung jasa publik tersebut atau tidak. Hal tersebut karena pajak merupakan iuran masyarakat kepada Negara yang tidak memiliki jasa timbal balik terhadap individual yang secara langsung dapat dinikmati oleh pembayar pajak. Pelayan publik yang di biayai melalui pembebanan langsung, maka yang membayar adalah mereka yang memanfaatkan jasa pelayanan publik tersebut, sedangkan yang tidak menggunakan pelayanan publik tidak diwajibkan untuk membayar pajak.

Subjek pajak reklame adalah orang pribadi atau badan yang melakukan pemesanan reklame dan wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame. Dasar pengenaan pajak reklame adalah sewa reklame dengan memperhatikan lokasi penempatan, jangka waktu penyelenggaraan dan ukuran media reklame. Perhitungan dasar pengenaan pajak reklame di tetapkan dengan peraturan daerah. Tarif pajak reklame Kota Medan adalah sebesar 25%.

Pajak reklame merupakan salah satu sumber pajak daerah yang memberikan kontribusi pada pendapatan pajak daerah. hal-hal yang menyebabkan tidak tercapainya penerimaan pajak reklame dikarenakan banyaknya reklame yang tidak terdaftar di dinas pendapatan daerah dan wajib pajak yang menggunakan jasa reklame mengalami penurunan sehingga tidak tercapainya target penerimaan pajak daerah. hal ini dapat menimbulkan kerugian bagi dinas pendapattann daerah dalam pemungutan pajak reklame. Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan atau yang dikenal dengan sebutan DISPENDA adalah organisasi yang berada di bawah pemerintahan Kota Medan yang memiliki tanggung jawab dalam pemungutan pendapatan daerah.

Tujuan dan manfaat dari penelitian sebagai hasil magang yang dilakukan penulis ialah agar kantor Badan Pengelola Pajak Dan Retribusi Daerah Kota Medan dapat melakukan peran yang tepat dan dapat memaksimalkan aspek terutama dalam peningkatan penerimaan pajak, agar menimbulkan kesejahteraan bagi masyarakat serta kenyamanan kerja dan optimalitas kinerja dari

para karyawan mereka. Jika karyawan yang bekerja merasa nyaman dan puas maka kinerja mereka akan dapat berguna dan bermanfaat bagi kantor tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah pada penelitian sebagai hasil magang ini, yaitu:

1. Bagaimana mekanisme Pemungutan pajak Reklame pada Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah kota Medan?
2. Apa saja upaya dalam meningkatkan pengawasan pajak reklame pada BPPRD Daerah Kota Medan?

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **1. Pajak Reklame**

#### **a. Pengertian Pajak Reklame**

Pengertian pajak reklame menurut Aries Djaenuri (2012:91), adalah “Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk 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 dapat dilihat, dibaca, dan atau didengar dari suatu tempat oleh umum kecuali yang dilakukan oleh pemerintah.”

Sedangkan yang bukan objek pajak reklame menurut Oyok Abuyami (2015:474), adalah:

- 1) “Penyelenggaraan reklame melalui internet, televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan, dan sejenisnya.
- 2) Label/merek produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan yang berfungsi untuk membedakan dari produk sejenis lainnya.
- 3) Nama pengenal usaha atau profesi yang dipasang melekat pada bangunan tempat usaha atau profesi diselenggarakan sesuai dengan ketentuan yang mengatur nama pengenal usaha atau profesi tersebut.
- 4) Reklame yang dilakukan oleh pemerintah atau pemerintah daerah.”

Oyok Abuyami (2015: 474) juga menyatakan bahwa, subjek dari pajak reklame adalah orang pribadi atau badan yang menggunakan reklame.

#### **b. Dasar Pengenaan dan Tarif Pajak Reklame**

Abdul Halim, dkk (2016:517), menyatakan bahwa dasar pengenaan pajak reklame adalah sebagai berikut:

Dasar pengenaan pajak reklame adalah Nilai Sewa Reklame. Jika reklame diselenggarakan pihak ketiga, Nilai Sewa Reklame ditetapkan berdasarkan nilai kontrak reklame. Dalam hal reklame diselenggarakan sendiri, Nilai Sewa Reklame dihitung dengan memerhatikan faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, waktu, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah, dan ukuran media reklame.

Sedangkan tarif pajak reklame menurut TM books (2013:15), adalah Paling tinggi sebesar 25% (ditetapkan berdasarkan peraturan daerah).

### **c. Prosedur Pemungutan Pajak Reklame**

#### **1. Pendataan :**

Setiap wajib pajak wajib mendaftarkan diri dengan menggunakan surat pendaftaran wajib pajak serta disampaikan kepada Kepala Daerah, wajib pajak yang telah mendaftarkan diri diberikan NPWPD, yang dapat diterbitkan oleh Kepala Daerah secara jabatan. Wajib pajak yang memenuhi kewajiban perpajakan berdasarkan SKPD atau dokumen lain yang dipersamakan. Ketentuan lebih lanjut mengenai tata cara pengisian dan penyampaian SKPD atau dokumen lain yang dipersamakan sebagaimana dimaksud dalam pasal 5 ayat 1 diatur dalam Peraturan Walikota.

#### **2. Tata Cara Pemungutan, Wilayah Pemungutan, Masa Pajak, dan Cara Perhitungan Pajak :**

Pemungutan pajak tidak dapat diborongkan

- Pajak reklame yang terutang dipungut dalam wilayah kota Medan
- Masa pajak reklame adalah jangka waktu yang lamanya 1 bulan kalender atau jangka waktu yang paling lama 3 bulan kalender yang ditetapkan dengan peraturan walikota.
- Besarnya pokok pajak reklame yang terutang dihitung dengan cara mengalikantarif sebagaimana dihitung dalam peraturan daerah ini dalam pasal 3 ayat 6 dengan dasar pengenaan pajak sebagaimana dimaksud pada ayat 1.

#### **3. Pelaporan**

- a. Pelaporan dilakukan oleh wajib pajak di kas daerah atau tempat lain yang ditunjuk Walikota atau pejabat yang ditunjuk sesuai waktu yang ditentukan dalam SKPD dan STPD.
- b. Apabila pelaporan pajak dilakukan ditempat lain yang ditunjuk maka hasil penerimaan pajak harus disetor ke kas daerah selambatlambatnya 1 x 24 jam atau dalam waktu yang ditentukan oleh Walikota atau pejabat yang ditunjuk.
- c. Pelaporan pajak sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dan pada ayat 2 harus dilakukan sekaligus atau lunas dengan mempergunakan Surat Setoran Pajak Daerah (SSPD).
- d. Pelaporan pajak harus dilakukan sekaligus atau lunas, akan tetapi wajib pajak dapat mengangsur pajak terutang dalam kurun waktu tertentu setelah dapat persetujuan Kepala Daerah.
- e. Walikota dapat memberikan persetujuan kepada wajib pajak untuk mengangsur pajak terutang dalam kurun waktu tertentu, setelah memenuhi persyaratan yang ditentukan.
- f. Pelaporan pajak sebagaimana yang dimaksud pada ayat 4, harus dilakukan secara teratur dan berturut turut dengan dikenakan bunga sebesar 2 % perbulan dari jumlah pajak yang belum atau kurang bayar.

### **d. Mekanisme Pemungutan Pajak Reklame**

## 1) Perizinan Pajak Reklame

Izin adalah izin reklame yang diberikan oleh Pemerintah kota Medan kepada pribadi atau badan yang dimaksudkan untuk pembinaan, pengaturan, pengendalian dan pengawasan atas kegiatan penyelenggaraan reklame di kota Medan guna melindungi kepentingan umum dan menjaga kelestarian lingkungan serta penataan tata ruang estetika kota yang ditentukan.

Orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame di Daerah wajib memiliki izin tertulis dari Walikota. Masa berlaku izin paling lama 1 (satu) tahun, dan diproses oleh Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah, izin dapat diperpanjang dengan mengajukan permohonan perpanjangan izin kepada Kepala Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah. Yang bertanggung jawab atas pengurusan izin adalah Pemegang Persetujuan Pemasangan Reklame. Untuk pemasangan Reklame dibutuhkan langkah-langkah sebagai berikut :

### 3.1 Prosedur Perolehan Izin Reklame

Setiap orang pribadi atau badan yang akan melaksanakan pemasangan reklame wajib memperoleh Surat Izin dari Kepala daerah atau pejabat yang ditunjuk. Mengajukan Permohonan Izin Reklame dengan melampirkan syarat-syarat umum untuk menyelenggarakan reklame sebagai berikut :

1. Fotocopy Kartu identitas Diri/Penanggungjawab/Penerima Kuasa (KTP/SIM/Paspor) bagi pemohon perorangan.
2. Fotocopy akta pendirian perusahaan / surat izin perusahaan/surat keterangan lainnya bagi pemohon badan.
3. Fotocopy izin lama (bagi permohonan perpanjangan izin).
4. Surat Kuasa apabila pemilik/penanggung jawab berhalangan dengan disertai fotocopy KTP, SIM, Paspor dari pemberi lain.
5. Surat perjanjian kontrak pembuatan dan/atau pemasangan reklame apabila diselenggarakan.
6. Gambar sketsa titik lokasi penyelenggaraan reklame, desain, dan tipologi reklame.
7. Surat persetujuan dari pemilik tanah dan/atau bangunan yang sah, bagi objek pajak reklame yang pertama kali dimohonkan.
8. Pas foto warna (Ukuran 3x4) 2 lembar.

Permohonan izin pada jenis reklame yang menggunakan jalan seperti reklame papan/billboar/videotron/megatron, reklame berupa umbul-umbul,spanduk, dan reklame lainnya yang menggunakan jalan / ruang milik jalan harus melampirkan izin penggunaan jalan. Permohonan izin pajak reklame dapat ditolak apabila tidak Universitas Sumatera Utara memenuhi persyaratan administratif dan persyaratan teknis yang telah ditentukan dalam Peraturan Walikota.

Dalam permohonan izin menyelenggarakan reklame, penyelenggara harus mengisi formulir permohonan izin pemasangan reklame dengan mencantumkan data-data sebagai berikut:

#### A Jenis permohonan

1. Permohonan baru
  2. Permohonan perpanjangan
- B Identitas Pemilik/Penanggung Jawab

1. Nama wajib pajak
  2. Pekerjaan
  3. NPWPD
  4. Nomor identitas (KTP/Paspor/SIM)
  5. Nomor telepon/HP
  6. Alamat (KTP/Paspor/SIM)
- C Identitas perusahaan

1. Nama perusahaan
  2. Nama pengusaha/penanggung jawab
  3. Nomor telepon /Fax perusahaan
  4. Alamat perusahaan
- D Data objek pajak reklame

1. Jenis reklame
2. Materi/teks reklame
3. Jumlah unit Universitas Sumatera Utara
4. Lokasi pemasangan
5. Jangka waktu pemasangan
6. Ukuran reklame

Penetapan izin reklame dapat ditandatangani dan diterbitkan oleh :

1. Kepala Dinas Tata Ruang dan Tata Bangunan kota Medan mengelola penetapan izin reklame papan/billboard/videotron/megatron.
2. Kepala Badan Perizinan Terpadu kota Medan mengelola penetapan izin reklame kain seperti umbul-umbul dan spanduk, reklame selebaran, reklame yang berjalan termasuk yang dipasang pada kendaraan, reklame udara, reklame apung, reklame suara, reklame film/slide dan reklame peragaan.
3. Kepala Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah mengelola penetapan izin reklame melekat, reklame poster, reklame stiker, reklame rombongan.

Izin reklame yang telah ditandatangani dan diterbitkan oleh Kepala Dinas Tata Ruang dan Tata Bangunan wajib disampaikan dan didaftarkan kepada Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah paling lambat 7 (tujuh) hari kerja. Sedangkan, izin reklame yang telah ditandatangani dan diterbitkan oleh Kepala Badan Pelayanan Perizinan Terpadu wajib disampaikan dan didaftarkan kepada Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah paling lambat 5 (lima) hari kerja dan paling lambat 1 (satu) hari kerja.

Setelah izin menyelenggarakan reklame disetujui dan diterbitkan oleh Kepala Dinas Tata Ruang dan Tata Bangunan dan Kepala Badan Pelayanan Perizinan Terpadu, kemudian Wajib pajak menyetorkan Pajak Reklame ke kas daerah Universitas Sumatera Utara melalui Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah kota Medan. Setelah itu Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah melakukan survey ke lokasi yang dimohon menyelenggarakan reklame. Untuk melihat secara langsung apabila lokasi yang dimohon layak untuk dipasang reklame atau tidak.

## 2.1 Kewajiban Pemegang Izin Reklame

Pemegang izin reklame memiliki kewajiban yang harus dilaksanakan dan dipenuhi dalam menyelenggarakan Reklame, yaitu :

1. Memasang plat izin atau setempel masa berlakunya izin dan ukuran bidang reklame yang dapat terlihat jelas oleh umum.
2. Memelihara benda-benda dan alat-alat yang dipergunakan untuk reklame agar selalu dapat berfungsi dan dalam kondisi baik.
3. Menanggung segala akibat jika penyelenggara reklame yang bersangkutan menimbulkan kerugian kepada pihak lain.
4. Menyusun naskah reklame dalam bahasa Indonesia dengan mempergunakan huruf cetak dan apabila dipandang perlu dapat menambah naskah dengan bahasa asing disamping atau di bawah naskah bahasa Indonesia.
5. Memasang reklame pada titik atau lokasi dalam kawasan/zona yang telah ditentukan oleh instansi yang berwenang.
6. Menempatkan tanda berupa stiker, plat dan/atau tanda-tanda lain yang ditetapkan oleh instansi berwenang.
7. Menghapus atau menghilangkan dan meniadakan reklame paling lambat 7 (tujuh) hari setelah jangka waktunya berakhir.

## 3.1 Penolakan Permohonan Izin Reklame

Permohonan izin menyelenggarakan Reklame yang diajukan oleh wajib pajak, dapat ditolak apabila :

1. Melanggar Ketentuan Perundang-undangan, dimana reklame yang akan dipergunakan menurut pertimbangan Kepala Daerah bertentangan dengan ketertiban umum, kesusilaan, keindahan, keamanan, dan tata kota.
2. Tempat penyelenggaraan reklame yang diajukan tidak pada lokasi yang diperbolehkan seperti, dilarang memasang reklame disekitar Kantor Pemerintah, Gedung Sekolah, Rumah Ibadah dan Gedung Bersejarah yang tidak dipergunakan untuk komersial.
3. Tidak memenuhi syarat administratif dan persyaratan teknis yang telah ditentukan dalam peraturan Walikota.

## 4.1 Pencabutan Izin Reklame

Izin penyelenggaraan reklame dapat dicabut atau dinyatakan tidak berlaku serta tidak mempunyai kekuatan hukum apabila :

1. Pemegang izin tidak memenuhi kewajiban-kewajiban dan ketentuan penyelenggaraan reklame sebagaimana diatur dalam Peraturan Walikota.
2. Penyelenggara reklame yang dipasang tidak sesuai dengan izin yang diberikan karena ditemukan adanya perubahan materi, ukuran, ketinggian, titik, dan konstruksi bangunan reklame.

3. Naskah reklame yang telah ditentukan oleh pihak Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah kota Medan tidak dipenuhi sebagaimana semestinya.
4. Menurut pertimbangan Walikota ternyata pada saat berlangsungnya penyelenggaraan, materi reklame tidak memenuhi ketentuan seperti yang telah diatur dalam Peraturan Walikota.
5. Masa berlaku izin telah berakhir.

#### 5.1 Pembongkaran Reklame Ada 2 (dua)

Hal utama yang membuat reklame harus dibongkar, hak pembongkaran ini menjadi tanggungjawab pemegang izin / penyelenggara reklame dan Kepala Badan atas nama Kepala Daerah, yaitu :

1. Pemegang Izin/ Penyelenggara Reklame diharuskan melakukan pembongkaran dan penyingkiran reklame sesuai dengan tanggal berakhirnya Reklame dan atau dicabutnya izin.
2. Apabila dalam waktu yang telah ditentukan tersebut pembongkaran atau penyingkiran tidak dilakukan oleh penyelenggara, maka Kepala Badan atas nama Kepala Daerah akan melaksanakan pembongkaran/penyingkiran, dan biaya yang timbul akibat pembongkaran dibebankan kepada penyelenggara.

#### 1) Penetapan Pajak Reklame

Pajak Reklame dipungut dengan System Official Assessment yang memperhitungkan besarnya pajak terhutang ditetapkan oleh Dinas Tata Ruang dan Tata Bangunan, Badan Pelayanan Perizinan Terpadu, dan atau Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah dengan menerbitkan Surat Penetapan Pajak Reklame. Dalam hal ini, pajak terhutang telah ditetapkan oleh Kepala daerah atau Pejabat seperti Kepala Badan sehingga wajib pajak hanya perlu membayar pajak terutangnya.

#### 2) 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 kerja sama dengan pihak ketiga dalam proses pemungutan pajak, antara lain pencetakan formulir perpajakan, pengiriman surat kepada wajib pajak, atau pengumpulan 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.

#### 3) Tata Cara Pembayaran Pajak Reklame

Setiap wajib pajak membayar pajak terhutang berdasarkan Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD) atau dibayar sendiri oleh wajib pajak berdasarkan Surat Tagihan Pajak Daerah (STPD). Jatuh tempo pembayaran atau penyetoran pajak terhutang yang telah ditetapkan adalah :

1. Reklame tetap terbatas ditetapkan 7 (tujuh) hari kerja.
2. Reklame tetap permanen ditetapkan 5 (lima) hari kerja.
3. Reklame insidentil ditetapkan 1 (satu) hari kerja.

Pajak terhutang dapat dibayar paling lambat 30 (tiga puluh) hari setelah Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD) diterbitkan. Apabila batas waktu pembayaran pajak terhutang bertepatan pada hari libur, maka batas waktu pembayaran jatuh pada 1 (satu) hari kerja berikutnya. Dan bila pembayaran pajak terutang dilakukan setelah jatuh tempo pembayaran akan dikenakan sanksi administrasi berupa bunga keterlambatan sebesar 2 % (dua persen) setiap bulan Universitas Sumatera Utara untuk jangka waktu paling lama 24 (dua puluh empat) bulan dan ditagih dengan Surat Tagihan Pajak Daerah (STPD).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan jenis kualitatif deskriptif. Metode ini digunakan untuk memaparkan, menggambarkan, dan menafsirkan, mengenai keadaan atau situasi terkait penerapan penerimaan pajak reklame pada kantor Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah (BPPRD) Kota Medan.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer berupa wawancara langsung dengan staf pajak reklame BPPRD Medan, dan data yang diambil langsung melalui observasi. Dan data sekunder berupa data yang diperoleh secara tidak langsung melalui hasil penelitian terdahulu, artikel, buku, serta hasil publikasi dari instansi terkait.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah berupa wawancara dengan kepada staf pegawai pajak reklame di kantor BPPRD Medan, dokumentasi catatan tertulis terkait pajak reklame, observasi secara langsung dan mempelajari laporan-laporan pajak reklame disana.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif. Metode analisis ini dimulai dengan langkah menyaring dan mengumpulkan keterangan-keterangan yang diperoleh secara menyeluruh dan detail terkait objek, kemudian diuraikan sehingga diperoleh gambaran yang jelas.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Upaya-Upaya Dalam Meningkatkan Pengawasan Pajak Reklame**

Adapun upaya-upaya yang dilakukan Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan untuk meningkatkan pengawasan pajak reklame sebagai:

- ✓ Menjalin hubungan baik dengan wajib pajak serta memberikan pelayanan prima. Melalui pendekatan ini diharapkan wajib pajak mendapatkan perlindungan, fasilitas dan kenyamanan dari pihak Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan sehingga terjadi kerja sama yang baik untuk kedua pihak.
- ✓ Melakukan operasi lapangan, melalui operasi ini dilakukan pemantauan untuk objek pajak reklame. Untuk melihat izin usaha yang telah kadaluarsa dan segera memberitahu kepada wajib pajak agar mengurus perizinan usahanya yang telah kadaluarsa, dan menghimbau agar mengurus denda atau sanksi administrasi atau keterlambatan pengurusan izin usaha yang dimilikinya.
- ✓ Melakukan strategi sosialisasi yaitu dengan cara menghimbau masyarakat agar patuh terhadap pajak daerahnya dan menambah kesadaran masyarakat akan pentingnya membayar pajak.

- ✓ Melakukan kerja sama dengan pihak ketiga yaitu polisi, pamong praja, kejaksaan, pariwisata untuk melancarkan kegiatan pengawasan yang dilakukan oleh pihak Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan.
- ✓ Melakukan penagihan langsung yaitu dengan mendatangi langsung wajib pajak khusus bagi wajib pajak yang memiliki tunggakan pajak atas usahanya, dan juga langsung membebaskan denda atau sanksi administrasi atas tunggakan tersebut.
- ✓ Menghimbau masyarakat dengan cara memasang spanduk peringatan agar mendirikan reklame sesuai dengan ketentuan yang berlaku, dan menghubungi nomor-nomor pemilik yang tertera pada objek reklame agar mengurus perizinan usahanya.

## 2. Nilai Sewa Reklame

Dasar pengenaan pajak reklame adalah Nilai Sewa Reklame (NSR), yaitu nilai yang ditetapkan sebagai dasar perhitungan penetapan besarnya Pajak Reklame. Bila reklame diselenggarakan oleh pihak ketiga, NSR ditetapkan berdasarkan nilai kontrak reklame. Sedangkan reklame yang diselenggarakan sendiri, maka NSR dapat dihitung dengan memperhatikan faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, waktu, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah, dan ukuran media reklame. Apabila NSR tidak diketahui dan atau dianggap tidak wajar, dapat ditetapkan dengan menggunakan faktor-faktor jenis, bahan yang digunakan dan faktor lainnya.

Nilai Sewa Reklame (NSR) terhadap jenis reklame papan / billboard / videotron / megatron dihitung berdasarkan penjumlahan Nilai Jual Objek Universitas Sumat Reklame (NJOR) dengan Nilai Strategis Pemasangan Reklame (NSPR). Dengan rumus :

$$\text{NSR} = \text{NJOR} + \text{NSPR}$$

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 dan atau terpasang di tempat yang diizinkan. Besarnya NJOR dapat dihitung dengan :

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

Nilai Strategis Pemasangan Reklame yang disingkat dengan 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. Besarnya NSPR dihitung dengan rumus :

$$\text{NSPR} = (\text{Nilai Fungsi Ruang} + \text{Nilai Sudut Pandang} + \text{Nilai Fungsi Jalan}) \times \text{Harga Dasar Nilai Strategis}$$

Komponen nilai sewa reklame terdiri dari :

- a) Luas Reklame
- b) Harga satuan luas
- c) Jangka waktu pemasangan

Adapun komponen nilai strategis reklame terdiri dari :

- a) Kelas jalan
- b) Harga satuan Nilai sewa reklame terhadap jenis pajak reklame kain, reklame melekat / poster / Stiker / Rombong, reklame selebaran, reklame berjalan termasuk pada kendaraan, reklame udara, reklame apung, reklame suara, reklame film/slide, dan reklame peragaan dihitung berdasarkan penetapan yang perhitungannya dan penjelasannya telah ditetapkan dalam Lampiran I, Lampiran II, dan Lampiran IV Peraturan Walikota Medan Nomor 17 tahun 2014

### **3. Objek, Wajib Pajak dan Subjek Pajak Reklame**

#### **1) Objek Pajak Reklame**

Objek Pajak Reklame adalah semua penyelenggaraan reklame. Penyelenggaraan reklame dapat dilakukan oleh penyelenggara reklame atau perusahaan jasa periklanan yang terdaftar pada Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kabupaten/Kota. Penyelenggaraan reklame yang ditetapkan menjadi objek Pajak Reklame yaitu:

- Reklame papan/bilboard yaitu reklame yang terbuat dari papan, kayu, termasuk seng atau bahan lain yang sejenis, dipasang atau digantungkan atau Universitas Sumatera Utara dibuat pada bangunan, tembok, dinding, pagar, pohon, tiang, dan sebagainya baik bersinar maupun yang disinari.
- Reklame megatron/videotron/Large Electronic Display (LED) yaitu reklame yang menggunakan layar monitor besar berupa program reklame atau iklan bersinar dengan gambar dan atau tulisan berwarna yang dapat berubah-ubah, terprogram, dan difungsikan dengan tenaga listrik.
- Reklame kain yaitu reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain, termasuk kertas, plastik, karet, atau bahan lain yang sejenis dengan itu.
- Reklame melekat (stiker) yaitu reklame yang berbentuk lembaran lepas berupa gambar atau lukisan, diselenggarakan dengan cara disebar, dipasang, digantung pada suatu benda dengan ketentuan luasnya tidak lebih dari 200 cm<sup>2</sup> per lembar.
- Reklame selebaran yaitu reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan, atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempelkan, diletakkan, dipasang, atau digantungkan pada suatu benda lain.
- Reklame berjalan, termasuk pada kendaraan, yaitu reklame yang ditempatkan atau ditempelkan pada kendaraan yang diselenggarakan dengan menggunakan kendaraan atau dengan cara dibawa oleh orang.
- Reklame udara yaitu reklame yang diselenggarakan di udara dengan menggunakan gas, laser, pesawat, atau alat lain yang sejenis.
- Reklame suara, yaitu reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari atau oleh perantaraan alat.
- Reklame film/slide yaitu reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan klise berupa kaca atau film, ataupun bahan-bahan yang sejenis, sebagai alat untuk diproyeksikan dan atau dipancarkan pada layar atau benda lain yang ada di ruangan.

- Reklame peragaan yaitu reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara.

Tidak semua penyelenggaraan reklame dikenakan pajak. Ada beberapa pengecualian yang tidak termasuk sebagai objek Pajak Reklame, yaitu :

- Penyelenggaraan reklame melalui internet, televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan, dan sejenisnya.
- Label/merek produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan, yang berfungsi untuk membedakan dari produk sejenis lainnya.
- Nama pengenal usaha atau profesi diselenggarakan sesuai dengan ketentuan yang mengatur nama pengenal usaha atau profesi tersebut.
- Penyelenggaraan reklame lainnya yang ditetapkan dengan peraturan daerah, misalnya penyelenggaraan reklame yang diadakan khusus untuk kegiatan sosial, pendidikan, keagamaan, dan politik tanpa sponsor.

## 2) Subjek Pajak dan Wajib Pajak Reklame

Yang menjadi subjek pajak adalah orang pribadi atau badan yang menggunakan reklame. Sementara itu, wajib pajak adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame. Jika reklame diselenggarakan sendiri Universitas Sumatera Utara secara langsung oleh orang pribadi atau badan, wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau badan tersebut. Apabila reklame diselenggarakan melalui pihak ketiga, misalnya jasa periklanan, pihak ketiga tersebut menjadi wajib Pajak Reklame.

Dalam menjalankan kewajibannya, wajib pajak dapat diwakili oleh pihak tertentu yang diperkenankan oleh undang-undang dan peraturan daerah tentang Pajak Reklame. Wakil wajib pajak bertanggung jawab secara pribadi atas pembayaran pajak terutang. Selain itu, wajib pajak dapat menunjuk seorang kuasa dengan surat kuasa khusus untuk menjalankan hak dan memenuhi kewajiban perpajakannya.

## KESIMPULAN

1. Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah kota Medan merupakan salah satu Badan daerah kota Medan yang menyelenggarakan urusan Pemerintahan kota Medan pada bidang Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah kota Medan.
2. Setiap orang atau badan yang akan menyelenggarakan sebuah reklame harus memperoleh Surat Izin dari Kepala Daerah serta melampirkan syarat-syarat yang dibutuhkan. Permohonan izin reklame juga dapat ditolak, dicabut, hingga pembongkaran reklame apabila penyelenggara reklame tidak mematuhi ketentuan yang telah berlaku.
3. Dan untuk cara pengenaan pajak reklame yang dilakukan oleh Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah kota Medan yaitu dengan menjumlahkan Nilai Jual Objek Pajak dengan Nilai Strategis Pajak Reklame. Apabila dasar pengenaan pajak telah ditetapkan maka dapat menentukan besarnya pajak reklame yang terutang dengan mengalikan tarif pajak reklame dengan dasar pengenaan pajak/nilai sewa reklame.

## DAFTAR PUSTAKA

Devano sony, Siti Kurnia Rahayu, 2006. *Perpajakan*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

Harun, Hamrolie, 2003, *Menghitung Potensi Pajak dan Retribusi Daerah*, BPFE-YOGYAKARTA, Yogyakarta.

Bisnis Indonesia, 21 April, 2012. Potensi Pajak Reklame Besar.

Siahaan, M.P. 2013. *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah Edisi Revisi*, Jakarta; PT. Raja Grafindo Persada.

Fidel (2010). *Tentang Cara Modal dan Praktis Memahami Masalah Perpajakan*, Jakarta :Murai Kencana.

Marihot P. Siahaan (2009). *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah Edisi Revisi Bandung* : Rajawali.

Waluyo (2011). *Tentang Perpajakan*, edisi 10 buku 1. Jakarta : Salemba Empat

Peraturan Walikota Medan Nomor 17 Tahun 2014. *Tentang Petunjuk Teknis Pelaksanaan Peraturan Pemerintah Nomor 11 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame*. Kota Medan.

Peraturan Daerah Kota Medan Nomor 11 Tahun 2011. *Tentang Pajak Reklame*.

Peraturan Walikota Medan Nomor 38 tahun 2014 *tentang Penataan Reklame*.

Siahaan, P. Marihot, 2005, *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persad