

Analisis Penerapan Perhitungan Dan Pelaporan Pajak Reklame Pada Badan Pendapatan Daerah Kota Padang

Melli Herfina^{1*}, Reta Purnama Sari²

^{1,2} Akademi Akuntansi Indonesia Padang, Indonesia

Corresponding author: melliherfina@gmail.com

Info Artikel	Abstrak
Direvisi, 05/01/2024 Diterima, 17/03/2024 Dipublikasi, 30/03/2024	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan perhitungan dan pelaporan pajak reklame oleh Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) Kota Padang, serta hambatan yang dihadapi oleh Badan Pendapatan Daerah Kota Padang dalam pelaksanaan proses pengenaan dan pemungutan Pajak Reklame. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan melakukan studi lapangan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang digunakan adalah realisasi penerimaan pendapatan asli daerah pada Badan Pendapatan Daerah Kota Padang pada tahun 2022. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan perhitungan pajak reklame oleh BAPENDA Kota Padang telah sesuai dengan Peraturan Wali Kota Padang No. 89 Tahun 2021. Pelaporan pajak reklame pada BAPENDA Kota Padang juga terbukti efektif dan efisien. Proses pengurusan pajak dilakukan oleh dua bidang, yang menghasilkan pelaporan yang tepat dan akurat. Namun, terdapat fluktuasi dalam realisasi target dan penerimaan pendapatan asli daerah dari pajak reklame dari tahun 2019 sampai 2022, yang dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti dampak pandemic dan ketidaktepatan pelaporan wajib pajak yang memasang reklame tanpa melapor kepada BAPENDA Kota Padang.
Kata Kunci: Perhitungan, Pelaporan, Pajak Reklame	Abstract <i>The purpose of this research is to determine the accounting and reporting of advertisement tax by the Padang City Regional Revenue Agency (BAPENDA), as well as the obstacles faced by the Padang City Regional Revenue Agency in implementing the process of imposition and collection of Advertisement Tax. This research uses quantitative descriptive methods by conducting field studies through observation, interviews and documentation. The data used is the realization of regional original revenue at the Padang City Regional Revenue Agency in 2022. The results of the research show that the implementation of advertising tax calculations by Padang City BAPENDA is in accordance with Padang Mayor Regulation No. 89 of 2021. Advertisement tax reporting to BAPENDA Padang City has also proven to be effective and efficient. The tax processing process is carried out by two fields, which produces precise and accurate reporting. However, there is a conflict in the realization of targets and receipt of local revenue from advertising taxes from 2019 to 2022, which is influenced by several factors such as the impact of the pandemic and inaccurate reporting of taxpayers who put up advertisements without reporting to BAPENDA Padang City.</i>
Keywords: Calculation, Reporting, Advertising Tax	

PENDAHULUAN

Pendapatan Asli Daerah (PAD) ialah penerimaan yang diperoleh oleh daerah dari sumber-sumber di wilayahnya sendiri yang dipungut berdasarkan Peraturan Daerah dan sesuai dengan Undang-undang Nomor 33 Tahun 2004. Sumber pendapatan asli daerah terdiri dari pajak daerah, hasil redistribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan pendapatan asli daerah lainnya yang sah. Pendapatan asli daerah sering digunakan

sebagai indikator kemajuan suatu daerah. Jika pendapatan asli suatu daerah tinggi, maka dapat dikatakan bahwa daerah tersebut telah maju. Semakin tinggi pendapatan asli daerah yang diterima, maka tingkat ketergantungan pemerintah daerah terhadap pemerintah pusat semakin berkurang. Salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah adalah berasal dari Pajak.

Menurut Mardiasmo (2018:3), Pajak adalah pungutan wajib yang dikenakan oleh Negara kepada wajib pajak berdasarkan undang-undang yang berlaku. Menurut Mardiasmo (2018:4), Pajak memiliki dua fungsi yaitu fungsi *budgetair* (Sumber Keuangan Negara) dan fungsi *regularlend* (pengatur). Menurut Mardiasmo (2018:3), jenis pajak terbagi menjadi tiga kelompok, yaitu pengelompokan menurut golongan, menurut sifat dan menurut lembaga pemungutannya. Sejak tahun 1990 pembagian pajak menurut wewenang pemungutan pajak dipisah menjadi dua yaitu pajak pusat dan pajak daerah.

Mulyadi (2016:136), menyatakan Pajak daerah merupakan kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-undang. Dalam pelaksanaan pemungutan pajak daerah sesuai dengan Undang-undang No 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Restribusi Daerah. Ada dua jenis Pajak Daerah menurut undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 yaitu:

1. Jenis Pajak Provinsi terdiri dari:
 - a. Pajak Kendaraan Bermotor
 - b. Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor
 - c. Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor
 - d. Pajak Air Permukaan
 - e. Pajak Rokok
2. Jenis Pajak Kabupaten/kota terdiri dari:
 - 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 Pakir
 - h. Pajak Air Tanah
 - i. Pajak Sarang Burung Walet
 - j. Pajak Bumi dan Bangunan
 - k. Bea Perolehan Hak Atas Tanah dan Bangunan

Salah satu pajak yang berkontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah adalah Pajak Reklame.

Menurut PERWAKO No 89 Tahun 2021, Pajak reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan atau dinikmati oleh umum. Subjek pajak reklame adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame, sedangkan objek pajak reklame adalah semua penyelenggaraan reklame. Untuk dapat dipungut pada suatu daerah kabupaten atau kota, pemerintah daerah harus terlebih dahulu menerbitkan Peraturan Daerah tentang Pajak Reklame yang akan menjadi landasan hukum operasional dalam teknis pelaksanaan pengenaan dan pemungutan Pajak Reklame di Kota Padang. Di kota Padang Pajak reklame dipungut oleh Badan Pendapatan Daerah.

Badan Pendapatan Daerah Kota Padang adalah kantor instansi pelayanan yang berfungsi sebagai pengelola sumber pendapatan daerah yang bertugas memantau penerimaan pendapatan daerah berupa pajak dan restribusi. Pendapatan tersebut merupakan salah satu

jenis pajak Negara yang hasil pemungutannya diserahkan kepada Pemerintahan Daerah Kota Padang dan dijadikan sebagai Pendapatan Asli Daerah. Dalam rangka penyelenggaraan pemerintah daerah, Badan Pendapatan Daerah Kota Padang lebih optimal dalam mengelola sumber-sumber pendapatan tersebut yang diterapkan tanpa harus membebani masyarakat tetapi melalui penyederhanaan pungutan, memperkecil jumlah tunggakan dan menegakkan sanksi hukum bagi wajib pajak yang menghindar.

Bagi wajib pajak yang melanggar atau sudah jatuh tempo akan dikenakan sanksi atau denda sebesar 2% setiap bulan hal itu diatur oleh PERWAKO No. 89 tahun 2021 pada pasal 14. Bapenda Kota Padang menetapkan PERWAKO NO. 89 Tahun 2021 untuk perhitungan pajak reklame dan denda bagi wajib pajak yang melanggar. Selama Peneliti magang di Bapenda melihat bahwa masih banyak wajib pajak yang tidak mengetahui cara perhitungan pajak reklame. Keberadaan Pajak Reklame sebagai salah satu jenis pajak kabupaten/ kota diatur juga dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009, yang mulai tanggal 1 Januari 2010 menjadi dasar hukum pajak daerah di Indonesia. (Siahaan, 2013:383), Pemungutan Pajak Reklame di Indonesia saat ini didasarkan pada dasar hukum yang jelas dan kuat sehingga harus dipatuhi oleh masyarakat dan pihak yang terkait.

1. Dasar hukum pemungutan Pajak Reklame
 - a. Peraturan Wali kota Padang Nomor 89 Tahun 2021 tentang Tata Cara Pemungutan Pajak Reklame
 - b. Peraturan Wali Kota Padang Nomor 64 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Reklame
 - c. Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2011 tentang Pajak Daerah
 - d. Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah Dan Restribusi Daerah
2. Objek Pajak Reklame
 - a. Reklame Papan/Billboard
 - b. Reklame *megatron/videotron/large electric Display (LED)*
 - c. Reklame Neonbox
 - d. Reklame Kain
 - e. Reklame Stiker atau Melekat
 - f. Reklame Selebaran
 - g. Reklame Berjalan
 - h. Reklame Udara
 - i. Reklame Apung
 - j. Reklame Suara Reklame Film/Slide
 - k. Reklame Peragaan.
3. Bukan Objek Pajak Reklame
 - a. Penyelenggara reklame melalui internet, televise, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan dan sejenisnya.
 - b. Label/merek produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan.
 - c. Nama pengenalan usaha atau profesi yang dipasang melekat pada bangunan tempat usaha atau profesi yang diselenggarakan sesuai dengan ketentuan yang mengatur nama pengenalan usaha atau profesi tersebut.
 - d. Reklame yang diselenggarakan oleh pemerintah pusat atau pemerintah daerah.
 - e. Penyelenggaraan reklame lainnya yang ditetapkan adakah khusus untuk kegiatan sosial, pendidikan, keagamaan, dan politik tanpa sponsor.
4. Subjek Pajak dan Wajib Pajak
Wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau badan tersebut. Apabila reklame diselenggarakan melalui pihak ketiga, misalnya perusahaan jasa periklanan, pihak ketiga tersebut menjadi pajak reklame.
5. Dasar Pengenaan dan Tarif Pajak Reklame

Menurut PERWAKO No. 89 Tahun 2021, Dasar pengenaan pajak reklame adalah nilai sewa reklame (NSR), yaitu nilai yang ditetapkan sebagai dasar perhitungan penetapan besarnya pajak reklame. Tarif pajak reklame ditetapkan paling tinggi sebesar dua puluh lima persen (25%) dan diterapkan dengan Peraturan Wali Kota Padang No. 89 Tahun 2021 tarif pajak reklame ditetapkan sebagai berikut:

Tabel 1. Tarif Pajak Reklame

Jenis Pajak Reklame	Tarif Pajak
Reklame Papan, <i>billboard</i> , <i>videotron</i> , <i>megatron</i> , <i>LED</i> , <i>neonbox</i> atau sejenisnya	15%
Reklame kain	10%
Reklame Stiker/melekat	15%
Reklame Selebaran	25%
Reklame Berjalan	15%
Reklame Udara	15%
Reklame Apung	15%
Reklame Suara	10%
Reklame Film/slide	-
Reklame Perangaan	-

Sumber: PERWAKO No. 89 tahun 2021

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Badan Pendapatan Daerah Kota Padang yang beralamat di jalan Prof. M. Yamin, SH No. 70, Kampung Jao, Kec Padang Utara, Kota Padang, Sumatera Barat. Telp/fax. (0751) – 323777. Menurut Sugiyono (2019: 480-492), analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Dalam penelitian ini analisis data yang digunakan untuk menjawab permasalahan yang ada adalah menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif kuantitatif adalah teknik yang digunakan untuk pengujian, pengukuran, dan hipotesis berdasarkan perhitungan matematika dan statistik. Metode pengumpulan datanya bisa menggunakan survey, observasi, atau wawancara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Izin Penyelenggaraan Reklame

Setiap penyelenggaraan reklame yang memakai konstruksi wajib memperoleh Persetujuan Bangunan dan Gedung (PBG) atau Izin Masa Tayang Reklame (IMTR) dijelaskan dalam Peraturan Walikota (PERWAKO No. 64 Tahun 2021). setiap penyelenggara reklame harus mengajukan permohonan tertulis kepada Badan Pendapatan Daerah Kota Padang dengan melampirkan persyaratan sebagai berikut yaitu:

- a. Foto copy identitas diri.
- b. Surat kuasa dalam hal penggunaan dikuasakan
- c. Surat pernyataan diatas matrai 10.000
- d. Foto berwarna ukuran 6 R yang menggambarkan konten reklame yang akan ditayangkan.

Penempatan Reklame

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

- Lokasi sangat strategis ialah lokasi yang berada dipersimpangan jalan utama kota padang dan beberapa ruas jalan tertentu yang memiliki dua titik sudut pandang atau lebih.
- Lokasi strategis ialah lokasi yang berada disepanjang jalan-jalan utama kota padang.
- Lokasi kurang strategis ialah lokasi selain sangat strategis dan lokasi strategis.
- Lokasi tanpa penyelenggaraan reklame yaitu Gedung dan Halaman Kantor Pemerintahan, Gedung dan Halaman Sekolah dan Tempat Ibadah, Taman Tugu Bingkuang, Taman Tugu Perdamaian, Taman Patung Selamat Datang, Taman Tugu Tali Tigo Sampilin Simpang Haru, Taman Makam Pahlawan, Monument Gempa, Jembatan Siti Nurbaya, Kawasan Kota Tua dan, Sepanjang Bahu Jalan Garis Pantai.

Penerapan Perhitungan Reklame

Dalam Peraturan Wali Kota Padang No. 89 Tahun 2021 pasal 4 tentang Dasar Pengenaan pajak reklame dapat ditentukan atau dihitung berdasarkan hal-hal berikut yaitu:

- Jenis reklame
- Bahan yang digunakan untuk reklame
- Lokasi penayangan reklame
- Waktu penayangan
- Jangka waktu penayangan
- Jumlah reklame, Ukuran media reklame

Dalam menghitung pajak reklame ada besaran pokok pajak reklame yang terhutang dinyatakan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 2. Besar Pokok Pajak

No	Jenis Reklame	Jangka waktu	Besar Pokok Pajak Terhutang (Rp)		
			Sangat Strategis	Strategis	Kurang Strategis
1	Vidiotron / mwgatron / LED	1 tahun	2.500.000	1.500.000	1.000.000
		1 bulan	250.000	150.000	100.000
2	Papan / Billboard	1 tahun	850.000	420.000	280.000
		1 bulan	71.000	35.000	23.000
3	Neonbox / sejenisnya	1 tahun	600.000	300.000	200.000
4	Kain	1 hari	10.000	10.000	10.000
		1 bulan	100.000	100.000	100.000
5	Melekat / stiker	1 bulan	18.000	18.000	18.000
6	Selebaran	1 bulan	15.000	15.000	15.000
7	Berjalan / Kendaraan	1 tahun	200.000	200.000	200.000
8	Udara	1 bulan	162.000	162.000	162.000
9	Apung	1 bulan	135.000	135.000	135.000
10	Suara	1 hari	200.000	200.000	200.000
11	Film / slide	1 hari	10.000	10.000	10.000
12	Perangaan	1 hari	25.000	25.000	25.000

Sumber: PERWAKO NO. 89 Tahun 2021

Menurut PERWAKO No. 89 Tahun 2021, Besar pokok pajak reklame yang terutang dihitung dengan cara mengalikan panjang, lebar, sisi, unit dan tarif jenis pajak reklame berdasarkan lokasi. Secara umum Perhitungan Pajak Reklame adalah:

$$\text{Pajak Reklame} = \text{Luas Media Reklame} \times \text{Tarif Jenis Reklame Berdasarkan Lokasi}$$

Pelaporan Pajak Reklame

Pelaporan pajak reklame ialah dimana setiap wajib pajak melakukan kewajiban untuk membayar pajaknya. Pembayaran tersebut masuk ke rekening penampung kas daerah, yang mana akan dilaporkan sebagai salah akun terutang pajak reklame didalam Pendapatan pajak daerah pada Hasil Pelaksanaan Penerimaan Pajak Reklamen Realisasi Penerimaan Pajak Daerah Tahun 2019 Sampai dengan Tahun 2022.

Tabel 3. Hasil Penerimaan Pajak Reklame dan Pendapatan Pajak Daerah Kota Padang Tahun 2019-2022

Tahun	Target	Realisasi	Persentase
2019	15.000.000.000	8.499.266.277	56.66
2020	6.000.000.000	7.496.118.362	124.94
2021	9.000.000.000	8.894.749.122	98.83
2022	12.000.000.000	12.444.841.000	103.71

Sumber : BAPENDA Kota Padang (2022)

Berdasarkan tabel 2 dapat dijelaskan bahwa target penerimaan pajak reklame dari tahun 2019-2022 terus mengalami fluktuasi. Terdapat penurunan signifikan dalam realisasi pendapatan pada tahun 2019, diikuti oleh peningkatan yang tajam pada tahun 2020 dan kemudian penurunan kembali pada tahun 2021. Pada tahun 2022 pendapatan pajak reklame berhasil melebihi target yang ditetapkan. Penurunan pada tahun 2019-2021 disebabkan oleh dampak pandemi *Covid-19*. *Covid-19* telah menyebabkan gangguan besar-besaran dalam perekonomian global, termasuk sektor periklanan dan pemasaran. Banyak bisnis mengalami penurunan aktivitas dan pendapatan selama periode tersebut, yang berdampak pada pendapatan dari pajak reklame di Kota Padang. Pembatasan perjalanan, penutupan bisnis, dan penurunan aktivitas sosial selama pandemi dapat menyebabkan penurunan iklan dan promosi, yang pada gilirannya berdampak negatif pada pendapatan dari pajak reklame. Pengurangan target pendapatan pada tahun 2020 juga mencerminkan penyesuaian yang dilakukan pemerintah setempat untuk mengantisipasi dampak ekonomi yang diakibatkan oleh pandemi. Namun pada tahun 2022, terjadi peningkatan yang signifikan dalam persentase, realisasi, dan pendapatan. Hal ini disebabkan oleh banyaknya objek pajak baru yang memasang reklame di kota padang.

Hambatan-hambatan yang ditemukan dalam Penerapan Perhitungan dan Pelaporan Pajak Reklame

- Terutama dari wajib pajak yang tidak mematuhi peraturan yang ditetapkan. Salah satu masalah yang sering terjadi ialah banyaknya reklame yang masih terpasang setelah masa berlakunya habis, sedangkan pihak penyelenggara atau wajib pajak seharusnya melakukan perpanjangan izin pemasangan reklame. Namun, masih banyak wajib pajak yang melanggar aturan tersebut.
- Masih banyaknya reklame yang terpasang tanpa terdaftar dan tidak dikenai tarif pajak reklame. Masalah ini disebabkan oleh kurangnya kesadaran wajib pajak untuk mematuhi hukum dalam pemasangan reklame. Meskipun petugas pajak reklame melakukan pendekatan.

Untuk mengatasi hambatan diatas sebagai berikut:

- Pemerintah perlu meningkatkan kesadaran wajib pajak mengenai pentingnya mematuhi aturan dalam pemasangan reklame. Petugas reklame dapat memberikan pendekatan yang lebih efektif dan membantu wajib pajak yang menghadapi kesulitan dalam mengurus perizinan.

- b. Pemerintah juga harus melakukan pengawasan yang lebih ketat terhadap pemasangan reklame ilegal dan memastikan tarif pajak yang tetap diterapkan. dan penengakan hukum yang lebih efektif dalam industri reklame.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan diatas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam penerapan perhitungan pajak reklame di Badan Pendapatan Daerah Kota Padang dapat dikatakan telah sesuai dengan Peraturan Walikota No. 89 Tahun 2021.
2. Pelaporan pajak reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kota Padang cukup efektif dan efisiensi hal ini terjadi kerena pengurusan pajak hanya dilakukan oleh dua bidang. Realisasi target dan penerimaan dari tahun 2019 sampai 2022 mengalami kenaikan dan penurunan dapat dikatakan dengan keadaan fluktuatif, keadaan ini di sebabkan oleh beberapa faktor seperti dampaknya pandemi dan banyaknya wajib pajak yang sudah memasang reklame tetapi tidak melapor ke BAPENDA, ini disebabkan karna kurang ketatnya pengawasan di lapangan.
3. Badan Pendapatan Daerah Kota Padang menghadapi masalah pemasangan reklame ilegal dan pelanggaran aturan yang merusak penataan kota. Untuk mengatasinya diperlukan peningkatan kesadaran wajib pajak, pendekatan yang lebih efektif dalam membantu perizinan, serta pengawasan yang lebih ketat terhadap pemasangan reklame ilegal dan tarif pajak yang tepat.

Saran

Saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Badan Pendapatan Daerah Kota Padang
 - a. Diharapkan lebih mensosialisasikan informasi mengenai pajak reklame, tentang pentingnya perhitungan dan pemasangan reklame sesuai dengan aturan, karena tidak setiap tempat dapat dipasang reklame.
 - b. Diharapkan Badan Pendapatan Daerah Kota Padang dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam pelaporan pajak reklame, serta mampu mencapai target yg telah ditetapkan.
2. Bagi Akademi Akuntansi Indonesia diharapkan meningkatkan dan memperbaiki sarana dan prasarana kampus serta menyediakan sumber referensi, buku-buku, majalah, artikel, atau jurnal untuk mempermudah mahasiswa dalam mengerjakan tugas akhir.
3. Bagi Penulis selanjutnya diharapkan dapat membantu sebagai bahan referensi dan mempermudah dalam melakukan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Akademi Akuntansi Indonesia 2019 *Buku Pedoman Pelaksana Tugas Akhir Program Studi DIII Akamtan Akademi Akuntansi Indonesia*
- Mardiasmo. 2018. *Akuntansi Sektor Publik*. Andi Offset
- Mardiasmo. 2018. *Perpajakan Edisi 4*. Penerbit Andi.
- Mulyadi. 2016. *Akuntansi Perpajakan*. Salemba Empat
- Peraturan Wali Kota Padang Nomor 64 Tahun 2021. *Penyelenggaraan Reklame*.
- Peraturan Wali Kota Padang Nomor 89 Tahun 2021. *Tata Cara Pemungutan Pajak Reklame*
- Sugiyono. (2019). *Data Sekunder. Dalam Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (hal. 193)*. Alfabeta
- Undang-undang No. 33 Tahun 2004 *Tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah*.
- Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 *tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*.