

Tinjauan atas Pelaksanaan Perhitungan, Pemungutan, dan Pelaporan Pajak Reklame Pada Badan Bendapatan Daerah Kota Padang

Melli Herfina^{1*}, Windarsih Syofia²

¹Akademi Akuntansi Indonesia Padang, Indonesia, melliherfina@gmail.com

²Akademi Akuntansi Indonesia Padang, Indonesia, windarsihsyofia@gmail.com

Corresponding Author: melliherfina@gmail.com

Info Artikel	Abstrak
Diterima, 08-04- 2022 Direvisi, 14-04- 2022 Dipublikasi, 17-04-2022	Pajak adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh 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. Reklame merupakan benda, alat, perbuatan atau media yang menurut dan corak ragamnya untuk tujuan komersil, 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 umum, kecuali yang dilakukan pemerintah. Pajak reklame adalah pungutan daerah atas penyelenggaraan reklame. Tujuan tugas akhir ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan perhitungan, pemungutan, dan pelaporan pajak reklame. Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif kuantitatif yaitu metode yang digunakan untuk menggambarkan dan membahas keadaan perusahaan berdasarkan fakta yang ada sesuai objek dengan cara studi lapangan yang terdiri dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa perhitungan, pemungutan dan pelaporan pajak reklame sudah sesuai dengan Peraturan Walikota No. 46 Tahun 2017.
Kata Kunci: Pajak, Reklame, Pajak Reklame	Abstract <i>Taxes are mandatory contributions to regions owed by individuals or entities that are coercive in nature based on the law, with no direct compensation and are used for regional needs for the greatest prosperity of the people. Advertisements are objects, tools, actions or media which according to and its various patterns for commercial purposes, are used to introduce, recommend, or praise an item, service or person, or to attract public attention to an item, service or person that is placed or can be seen, read and/or heard from a public place, except by the government. Advertising tax is a regional levy on the administration of advertisements. The purpose of this final project is to find out how to calculate, collect, and report advertisement tax. The research method used is descriptive quantitative analysis method, namely the method used to describe and discuss the state of the company based on the facts that exist according to the object by means of field studies consisting of observations, interviews, and documentation. Based on the results of the study, it can be concluded that the calculation, collection and reporting of the advertisement tax is in accordance with the Mayor's Regulation no. 46 of 2017.</i>
Keywords: Tax, Advertising, Advertising Tax	

PENDAHULUAN

Pajak daerah merupakan salah satu sumber pendapatan daerah. Yang mana wajib dibayarkan oleh masyarakat setiap tahunnya, dan setiap sen uang pajak yang dibayarkan oleh masyarakat digunakan untuk kepentingan umum, seperti mendanai pembangunan fasilitas

umum, membiayai anggaran kesehatan, pendidikan, dan hal produktif lainnya. Secara umum pajak adalah pungutan wajib dari rakyat untuk negara. Ada dua jenis pajak daerah yang dipungut oleh pemerintah kota ke masyarakat atau wajib pajak, yakni pajak Provinsi dan pajak Kabupaten atau Kota.

Pajak Reklame merupakan pemungutan pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame merupakan benda, alat, perbuatan atau media yang bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial. Digunakan untuk memperkenalkan, mengajurkan barang, jasa, atau orang, ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa, atau orang yang ditempatkan atau yang dilihat, dibaca, dan atau didengar dari suatu tempat oleh umum, kecuali yang dilakukan pemerintah

Salah satu pendapatan kabupaten/kota yang penerimaan Pendapatan Asli Daerah terbanyak di Sumatera Barat adalah kota Padang. Kondisi ini menjadikan Sumatera Barat Khususnya Kota Padang dituntut untuk menyediakan fasilitas baik sarana maupun prasarana untuk mendukung perkembangan daerahnya. Pajak reklame adalah salah satu pajak kabupaten/kota yang cukup potensial dalam peningkatan sumber pendapatan dan perekonomian daerah.

Padang sebagai ibu kota provinsi dan pusat perekonomian di Sumatera Barat membuat banyak investor baik jasa dan dagang masuk ke Padang. Ingin memasang iklan dari produk atau jasa yang mereka tawarkan namun masih terdapat banyak wajib pajak yang memasang reklame tidak sesuai dengan yang dilaporkan. Keadaan ini mempengaruhi kontribusi pajak reklame terhadap angka Pendapatan Asli Daerah secara otomatis hal ini dapat menurunkan Pendapatan Pajak Daerah. Perlunya perhatian pemerintah untuk lebih mengawasi dalam hal perhitungan, pemungutan pajak reklame serta pengawasan lapangan terhadap wajib pajak yang melanggar.

Kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Pajak Daerah dari tahun 2016 sampai tahun 2020 terus mengalami penurunan dan kenaikan. Penurunan terjadi pada tahun 2017 sebesar 0,9 %, pada tahun 2018 mengalami penurunan lagi sebesar 0,3 %, pada tahun 2019 mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya sebesar 0,1 %, dan pada tahun 2020 mengalami penurunan lagi sebesar 0,1 %.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Pajak

Pajak merupakan suatu kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh setiap orang maupun badan yang sifatnya memaksa namun tetap berdasarkan undang-undang, dan tidak mendapat imbalan secara langsung serta digunakan untuk kebutuhan negara juga kemakmuran rakyatnya” (Undang-Undang No. 28 tahun 2007 Pasal 1 tentang Ketentuan Umum dan Perpajakan)

Pajak Daerah

Pajak daerah menurut UU No. 28 Tahun 2009 tentang pajak daerah dan retribusi daerah, yang selanjutnya disebut pajak adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapat imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Adapun jenis-jenis pajak daerah menurut Undang-Undang Nomor 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi daerah, pajak daerah dibagi menjadi dua macam, yaitu:

1. Pajak Provinsi terdiri atas:
 - a. Pajak Kendaraan Bermotor
 - b. Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor
 - c. Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor
 - d. Pajak Air Permukaan, dan
 - e. Pajak Rokok
2. Pajak Kabupaten/Kota terdiri atas:
 - a. Pajak Hotel
 - b. Pajak Restoran
 - c. Pajak Hiburan
 - d. Pajak Reklame
 - e. Pajak Penerangan Jalan
 - f. Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan
 - g. Pajak Parkir
 - h. Pajak Air Tanah
 - i. Pajak Sarang Burung Walet
 - j. Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan dan
 - k. Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan

Pajak 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 atau menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa, atau orang yang ditempatkan atau yang dapat dilihat, dibaca dan/atau didengar dari suatu tempat oleh umum, kecuali yang dilakukan pemerintah. (PERWAKO No.49 Tahun 2014).

1. Pelaksanaan Pajak Reklame

Pelaksanaan pajak reklame mempunyai maksud dan tujuan, yaitu:

- a. Untuk mengoptimalkan ruang kota dalam hal pemasangan reklame.
- b. Untuk menciptakan ketertiban dan keindahan kota dengan menggunakan standart reklame yang telah ditentukan oleh pemerintah daerah.
- c. Untuk memberikan kepastian hukum pemasangan reklame.
- d. Untuk meningkatkan pendapatan asli daerah.

2. Subjek Pajak

Wajib pajak merupakan orang atau pribadi atau badan, meliputi membayar pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak, yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan daerah (PERWAKO No. 49 Tahun 2014). Penyelenggara reklame merupakan orang atau badan yang telah memperoleh izin dari pemerintah daerah untuk menyelenggaraan reklame (PERWAKO No. 46 Tahun 2017).

3. Jenis atau Objek Pajak Reklame

Secara umum, reklame dibedakan menjadi 2 jenis, yaitu reklame produk dan reklame non-produk. Reklame produk adalah reklame berisi informasi tentang barang dan jasa,

tujuannya semata-mata untuk keperluan promosi. Sedangkan reklame non-produk adalah jenis reklame yang semata-mata memuat nama perusahaan/badan/nama usaha, contohnya logo, simbol, atau identitas perusahaan yang bertujuan agar diketahui oleh orang banyak. Objek pajak reklame adalah semua penyelenggara reklame, penyelenggara reklame sebagaimana yang dimaksud dalam PERWAKO No.46 Tahun 2017 pasal 3 yaitu:

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

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini analisis data yang digunakan untuk menjawab permasalahan yang ada adalah dengan menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif, menurut Sugioyono (2018:86) metode penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan.

Dengan variabel lain. Menurut Arikunto (2019:27) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang sesuai dengan namanya, banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya. Dapat disimpulkan penelitian deskriptif kuantitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data yang diteliti langsung dan didapatkan pada Badan Pendapatan Daerah Kota Padang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perhitungan Pajak Reklame

1. Izin Penyelenggaraan Reklame

Dijelaskan dalam Peraturan Walikota (PERWAKO No. 46 Tahun 2017 Pasal 11). Setiap penyelenggara reklame wajib memperoleh IMBKR dan atau IMTR. Izin Mendirikan Bangunan Kontruksi Reklame yang selanjutnya disingkat IMBKR adalah perizinan yang diberikan untuk membangun konstruksi bangunan reklame yang diberikan untuk membangun reklame sesuai dengan persyaratan administratif dan persyaratan teknis yang berlaku. Untuk memperoleh IMKBR setiap penyelenggara reklame harus mengajukan permohonan tertulis kepada Walikota melalui kepala perangkat daerah yang menyelenggarakan pelayanan terpadu seperti Badan Pendapatan Daerah Kota Padang (BAPENDA) dengan melampirkan persyaratan sebagai berikut:

- a. Foto copy identitas diri;
- b. Surat kuasa dalam hal pengurusan dikuasakan
- c. Foto copy akte pendirian perusahaan dan keputusan pengesahan bagi badan hukum;

- d. Surat pernyataan diatas materai 10.000,- yang berisi:
 - 1) Kesiadaan mematuhi seluruh ketentuan penyelenggaraan reklame;
 - 2) Kesiadaan bertanggungjawab atas seluruh kerugian yang ditimbulkan akibat dalam hal terjadi kecelakaan akibat robohnya reklame;
 - 3) Kesiadaan membayar Retribusi Sewa Tanah dalam hal titik lokasi rencana penempatan reklame berada pada tanah Pemerintah Daerah;
- e. Foto copy surat perjanjian sewa tanah atau bangunan dengan pemilik tanah atau bangunan atau yang mengawasi tanah atau bangunan dalam hal titik lokasi rencana penempatan reklame tidak berada pada tanah Pemerintah Daerah;
- f. Gambar lokasi/peta situasi dikertas A4 yang menjelaskan titik reklame dengan skala 1:1000;
- g. Gambar konstruksi bangunan reklame , meliputi gambar rencana pondasi, tiang, dan panel board dengan skala 1:1000;
- h. Gambar rencana instalasi arus kuat jika menggunakan instalasi listrik; dan
- i. Foto berwarna ukuran 6 R yang diambil dari 3 arah dalam jarak 10 meter dari titik lokasi rencana penempatan reklame.

Izin Masa Tayang Reklame yang selanjutnya disingkat sebagai IMTR adalah perizinan yang diberikan untuk menayangkan media atau konten reklame sesuai dengan jangka waktu yang ditetapkan. Untuk memperoleh IMTR, setiap penyelenggara reklame harus mengajukan permohonan tertulis kepada Badan Pendapatan daerah dengan melampirkan persyaratan sebagai berikut:

- a. Foto copy identitas diri;
- b. Surat kuasa dalam hal penggunaan dikuasakan;
- c. Surat pernyataan di atas materai 10.000.- yang berisi:
 - 1) Kesiadaan mematuhi seluruh ketentuan penyelenggaraan reklame;
 - 2) Kesiadaan bertanggung jawab atas seluruh kerugian yang ditimbulkan akibat dalam hal terjadi kecelakaan akibat lepasnya vinyl reklame;
- d. Foto berwarna ukuran 6 R yang menggambarkan konten reklame yang akan ditayangkan;

2. Penempatan Reklame

Setiap penempatan reklame harus sesuai dengan ketentuan rencana tata ruang wilayah kota, kriteria lokasi penempatan reklame terdiri dari :

- a. Lokasi sangat strategis, adalah ruas jalan dan tempat sebagaimana terlampir dalam lampiran I;
- b. Lokasi strategis, adalah ruas jalan sebagaimana terlampir dalam lampiran II;
- c. Lokasi kurang strategis, adalah semua ruas jalan dan tempat dalam daerah kecuali ruas jalan dan tempat sebagaimana dimaksud pada no. 1 dan 2;
- d. Lokasi tanpa penyelenggaraan reklame, merupakan lokasi yang dilarang menyelenggarakan reklame produk, kecuali penyelenggara reklame untuk kepentingan Pemerintah, Pemerintah Provinsi Sumatera Barat atau Pemerintah Daerah dengan lokasi sebagai berikut:
 - 1) Gedung dan halaman kantor Pemerintahan;
 - 2) Gedung dan halaman sekolah dan tempat ibadah;
 - 3) Taman Tugu Bingkuang;

- 4) Taman patung selamat datang;
- 5) Taman Tugu Perdamaian;
- 6) Taman Tugu Tali Tigo Sampilin Simpang Haru;
- 7) Taman makam pahlawan
- 8) Monumen gempa;
- 9) Jembatan Siti Nurbaya;
- 10) Kawasan kota tua; dan
- 11) Sepanjang bahu jalan garis pantai;

3. Mekanisme Perhitungan Reklame

Dasar pengenaan pajak reklame adalah Nilai Sewa Reklame (NSR), jika reklame diselenggarakan oleh pihak ketiga, NSR ditetapkan berdasarkan dari nilai kontrak reklame. Namun, jika reklame diselenggarakan sendiri, NSR dihitung berdasarkan pada jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah, dan ukuran media reklame. Di kota Padang, NSR telah diatur melalui peraturan Walikota Padang (PERWAKO) No. 46 Tahun 2017 Pasal 24, cara perhitungan NSR menurut peraturan Waliko padang, ditetapkan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{NSR} = \text{Nilai Perolehan Reklame} \times \text{Nilai Lokasi} \times \text{Jangka Waktu Penyelenggaraan} \times \text{Jumlah Reklame}$$

Tarif pajak reklame ditetapkan sebagai berikut:

Tabel 1. Tarif Jenis Pajak Reklame

Jenis Pajak Reklame	Tarif Pajak
Papan, <i>billboard</i> , <i>videotron</i> , <i>megatron</i> , LED, <i>neon box</i> , atau sejenisnya,	15 %
Kain	10 %
Stiker/melekat	15 %
Selebaran	25 %
Berjalan	15 %
Udara	15 %
Apung	15 %
Suara	10 %
Film/slide	10.000/hari
Peragaan	25.000/peragaan

Sumber : PERWAKO No.46 tahun 2017

Besaran pokok pajak reklame yang terhutang dihitung dengan cara mengalikan tarif pajak dengan hasil perhitungan NSR, dinyatakan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 2. Perhitungan Pajak Reklame

NO	JENIS REKLAME	BESARAN POKOK PAJAK TERHUTANG (Rp)		
		Sangat Strategis	Strategis	Kurang Strategis
1	Videotron/Megatron/LED	1.150.000	575.000	380.000
2	Papan/Billboard	850.000	420.000	280.000
3	Neonbox	600.000	300.000	200.000
4	Kain	10.000	10.000	10.000
		100.000	100.000	100.000

5	Sticker	18.000	18.000	18.000
6	Selebaran	15.000	15.000	15.000
7	Kendaraan/Berjalan	200.000	200.000	200.000
8	Udara	162.000	162.000	162.000
9	Apung	135.000	135.000	135.000
10	Suara	10 % × Nilai Kontrak		
11	Slide/Film	Rp. 10.000/hari		
12	Peragaan	Rp. 25.000/Peragaan		

Sumber : PERWAKO No. 46 Tahun 2017

4. Uang Jaminan Pembongkaran Reklame

Setiap penyelenggaraan reklame yang baru pertama kali melakukan pemasangan reklame, dikenakan uang jaminan pembongkaran reklame. Uang jaminan pembongkaran pajak reklame adalah uang yang disetor oleh penyelenggara reklame pada rekening kas Daerah sebagai jaminan biaya pembongkaran reklame, jika reklame dibongkar oleh penyelenggara reklame maka uang jaminan dikembalikan kepada penyelenggara reklame, atau jika reklame tidak dibongkar oleh penyelenggara reklame maka uang jaminan tidak akan dikembalikan kepada penyelenggara reklame. Uang jaminan pembongkaran reklame sebagai berikut:

Tabel 3. Uang Jaminan Pembongkaran Reklame

NO	Jenis Reklame	Luas	Uang Jaminan Pembongkaran	
			Konstruksi	Media
1	Videotron/Megatron/LED	50 m ²	7.000.000	-
2	Billboard	32 m ² s/d 72 m ²	7.000.000	500.000
3	Bando	32 m ² s/d 72 m ²	9.000.000	500.000
4	Baliho	12 m ² s/d 24 m ²	3.000.000	300.000
5	Papan, Neon box Di Tiang	paling tinggi 2 m ²	300.000	100.000
		2,01 m ² s/d 9 m ²	500.000	150.000.000
		paling tinggi 2 m ²	200.000	75.000
		2,01 m ² s/d 11,99 m ²	300.000	150.000
5	Papan, Neon box Di Dinding	12 m ² s/d 31,99 m ²	1.000.000	300.000
		32 m ² s/d 72 m ²	1.500.000	500.000
6	Kain, Layar, Spanduk, Umbul-Umbul, atau Banner	0,5 m ² s/d 24 m ²	75.000	20.000
7	Sticker	200.000/ 1× Pasang		
8	Kendaraan/Berjalan	100.000/ 1× Pasang		
9	Udara	100.000/ 1× Pasang		
10	Apung	100.000/ 1× Pasang		

Sumber: PERWAKO No. 47 Tahun 2017

Perhitungan pajak reklame dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$= \text{Panjang} \times \text{Lebar} \times \text{Sisi} \times \text{Unit} \times \text{Tarif Jenis Reklame Berdasarkan Lokasi}$$

Pemungutan Pajak Reklame

1. Dokumen-dokumen yang digunakan dalam pemungutan pajak reklame di BAPENDA

Sebagai suatu instansi pemerintah yang bertugas dan bertanggungjawab pada pelaksanaan pemungutan pajak reklame di kota Padang, keberhasilan, dan ketertiban

dalam melaksanakan pemungutan pajak tidak dapat terlepas dari sarana berupa dokumen-dokumen yang menunjang kelancaran dalam melaksanakan pemungutan pajak reklame pada BAPENDA. Dokumen-dokumen yang digunakan dalam pemungutan pajak reklame di BAPENDA adalah sebagai berikut:

a. Form Permohonan

Form permohonan adalah formulir yang berisi data-data yang harus diisi sendiri oleh pemohon atau pelanggan, yang digunakan untuk melakukan permohonan mengenai reklame yang akan dipasang. Formulir permohonan terbagi menjadi dua jenis, yaitu formulir permohonan pemasangan baru, dan formulir permohonan perpanjangan, perbedaan diantara kedua formulir permohonan ini adalah pada formulir permohonan pemasangan baru melampirkan gambar konstruksi reklame sedangkan pada formulir permohonan perpanjangan tidak melampirkannya.

b. Berita Acara Hasil Pemeriksaan Lapangan

Merupakan formulir yang berisikan data-data pemeriksaan lapangan sederhana terhadap objek pajak/kondisi wajib pajak untuk memperoleh fakta dan keterangan sebagai bahan pertimbangan untuk penetapan pajak.

c. Surat Pernyataan Penyelenggaraan Reklame

Merupakan Surat yang berisikan pernyataan pemohon kepada BAPENDA yang berisikan beberapa point terdapat pada PERWAKO No. 46 tahun 2017 yang diatas materai 10.000.

d. Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD)

Merupakan surat keputusan yang menentukan besarnya jumlah pajak terutang. Surat ini berisi nama dan alamat pelanggan, nomor NPWPD, jenis reklame, lokasi reklame terpasang, judul reklame/teks reklame, panjang, lebar dan tinggi reklame terpasang.

e. Surat Setoran Uang Jaminan Bongkar Tahunan

Surat setoran yang berisi jumlah biaya pembongkaran, surat ini berisi nama dan alamat wajib pajak, jenis reklame, bunyi reklame, lokasi pemasangan, dan masa pajak, surat setoran ini biasanya disertakan bersama SKPD.

f. Form Perhitungan

Form yang menentukan besarnya perhitungan jumlah pajak terutang hingga uang jaminan bongkarnya. Form ini dibuat oleh bidang data dan penetapan pada BAPENDA.

g. Surat Ijin Memasang Reklame

surat ijin memasang reklame adalah surat yang menunjukkan bahwa wajib pajak telah mendapatkan wewenang untuk memasang reklame setelah melayangkan surat permohonan pemasangan reklame.

h. Surat Panggilan

Merupakan surat yang berisikan pemberitahuan mengenai keterlambatan pembayaran pajak reklame dan pemasangan reklame baru.

2. Hasil Pelaksanaan Pemungutan Pajak Reklame di BAPENDA

Dari pelaksanaan pemungutan pajak reklame tersebut akan memberikan pendapatan bagi pendapatan pajak daerah. Berikut adalah sebuah tabel tentang Realisasi Target Penerimaan Pajak Reklame dan Realisasi Penerimaan Pajak Daerah Tahun 2016 sampai dengan tahun 2020.

Tabel 4. Hasil Pelaksanaan Penerimaan Pajak Reklame Dan Pendapatan Pajak Daerah Kota Padang Tahun 2016-2020

TAHUN	RTPPR	RPPR	%
2016	8.500.000.000	8.551.921.216	100,61
2017	8.500.000.000	7.651.410.083	90,02
2018	10.200.000.000	7.132.554.659	69,93
2019	15.000.000.000	8.449.266.277	56,66
2020	6.000.000.000	7.458.918.362	124,32

Sumber : BAPENDA Kota Padang

Keterangan:

RTPPR : Realisasi Target Penerimaan Pajak Reklame

RPPR : Realisasi Penerimaan Pajak Reklame

Berdasarkan tabel diatas Tahun 2016 pajak reklame di Kota Padang mengalami kenaikan meskipun tidak terlalu signifikan dengan target sebesar Rp 8.500.000.000 dan terealisasi sebesar Rp 8.551.921.216 atau tercapai 100,61 %. Akan tetapi pada tahun 2017 pajak reklame mengalami penurunan dari target yang telah ditetapkan sebesar Rp 8.500.000.000 dan terealisasi hanya sebesar Rp 7.651.410.083, dan pada tahun berikutnya 2018 sampai 2019 pajak reklame terus menerus mengalami penurunan dari target yang telah ditetapkan. Pada tahun 2020 mengalami kenaikan dimana targetnya sebesar Rp 6.000.000.000 terealisasi melebihi target sebesar Rp 7.458.918.362 atau tercapai 124,32 %. Penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa penerimaan pajak reklame daerah tidak selalu memenuhi target yang telah ditetapkan, atau dapat dikatakan dengan keadaan yang fluktuatif. Ini disebabkan dari berbagai macam faktor seperti perkembangan industri perdagangan yang menurun dan kurangnya kesadaran masyarakat akan hal pembayaran pajak reklame.

Masih banyak Wajib Pajak yang sering terlambat dalam melaporkan kewajibannya dan masih terdapat praktik-praktik yang merugikan pemerintah oleh Wajib Pajak karena melaporkan pajak reklame yang dipasang tidak sesuai dengan yang dipasang di lapangan.

3. Pelaporan Pajak Reklame

Pelaporan pajak reklame merupakan dimana setelah wajib pajak melakukan kewajiban membayar pajaknya. Pembayaran tersebut akan masuk ke rekening penampung kas daerah, yang mana akan dilaporkan sebagai salah akun terutang pajak reklame di dalam Pendapatan Asli Daerah pada Laporan Realisasi Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah.

Realisasi Penerimaan Pendapatan Asli Daerah pada Badan Pendapatan Daerah Kota Padang Tahun 2020.

Tabel 4. Realisasi Penerimaan Pendapatan Asli Daerah

NO	JENIS PENERIMAAN	REALISASI
A	Pajak Daerah	
1	Pajak Hotel	21,070,809,433.00
2	Pajak Restoran	35,147,316,035.00
3	Pajak Hiburan	3,805,101,995.00
4	Pajak Reklame	7,458,918,362.00

5	P.P.J	106,648,682,956.00
6	Pajak Parkir	1,384,529,900.00
7	Pajak Air Tanah	911,062,239.00
8	Pajak Sarang Burung Walet	15,000,000.00
9	Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan	36,668,894,560.00
10	BPHTB	68,991,556,893.00
11	Pajak Bumi dan Bangunan	62,578,387,788.00
	Jumlah A	344,680,260,161.00
	B Retribusi Usaha Jasa	
12	Retribusi Pemakaian Kekayaan Daerah	329,766,577.00
	Retribusi Sewa Tanah dan Bangunan	329,766,577.00
	Jumlah B	329,766,577.00
	C Lain-lain Pendapatan Asli Daerah yang Syah	
	c.a Pendapatan Denda Pajak	329,766,577.00
13	Denda Pajak Hotel	195,446,471.00
14	Denda Pajak Restoran	139,997,101.00
15	Denda Pajak Hiburan	29,867,368.00
16	Denda Pajak Reklame	154,938,914.00
17	Denda Pajak Parkir	2,631,240.00
18	Denda Pajak Air Tanah	23,432,187.00
19	Denda Pajak Sarang Burung Walet	39,000.00
20	Denda Administrasi Bagi Notaris atau PPAT	3,250,000.00
21	Denda Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan	1,447,766.00
22	Denda PBB Pedesaan dan Perkotaan	549,180,095.00
23	Denda BPHTB	549,180,095.00
	c.b Pendapatan Denda Restribusi	3,314,482.00
23	Denda Pemakaian Kekayaan Daerah	3,314,482.00
	c.c Pendapatan Hasil Eksekusi Jaminan	287,205,000.00
24	Hasil Eksekusi Jaminan Atas Pem. Rekalme	287,205,000.00
	Jumlah C	1,390,749,624.00
	Total	346,400,776,362.00

Sumber : BAPENDA Kota Padang

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa pendapatan dari pajak reklame akan dilaporkan sebagai salah akun terutang pajak reklame di dalam Pendapatan Asli Daerah. Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan semua penerimaan yang diperoleh daerah dari sumber-sumber dalam wilayah sendiri yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan perturan perundang-undangan yang berlaku. Pendapatan Asli Daerah kota Padang terdiri dari perolehan hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan atas, pajak daerah, retribusi, pendapatan dari laba perusahaan daerah atau Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) dan pendapatan- pendapatan yang sah lainnya.

4. Hambatan-hambatan yang ditemukan dalam pelaksanaan perhitungan, pemungutan, dan pelaporan pajak reklame

Badan Pendapatan Daerah Kota Padang mempunyai beberapa tugas yaitu penyuluhan, pelayanan, dan pengawasan terhadap wajib pajak dikarenakan masih banyak wajib pajak yang memasang reklame tidak menggunakan izin dan tidak sesuai aturan. Hal tersebut dapat membuat dalam penataan kota menjadi tidak memiliki keindahan atau estetika. Hambatan yang dihadapi oleh BAPENDA sebagian besar berasal dari wajib pajak yang kurang taat akan peraturan yang telah ditetapkan. Seperti masih banyak reklame-reklame yang sudah habis masa pasangannya, dan seharusnya pihak penyelenggara atau wajib pajak melakukan perpanjangan izin pemasangan, namun begitu banyak yang melanggar.

Masih banyaknya reklame yang terpasang bebas dan belum terdaftar sebagai penenaan tarif pajak reklame. Hal tersebut terjadi karena kurangnya kesadaran dari masyarakat sebagai wajib pajak untuk taat hukum dalam hal pemasangan reklame.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pengamatan dan pembahasan yang berhubungan dengan pelaksanaan perhitungan, pemungutan, dan pelaporan pajak reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kota Padang, dengan demikian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam hal pelaksanaan perhitungan pajak reklame Badan Pendapatan Daerah Kota Padang dapat dikatakan telah sesuai dengan peraturan Walikota No. 46 tahun 2017 yakni dasar penenaan pajak reklame yang digunakan adalah nilai sewa reklame (NSR) yang mana memperhitungkan letak, jenis reklame, jangka waktu penyelenggaraan, dan ukuran media yang digunakan.
2. Pelaksanaan pemungutan dan pelaporan pajak reklame pada BAPENDA cukup efektif dan efisien hal ini terlihat pada pengurusan pajak hanya dilakukan oleh dua bidang yakni bidang pelayanan dan bidang DATAP (data dan penetapan), terlebih lagi kedua bidang ini bertempat saling berdekatan, sehingga dapat menghemat waktu dan biaya.
3. Pada realisasi target dan penerimaan pajak reklame dari tahun 2016 sampai dengan 2020. Mengalami kenaikan dan penurunan atau dapat dikatakan dengan keadaan fluktuatif, keadaan tersebut disebabkan oleh berbagai macam faktor
4. seperti banyaknya wajib pajak yang melaporkan ukuran pemasangan reklame yang tidak sesuai dengan yang ada pada lapangan, ini disebabkan kurang ketatnya pengawasan pada lapangan. Dapat dikatakan realisasi target yang telah ditetapkan belum sepenuhnya tercapai.
5. Dalam hal pelayanan petugas dapat dikatakan memuaskan, hal ini dibuktikan dengan pemberitahuan tentang besarnya pajak yang terutang kepada Wajib Pajak hanya dengan jangka waktu kurang dari satu minggu.

Saran

Sehubungan dengan analisis dan kesimpulan yang telah diambil, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Badan Pendapatan Daerah Kota Padang diharapkan lebih mensosialisasikan informasi mengenai pajak reklame, tentang pentingnya pemasangan reklame sesuai dengan aturan, karena tidak setiap tempat dapat dipasangi reklame demi keindahan Kota Padang dan demi kenyamanan para pengguna jalan.

2. Para petugas BAPENDA terutama petugas untuk reklame, supaya lebih bersikap tegas bagi para Wajib Pajak yang melanggar aturan dalam hal pemasangan reklame, sehingga dapat tercipta keadaan yang saling menguntungkan baik untuk masyarakat umum, Wajib Pajak, Serta BAPENDA itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Akademi Akuntansi Indonesia. 2019. *Buku Pedoman Pelaksanaan Tugas Akhir Program Studi DIII Akuntansi*. Akademi Akuntansi Indonesia.
- Andra Turnisia. 2018. "Metode Penelitian". Yogyakarta.
- Arikunto, S. 2018. "*Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*". Jakarta: Rineka Cipta, Chalidiah, dkk.
- Waluyo. 2008. "*Perpajakan Indonesia*" Salemba Empat: Jakarta.
- Sugiyono. 2018. "*Metode Penelitian Kuantitatif*". Bandung: Alfabeta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007 Pasal 1 ayat (1) "Ketentuan Umum dan Perpajakan".
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 "Pajak Daerah dan Retribusi Daerah".