

**ANALISIS PERHITUNGAN DAN PELAPORAN PAJAK REKLAME DI KABUPATEN MINAHASA SELATAN***ANALYSIS OF RECLAME TAX CALCULATIONS AND REPORTING IN MINAHASA SELATAN DISTRICT*

Oleh:  
**Marson Tombakan<sup>1</sup>**  
**Jenny Morasa<sup>2</sup>**  
**Treesje Runtu<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Akuntansi  
Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail :

[<sup>1</sup>marsonsemuelatombakan@gmail.com](mailto:marsonsemuelatombakan@gmail.com)

[<sup>2</sup>jennymorasa@hotmail.com](mailto:jennymorasa@hotmail.com)

[<sup>3</sup>truntu@gmail.com](mailto:truntu@gmail.com)

**Abstrak.** Pajak merupakan salah satu sumber pendapatan daerah yang digunakan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu daerah. Penelitian ini dilakukan pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kabupaten Minahasa Selatan dengan tujuan untuk mengetahui Apakah proses perhitungan dan pelaporan pajak reklame di kabupaten Minahasa Selatan sudah sesuai dengan Peraturan Bupati Nomor 31 tahun 2015. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif yang setiap data dikumpulkan dan dianalisis kemudian ditarik kesimpulan dan jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Hasil penelitian yang diperoleh bahwa untuk proses perhitungan dan pelaporan pajak reklame sudah sesuai namun masih terjadi berbagai pelanggaran yang dilakukan oleh wajib pajak reklame. Saran jumlah pegawai dalam pengawasan pajak reklame harus ditambah dan penindakan tegas bagi para wajib pajak yang melanggar atau lalai dalam melaporkan kewajibanya.

**Kata Kunci:** *perhitungan, pelaporan, pajak reklame.*

**Abstract.** Tax is one source of regional income that is used to increase economic growth in a region. This research was conducted at the Tax Management and Retribution Agency of South Minahasa Regency with the aim to find out whether the process of calculating and reporting advertisement tax in South Minahasa district was in accordance with Regent Regulation Number 31 of 2015. The method used in this study was descriptive with each data collected and then the conclusions were analyzed and the type of research used was descriptive qualitative. The results of the study obtained that for the advertisement tax calculation process is appropriate while for reporting is not yet appropriate because there are still various violations committed by advertisement taxpayers. Suggestions for the number of employees in supervising advertisement tax must be added and firm action for violating or negligent taxpayers in reporting their obligations.

**Keywords:** *calculation, reporting, advertisement tax.*

## PENDAHULUAN

**Latar Belakang Masalah**

Pelaksanaan otonomi daerah di suatu pemerintahan daerah ditandai dengan munculnya Undang - Undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah dan Undang – Undang No. 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintahan Daerah yang membawa perubahan dalam hubungan Tata Pemerintahan dan Pengelolaan Keuangan Daerah. Kedua Undang-Undang ini mengacu pada keempat paket Undang-Undang (Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara, Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2004 tentang Perbendaharaan Negara, Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2004 tentang Pemeriksaan Pengelolaan dan Tanggung Jawab Keuangan Negara, dan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2004 tentang Perencanaan Pembangunan Nasional). Otonomi daerah diharapkan dapat memberikan keleluasaan kepada daerah dalam pembangunan daerah melalui usaha-usaha yang sejauh mungkin mampu meningkatkan partisipasi aktif masyarakat, pemberian otonomi daerah juga diharapkan dapat meningkatkan efisiensi, efektifitas, dan akuntabilitas sektor publik di Indonesia. Karena dengan otonomi daerah, pemerintah daerah dituntut untuk mencari alternatif sumber pembiayaan tanpa mengurangi harapan masih adanya bantuan dan bagian (*sharing*) dari pemerintah pusat.

Dampak dari pemberian otonomi daerah ini adalah Pemerintah Pusat menyerahkan wewenang dan tanggung jawab lebih besar kepada pemerintah daerah dalam hal pembiayaan, personalia, dan perlengkapan daerah dan Pemerintah Daerah harus mampu mengurus rumah tangganya sendiri dan dituntut untuk menggali dan mengelola sumber-sumber pendapatan asli daerah secara optimal, sertamampu mengelola keuangan daerah sesuai dengan tujuan otonomi daerah yaitu untuk mencapai kemandirian daerah. Dalam penciptaan kemandirian daerah, pemerintah daerah harus mampu meningkatkan mutu pelayanan publik di berbagai sektor yang berpotensi untuk dikembangkan menjadi sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan semua penerimaan daerah yang berasal dari sumber ekonomi asli daerah. PAD juga merupakan dukungan masyarakat kepada pemerintah dalam meningkatkan kualitas daerahnya serta bukti bahwa pemerintah daerah bisa bertanggung jawabkan penyerahan wewenang dari pemerintah pusat demi terwujudnya kemandirian daerah otonom. Sebagaimana dalam Undang–Undang No. 33 Tahun 2004 Pasal 6 ayat 1, sumber PAD terdiri dari:

1. Pajak Daerah;
2. Retribusi Daerah;
3. Hasil pengelolaan kekayaan Daerah yang dipisahkan; dan
4. PAD lain-lain yang sah.

Pajak daerah merupakan sumber pendapatan daerah yang penting untuk membiayai penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan daerah karena Pajak merupakan komponen penerimaan negara yang paling besar dan sangat menentukan terutama dalam membiayai pembangunan. Sekitar 80 persen total penerimaan negara dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) saat ini disumbang dari penerimaan pajak. Hal ini dikarenakan pajak dapat dikenakan dan bahkan dipaksakan kepada semua warga negara yang telah memenuhi ketentuan yang berlaku sesuai undang-undang. Sedangkan bagi daerah, pajak merupakan bukti nyata peran aktif masyarakat dalam membiayai roda pemerintahan dan pembangunan daerahnya.

Pemerintah pusatpun secara tegas telah membagi atau mengklasifikasikan kewenangan memungut pajak yakni Pajak Pusat dan Pajak Daerah. Jenis wewenang dalam memungut pajak pusat dilakukan oleh Departemen Keuangan yang dalam hal ini adalah Direktorat Jendral Pajak, sedangkan kewenangan dalam memungut Pajak Daerah diserahkan kepada Pemerintah Daerah masing-masing, dimana dalam hal ini dilakukan oleh Dinas Pendapatan Kota/Daerah. Dengan demikian, penerimaan pajak daerah dan retribusi daerah diharapkan nantinya dapat memberikan kontribusi yang positif terhadap PAD dalam hal pencapaian dan pemerataan kesejahteraan masyarakat. Sehingga daerah mampu melaksanakan otonomi daerah, yaitu mampu mengatur dan mengurus rumah tangganya sendiri. Pemerintah pusat sangat mengharapkan adanya penagihan maksimal dari setiap daerah dalam pemungutan pajak. Terlebih khusus pungutan terhadap 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 untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau dapat dilihat, dibaca, atau didengar dari suatu tempat oleh umum kecuali yang dilakukan oleh pemerintah. Seiring dengan semakin pesatnya pertumbuhan perusahaan atau industri akan meningkatkan pendapatan asli daerah melalui pajak reklame karena salah satu bauran pemasaran sebuah industri adalah promosi yang terdiri antara lain iklan, reklame

dan promosi penjualan. Secara umum reklame dibedakan menjadi dua jenis yaitu reklame produk dan reklame non produk. Reklame produk berisi tentang informasi barang atau jasa tujuannya semata-mata untuk keperluan promosi. Sedangkan reklame non produk adalah jenis reklame semata-mata memuat nama perusahaan, badan dan nama usaha.

Media periklanan (reklame) digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan komersial perusahaan. Dengan banyaknya perusahaan menggunakan media periklanan (reklame) maka perusahaan harus membayar pajak atas penyelenggaraan. Pemerintah berharap pemungutan pajak reklame dapat memberikan pengaruh dan kontribusi yang sangat berarti (signifikan) bagi penerimaan pajak daerah. Dengan adanya pemberlakuan undang-undang tentang pajak daerah dan retribusi daerah diharapkan dapat lebih mendorong peningkatan pelayanan kepada masyarakat dan kemandirian daerah. Pemasukan dari pajak reklame didapat dari nilai sewa reklame yang dipasang dengan tarif sewa reklame berdasarkan dari lokasi pemasangan reklame, lamanya pemasangan reklame, dan jenis ukuran reklame. Pihak-pihak yang menggunakan jasa reklame dari bidang pendidikan, industri, perhotelan, hiburan, bank-bank atau lembaga keuangan, transportasi dan komunikasi.

Pajak reklame sebagai salah satu sumber pendapatan daerah yang berpotensi perlu dilakukan pemungutan secara efisien, efektif, dan ekonomis sehingga dapat lebih berperan dalam usaha peningkatan Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Minahasa Selatan. Keberadaan Amurang sebagai pusat perekonomian di Minahasa Selatan membuat banyak investor baik jasa maupun dagang masuk ke Minahasa Selatan karena jalan Amurang merupakan bagian dari jalan antara provinsi yaitu jalan trans Sulawesi. Keadaan ini membuat banyak investor memasang iklan dari produk atau jasa yang mereka tawarkan namun masih terdapat banyak wajib pajak yang memasang reklame tidak sesuai dengan yang mereka laporkan hal ini menjadi perhatian bagi pemerintah khususnya Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Kabupaten Minahasa Selatan untuk lebih teliti dalam perhitungan dan pelaporan pajak reklame serta pengawasan lapangan terhadap wajib pajak yang melanggar.

Sehubungan dengan bahasan Latar Belakang maka penulis tertarik untuk membahas mengenai penelitian dengan judul “ Analisis Perhitungan dan Pelaporan Pajak Reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kabupaten Minahasa Selatan”.

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis perhitungan dan pelaporan pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi daerah kabupaten Minahasa Selatan.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Akuntansi**

Menurut Wibowo (2015 : 12) Akuntansi adalah sebagai prosedur mengakui, pencatatan dan korespondensi bursa keuangan dari suatu unsur atau organisasi. Ini diartikan akuntansi merupakan suatu sistem informasi yang mengakui dan mencatat transaksi keuangan kemudian disajikan dalam laporan keuangan. Sedangkan Charles (2015:2) mendefinisikan akuntansi sebagai suatu sistem informasi yang mengukur aktifitas bisnis, memproses data menjadi laporan dan mengkomunikasikan hasilnya kepada para pengambil keputusan. Dari semua pendapat para ahli diatas penulis menarik kesimpulan bahwa akuntansi adalah suatu sistem pencatatan data keuangan yang bertujuan untuk menghasilkan dan melaporkan informasi bagi pihak yang berkepentingan untuk menentukan keputusan atau langkah selanjutnya.

### **Akuntansi Sektor Publik**

Menurut Suparwoto (2016 : 5) mendefinisikan akuntansi sektor publik adalah suatu system atau tehnik untuk mengukur dan mengelola transaksi keuangan dan menyajikan hasil pengelolaan tersebut dalam bentuk informasi kepada pihak-pihak intern dan ekstern perusahaan.

### **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, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. menyatakan bahwa pajak daerah merupakan pajak yang ditetapkan oleh pemerintah daerah dengan Peraturan Daerah (PERDA), yang wewenang pemungutannya dilaksanakan oleh pemerintah daerah dan hasilnya digunakan



untuk membiayai pengeluaran pemerintah daerah dalam melaksanakan penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan di daerah.

Sesuai dengan Undang-Undang No. 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah mengemukakan beberapa istilah yang terkait dengan Pajak Daerah sebagaimana tersebut dibawah ini :

1. Daerah Otonom, yang selanjutnya disebut Daerah, adalah kesatuan masyarakat hukum yang mempunyai batas-batas wilayah yang berwenang mengatur dan mengurus urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat menurut prakarsa sendiri berdasarkan aspirasi masyarakat dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia.
2. Pajak Daerah, yang selanjutnya disebut Pajak, adalah kontribusi wajib kepada Daerah yang terutang oleh 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.
3. Subjek Pajak adalah orang pribadi atau badan yang dapat dikenakan Pajak Daerah.
4. Wajib Pajak adalah orang pribadi atau Badan, meliputi pembayar pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak, yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundangundangan perpajakan daerah.

Sugiono (2016:197) menyebutkan bahwa prinsip-prinsip umum perpajakan daerah yang baik pada umumnya tetap sama, yaitu harus memenuhi kriteria umum tentang perpajakan daerah sebagai berikut.

1. Prinsip memberikan pendapatan yang cukup dan elastik, artinya dapat mudah naik turun mengikuti naik turunnya tingkat pendapatan masyarakat.
2. Adil dan merata secara vertikal artinya sesuai dengan tingkatan kelompok masyarakat yang horizontal artinya berlaku sama bagi setiap anggota kelompok masyarakat sehingga tidak ada yang kebal pajak.
3. Administrasi yang fleksibel artinya sederhana, mudah dihitung dan pelayanan memuaskan bagi wajib pajak.
4. Secara politis dapat diterima oleh masyarakat, sehingga timbul motivasi dan kesadaran pribadi untuk membayar pajak.

Untuk mempertahankan prinsip-prinsip tersebut, maka perpajakan daerah harus memiliki ciri-ciri tertentu. Adapun ciri-ciri yang dimaksud adalah sebagai berikut.

1. Pajak Daerah secara ekonomis dapat dipungut, berarti perbandingan antara penerimaan pajak harus lebih besar dibandingkan ongkos pemungutannya.
2. Relatif stabil, artinya penerimaan pajaknya tidak berfluktuasi terlalu besar, kadang-kadang meningkat secara drastis dan ada kalanya menurun secara tajam.
3. *Tax basenya* (Dasar pengenaan pajaknya) harus merupakan perpaduan antar prinsip keuntungan dan kemampuan untuk membayar (*ability to pay*).

### **Pajak Reklame**

Menurut Mardiasmo, dikutip dalam Anugrahi, Tangkuman dan Manossoh (2017), Pajak Reklame adalah pungutan atas semua penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda, alat pembuatan, atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, dipergunaan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memuji suatu barang, jasa atau orang, ataupun untuk mencari perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau dapat dilihat, dibaca dan atau didengarkan dari suatu tempat umum kecuali yang perlukan oleh pemerintah. Subyek pajak ini adalah orang pribadi atau badan hukum yang menyelenggarakan atau memesan reklame, sedangkan obyek pajak ini adalah semua penyelenggaraan reklame.

### **Penelitian Terdahulu**

Kobandaha dan Wokas (2016) Analisis efektifitas potensi pajak reklame dan pajak hotel terhadap pendapatan asli daerah kota Kotamobagu. Tujuan dari penelitian Untuk mengetahui tingkat efektifitas, kontribusi dan potensi pajak reklame dan hotel di kota Kotamobagu. Metode yang digunakan Deskriptif dan Hasil penelitian Hasil penelitian penerimaan pajak reklame di kota Kotamobagu sangat efektif. Kontribusi kedua pajak tersebut harus ditingkatkan agar PAD daerah tersebut semakin besar.

Putri, Tinangon dan Afandi (2017) Analisis Perhitungan dan pelaporan Pajak penghasilan (PPh) pada PT. Bank SulutGo. Tujuan penelitian ini Untuk mengetahui sistem perhitungan dan pelaporan PPh pada PT bank SulutGo. Metode penelitian deskriptif dan Hasil penelitian Hasil penelitian menunjukkan perhitungan dan Pelaporan PPh pada PT Bank SulutGo telah sesuai dengan mekanisme yang berlaku.

Korengkeng, Karamoy dan Pontoh (2017) Analisis Potensi, Efektivitas, Efisiensi dan Kontribusi Pajak Reklame terhadap Penerimaan pajak di Kabupaten Minahasa utara. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui

potensi, Efektivitas, Efisiensi dan Kontribusi dari pajak reklame di Kabupaten Minahasa Utara. Metode yang digunakan Deskriptif dan Hasil Penelitian menunjukkan Potensi berkembang pesat, tingkat efektivitas sangat efektif dan Kontribusi sangat rendah.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif adalah penelitian yang menggambarkan secara lengkap mengenai kejadian yang sebenarnya, situasi dan aktivitas dari tempat yang akan diteliti.

### Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian dilakukan di Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kabupaten Minahasa Selatan, Sulawesi Utara. Waktu penelitian dilakukan dari bulan Mei 2018 sampai selesai.

### Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif:

1. Data kualitatif merupakan data yang disajikan secara deskriptif atau berbentuk uraian wawancara.
2. Data kuantitatif merupakan data yang disajikan dalam bentuk dokumen, angka, survey dan sebagainya.

### Sumber Data

Data primer yang diperoleh dengan cara wawancara, dan permintaan data-data yang diperlukan yaitu berupa data laporan yang sudah ada tentang Pajak Reklame dan Pendapatan Pajak Daerah dari pihak Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kabupaten Minahasa Selatan sebagai objek penelitian.

### Metoda Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi lapangan (*field research*) yaitu penelitian ini mengambil data secara langsung pada objek penelitian.

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan adalah :

1. Dokumentasi. Pengumpulan dokumen dan arsip yang berhubungan dengan Pajak Reklame.
2. Wawancara. Melakukan wawancara secara langsung pihak-pihak yang terkait seperti kepada pegawai dan pimpinan untuk memperoleh data pajak yang kita perlukan.

### Metode dan Proses Analisis Data

Metode analisis yang digunakan penelitian ini adalah metode analisis kualitatif deskriptif, yaitu menjelaskan tentang Perhitungan dan Pelaporan Pajak Reklame pada Badan pengelola Pajak dan Retribusi kabupaten Minahasa Selatan. Adapun proses analisis data sebagai berikut:

1. Mengumpulkan data laporan pajak reklame pada tahun 2016 sampai dengan 2018 dan melakukan wawancara terhadap 2 orang tentang peraturan daerah yang mengatur tentang perhitungan pajak reklame serta mengenai pelaporan dari pajak reklame oleh para wajib pajak.
2. Menghitung kembali pajak reklame berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Minahasa Selatan Nomor 1 tahun 2011 tentang pajak reklame.
3. Menganalisa apakah hasil perhitungan yang dilakukan telah sesuai dengan perhitungan oleh Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kabupaten Minahasa Selatan.
4. Menganalisa data hasil wawancara terhadap pegawai Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kabupaten Minahasa Selatan, apakah masih terdapat Wajib Pajak (WP) yang lalai atau terlambat dalam melaporkan kewajibannya.
5. Dari hasil perbandingan perhitungan dan hasil analisa wawancara tersebut ditarik kesimpulan apakah perhitungan dan pelaporan pajak reklame yang dilakukan Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah di Kabupaten Minahasa Selatan sudah sesuai dengan mekanisme yang berlaku.

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN****Deskripsi Pajak Reklame**

Pendapatan Asli Daerah (PAD) tidak sepenuhnya mampu menopang kemandirian daerah dan masih sangat bergantung terhadap dana perimbangan. Maka untuk itu diperlukan suatu pengoptimalan dari sumber-sumber Pendapatan Asli Daerah salah satunya pajak daerah. Pajak diartikan sebagai pungutan yang dilakukan oleh Pemerintah berdasarkan Peraturan Perundang-undangan yang hasilnya digunakan untuk pembiayaan pengeluaran umum pemerintah yang balas jasanya tidak secara langsung diberikan pada pembayaran sedangkan pelaksanaannya dimana perlu dapat dipaksakan. Pendapatan Asli Daerah dari jenis pajak daerah perlu diukur dengan baik dan akurat agar potensi yang sebenarnya dapat dikelola dan dikumpulkan dengan secara maksimal. Walaupun pajak terjadi peningkatan dari tahun ke tahun tapi pertanyaan disini apakah hal tersebut memberikan kontribusi yang berarti terhadap APBD..

Jika dilihat dari realisasi dan kontribusi pajak reklme dari tahun 2016 sampai 2018 dapat dilihat bahwa terdapat ketidakstabilan penerimaan oleh Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kabupaten Minahasa Selatan dimana penerimaan pada tahun 2016 ke 2017 mengalami kenaikan penerimaan dari 190.429.782 ke 303.835.088 hal ini disebabkan pada tahun tersebut gencarnya promosi dari Kabupaten Minahasa Selatan untuk meningkatkan investasi di bidang Pariwisata dan Industri, Sementara dari tahun 2017 ke 2018 terjadi penurunan penerimaan yang cukup signifikan yaitu dari 303.835.088 ke 241.420.535 hal ini disebabkan oleh banyaknya wajib pajak yang tidak melaporkan kewajibannya hal ini lebih diperparah dengan kurang tegasnya pihak berwenang dalam hal ini Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah dalam penegakan hukum bagi Wajib pajak yang lalai dan tidak melaporkan kewajibannya.

Saat ini Minahasa Selatan sedang berupaya meningkatkan pendapatan daerah di segala bidang, Salah satu yang menjadi perhatian dari pemerintah Kabupaten Minahasa Selatan adalah kontribusi dari pajak reklame. Oleh karna itu pemerintah kabupaten Minahasa Selatan mengeluarkan peraturan tentang pajak reklame melalui Peraturan Bupati nomor 31 tahun 2015. Melalui peraturan daerah ini para wajib pajak yang ingin mempromosikan produk barang atau jasa dikenai biaya yang diatur dalam peraturan tersebut. Pajak reklame di Kabupaten Minahasa Selatan sangatlah berpotensi menambah pendapatan daerah dari kabupaten mengingat Kabupaten Minahasa Selatan merupakan kabupaten yang perkembangan ekonominya sedang digenjut atau didorong sehingga banyak pelaku-pelaku ekonomi baik investor-investor dari berbagai sektor ekonomi datang untuk memasarkan produknya baik berupa barang ataupun jasa.

**Pembahasan**

Objek Pajak Reklame Kabupaten Minahasa Selatan terdiri atas:

1. Reklame Baliho adalah jenis reklame yang menampilkan teks, grafik, dan gambar yang dipasang menggunakan kain baliho dengan berbagai macam ukuran;
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 monitir atau sejenisnya;
3. Reklame Papan adalah jenis reklame yang menggunakan bahan dari kayu dan atau logam, fibre glass, plastic, kaca, batu ataupun bahan lain yang dilekat, ditempel pada bangunan atau menyatu dengan bangunan;
4. 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;
5. Reklame Kain adalah jenis reklame yang menggunakan bahan dari kain dan atau plastic, karet, terpal ataupun sejenisnya;
6. 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;
7. 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;



8. Reklame Selebaran adalah jenis reklame yang menggunakan bahan dari kertas karton, plastik, foto atau sejenisnya, yang berbentuk lembaran lepas diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan atau diminta untuk ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda milik pribadi atau milik orang lain, dengan ketentuan luasnya tidak lebih dari 100 cm<sup>2</sup> (seratus senti meter persegi) perlembar;
9. Reklame Udara adalah jenis reklame yang diselenggarakan di udara, baik dengan menggunakan balon, pesawat maupaun alat lainnya;
10. 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;
11. 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.
12. Reklame Apung adalah Reklame yang penyelenggaraanya di atas permukaan air (pantai, sungai dan kolam).

### Perhitungan Pajak Reklame

Dalam penelitian ini peneliti mengambil beberapa contoh perhitungan pajak reklame yang ada di kabupaten Minahasa Selatan sebagai sampel untuk mengetahui apakah perhitungan dan pelaporan dari para wajib pajak telah sesuai dengan peraturan yang berlaku:

1. PT MITRA ABADI
  - a. Jumlah baliho yang dipasang sebanyak 2 unit Ukuran 4 x 6 M
  - b. Titik pemasangan : Jalan Raya Amurang Jembatan Ranoiapo (1 unit dan 1 sudut pandang)
  - c. Masa pajak 1 tahun.
  - d. Pajak Baliho = 600.000
  - e. 1 Sudut Pandang = 10%

#### Perhitungan Pajak Reklame Baliho :

$$\begin{aligned} & ((\text{Harga pajak} \times \text{Sudut Pandang}) + \text{Harga pajak}) \times \text{Panjang Baliho} \times 25\% \\ & = ((600.000 \times 10\%) + 600.000) \times 6 \text{ meter} \times 25\% \\ & = ((60.000) + 600.000) \times 6 \times 25\% \\ & = 660.000 \times 6 \times 25\% \\ & = 990.000 \end{aligned}$$

2. PT DJARUM  
PT DJARUM reklame Benner  
Jumlah Benner sebanyak 40 buah

- a. Masa Pajak 1 bulan
- b. Pajak Benner = 60.000
- c. Jumlah Benner = 40

#### Perhitungan Pajak Reklame Banner :

$$\begin{aligned} & \text{Pajak Banner} \times \text{Jumlah Banner} \\ & 60.000 \times 40 \times 25\% = 600.000 \end{aligned}$$

3. PT DJARUM  
PT DJARUM reklame spanduk kain
  - a. Jumlah spanduk 10 buah ukuran 4 x 1 m
  - b. Masa pajak 1 Bulan
  - c. Pajak Spanduk (kain) = 40.000

#### Perhitungan Reklame :

$$\begin{aligned} & (\text{Panjang spanduk} \times \text{Harga Pajak}) \times \text{Jumlah Spanduk} \\ & = (4 \times 40.000) \times 10 \\ & = 160.000 \times 10 \times 25\% \\ & = 400.000 \end{aligned}$$

4. CV MEDIA TRI PUTRA SARANA  
CV MEDIA TRI PUTRA SARANA reklame papan
  - a. Jumlah reklame papan yang dipasang 2 unit ukuran 2 x 1 m
  - b. Titik pemasangan : 1. Toko Motoling 2. Toko Tiga Saudara
  - c. Harga Pajak reklame papan = 650.000
  - d. 1 Sudut Pandang = 10%

**Perhitungan Reklame Papan :**

$$\begin{aligned}
 & ((\text{Harga pajak} \times \text{Sudut Pandang}) + \text{Harga pajak}) \times \text{Panjang Papan} \times \text{Jumlah} \times 25\% \\
 & = ((650.000 \times 10\%) + 650.000) \times 1 \text{ meter} \times 2 \\
 & = ((65.000) + 650.000) \times 1 \times 2 \\
 & = 715.000 \times 1 \times 2 \times 25\% \\
 & = 357.500
 \end{aligned}$$

## 5. PT ANDA CITRA PERKASA

- a. Reklame billboard ukuran 4 x 6 M
- b. Titik pemasangan : Jalan Raya Tumpaan (2 sudut pandang)
- c. Masa Pajak 1 tahun
- d. Harga Pajak billboard 600.000

**Perhitungan Reklame Billboard :**

$$\begin{aligned}
 & ((\text{Harga pajak} \times \text{Sudut Pandang}) + \text{Harga pajak}) \times \text{Panjang Billboard} \times \text{Jumlah} \times 25\% \\
 & = ((600.000 \times 20\%) + 600.000) \times 6 \text{ meter} \times 1 \\
 & = ((120.000) + 600.000) \times 6 \times 1 \\
 & = 720.000 \times 6 \times 1 \times 25\% \\
 & = 1.080.000
 \end{aligned}$$

## 6. BANK SULUT

- a. Reklame Papan ukuran 1 x 3 M
- b. Titik pemasangan : Bank Sulut Motoling (2 sudut pandang)
- c. Masa Pajak 1 tahun
- d. Harga Pajak papan 600.000
- e. 2 Sudut Pandang = 20%

**Perhitungan Reklame Papan :**

$$\begin{aligned}
 & ((\text{Harga pajak} \times \text{Sudut Pandang}) + \text{Harga pajak}) \times \text{Panjang Papan} \times \text{Jumlah} \times 25\% \\
 & = ((650.000 \times 20\%) + 650.000) \times 3 \text{ meter} \times 1 \\
 & = ((130.000) + 650.000) \times 3 \times 1 \\
 & = 780.000 \times 3 \times 1 \times 25\% \\
 & = 585.000
 \end{aligned}$$

## 7. BANK SULUT

- a. Reklame billboard ukuran 1 x 4 m ( 1 sudut pandang)
- b. Titik pemasangan : Kantor Bupati Minahas Selatan
- c. Masa Pajak 1 tahun
- d. Pajak papan 600.000
- e. 1 Sudut Pandang = 10%

**Perhitungan Reklame Billboard :**

$$\begin{aligned}
 & ((\text{Harga pajak} \times \text{Sudut Pandang}) + \text{Harga pajak}) \times \text{Panjang Billboard} \times \text{Jumlah} \times 25\% \\
 & = ((600.000 \times 10\%) + 600.000) \times 4 \text{ meter} \times 1 \\
 & = ((60.000) + 600.000) \times 4 \times 1 \\
 & = 660.000 \times 4 \times 1 \times 25\% \\
 & = 660.000
 \end{aligned}$$

**Pelaporan Pajak Reklame**

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



Bupati atas permohonan wajib pajak dengan alasan yang sah dan dapat diterima dapat memperpanjang jangka waktu penyampaian SPTPD untuk jangka waktu tertentu, yang teratur dalam peraturan daerah. SPTPD dianggap tidak dimasukan jika wajib pajak tidak melaksanakan atau tidak sepenuhnya melaksanakan ketentuan pengisian dan penyampaian SPTPD yang telah yang telah ditetapkan. Wajib pajak yang tidak melaporkan atau melaporkan tidak sesuai dengan batas waktu yang telah ditentukan akan dikenakan sanksi administrasi berupa denda paling banyak 2 kali pajak terutang atau dipidana paling lama sedangkan apabila wajib pajak sedangkan apabila Wajib pajak yang dengan sengaja mengisi SPTPD dengan tidak benar atau tidak lengkap sehingga merugikan keuangan daerah dapat dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 tahun dan denda paling banyak 4 kali jumlah pajak terutang.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap informan tentang pelaporan pajak reklame di Kabupaten Minahasa Selatan, Ternyata masih ditemukan beberapa pelanggaran, Yaitu :

1. Masih banyak Wajib Pajak yang sering terlambat dalam melaporkan kewajibannya. Khususnya pada Reklame Brosur dan Reklame Banner atau Sejenisnya.
2. Masih terdapat praktik-praktik yang merugikan pemerintah oleh wajib pajak karena melaporkan Reklame yang dipasang tidak sesuai dengan yang dipasang di lapangan. Contohnya dalam reklame Brosur yang dilaporkan adalah kurang dari seribu brosur ternyata yang dibagikan lebih dari seribu brosur. Yang kedua Kain dan Baliho iklan yang dilaporkan kepada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi berbeda dengan yang dipasang atau dipajang di lapangan.

## PENUTUP

### Kesimpulan

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

Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kabupaten Minahasa Selatan yang dalam melaksanakan proses perhitungan dan pelaporan Pajak Reklame sudah sesuai dengan Peraturan Bupati Nomor 31 Tahun 2015 Kabupaten Minahasa Selatan. Namun dalam pelaksanaan di lapangan masih terjadi kelalaian dimana masih ada Wajib Pajak yang terlambat dan melakukan pemasangan reklame tidak sesuai dengan yang di laporkan.

### Saran

Pada bagian ini peneliti akan memberikan beberapa rekomendasi kepada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kabupaten Minahasa Selatan yang berkaitan dengan upaya untuk mengoptimalisasikan penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Minahasa Selatan.

1. Menambah jumlah pegawai lapangan yang bertugas untuk menjangring 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

- Anugrahi, R. Tangkuman, J. dan H. Manossoh. 2018. Analisis Kontribusi Pajak Restoran di Kabupaten Minahasa Selatan. *Jurnal Riset Akuntansi Going Concern*. Vol 18(2): 423-435. <https://ejournal.unsrat.ac.id>. Diakses pada 16 Maret 2019.
- Charles, A 2015. *Pricipal of Accounting*. Nanyang Unvesity, Singapore.
- Kobandaha, R dan Wokas, H. 2016. Analisis efektifitas potensi pajak reklame dan pajak hotel terhadap pendapatan asli daerah kota Kotamobagu. *Jurnal EMBA*. Vol 4 2016, Hal. 1461-1472. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/index>. Diakses pada 19 Maret 2019
- Korengkeng, R. Karamoy, H. dan W. Pontoh. 2017. Analisis Hubungan Pajak Reklame terhadap PAD dan Pajak Daerah di Kabupaten Minahasa Selatan. *Jurnal Riset Akuntansi Going Concern*. Vol 12(1): 423-435.

Mulyadi, S. 2016. Konsep Pajak Daerah. Penerbit Andi, Yogyakarta.

Putri, U. Tinangon, J. dan D. Afandi. 2017. Analisis perhitungan dan pelaporan Pajak Penghasilan di PT Bank SulutGo. *Jurnal Riset Akuntansi Going Concern*. Vol 12(2): 423-440. <https://ejournal.unsrat.ac.id>. Diakses pada 1 April 2019.

Sugiono. 2016. *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Edisi Revisi*. Jakarta. Rajawali Pers.

Suparwoto, H. 2016, *Penerapan Akuntansi pada Pajak*. Erlangga. Surabaya.

Wibowo, A. 2015. *Akuntansi Perpajakan*. Edisi 2 Revisi. Salemba Empat, Jakarta

