

**PENGENAAN PAJAK REKLAME DITINJAU DARI
PASAL 47 UNDANG-UNDANG NOMOR 28
TAHUN 2009 TENTANG PAJAK DAERAH DAN
RETRIBUSI DAERAH DI KOTA BITUNG¹
Oleh: Chisilya Frinola Sasauw²**

ABSTRAK

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana implementasi pajak reklame menurut pasal 47 ayat 3 huruf d dan e Undang-undang RI nomor 28 tahun 2009 tentang pajak daerah dan retribusi daerah dan bagaimana implementasi Pasal 47 Ayat 2 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah di Kota Bitung, di mana dengan menggunakan metode penelitian hukum normatif disimpulkan bahwa:

1. Penerimaan pajak reklame di kota Bitung sudah sangat efektif. Hanya karena penetapan target yang begitu besar sehingga perkembangan pendapatan daerah yang berasal dari sektor Pajak Reklame relative terlihat minim. Lingkungan Pengendalian pada Dispenda Kota Bitung telah memadai ditinjau dari pemberian otorisasi atas kegiatan penerimaan kas, pembagian tugas dan tanggung jawab kepada setiap bidang yang bertugas dalam proses penerimaan kas, perlindungan yang dilakukan agar tidak terjadi pencurian dan penyelewengan serta pemeriksaan independen terhadap kinerja Dispenda. Pencatatan dan pelaporan penerimaan kas yang sudah memadai dapat dilihat dari formulir pendaftaran dan pendataan, jurnal umum penerimaan kas, buku besar, buku besar pembantu dan laporan pertanggungjawaban bendahara penerimaan.
2. Secara keseluruhan, sistem dan prosedur penerimaan kas pada Dinas Pendapatan Kota Bitung sudah memadai, dan sesuai dengan *Standard Operational Procedure (SOP)* yang berlaku.

Kata kunci: pajak, pajak reklame, reklamasi daerah

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pajak merupakan sumber keuangan pokok bagi daerah-daerah disamping retribusi daerah. Pengertian pajak secara umum telah diajukan oleh para ahli, misalnya Rochmad Sumitro yang merumuskannya "Pajak lokal atau pajak daerah ialah pajak yang dipungut oleh daerah-daerah swatantra, seperti Provinsi, Kotapraja, Kabupaten, dan sebagainya".

Siagin merumuskannya sebagai, "pajak negara yang diserahkan kepada daerah dan dinyatakan sebagai pajak daerah berdasarkan peraturan perundang-undangan yang dipergunakan guna membiayai pengeluaran daerah sebagai badan hukum publik". Dengan demikian ciri-ciri yang menyertai pajak daerah dapat diikhtisarkan seperti berikut:

- a) Pajak daerah berasal dan pajak negara yang diserahkan kepada daerah sebagai pajak daerah;
- b) Penyerahan dilakukan berdasarkan undang-undang;
- c) Pajak daerah dipungut oleh daerah berdasarkan kekuatan undang-undang dan/atau peraturan hukum lainnya;
- d) Hasil pungutan pajak daerah dipergunakan untuk membiayai penyelenggaraan urusan-urusan rumah tangga daerah atau untuk membiayai pengeluaran daerah sebagai badan hukum publik;

Sumber pendapatan daerah yang penting lainnya adalah retribusi daerah. Pengertian retribusi daerah dapat ditelusuri dari pendapat-pendapat para ahli, misalnya Panitia Nasrun merumuskan retribusi daerah (Josef Kaho Riwu, 2005:171); "Adalah pungutan daerah sebagai pembayaran pemakaian atau karena memperoleh jasa pekerjaan, usaha atau milik daerah untuk kepentingan umum, atau karena jasa yang diberikan oleh daerah baik langsung maupun tidak langsung".³

Dari pendapat tersebut di atas dapat disimpulkan ciri-ciri pokok retribusi daerah, yakni:⁴

1. Retribusi dipungut oleh daerah;

¹ Artikel skripsi; Pembimbing skripsi: Prof. Dr. Telly Sumbu, SH, MH dan Drs. Tommy M. R. Kumampung, SH, MH

² Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Sam Ratulangi, Manado; NIM: 13071101222

³Damang S.H., M.H., "Pendapatan Asli Daerah," Negara Hukum, diakses dari <http://www.negarahukum.com/hukum/pendapatan-asli-daerah.html> pada tanggal 05 Mei 2017 pukul 05.05 WITA.
⁴*Ibid.*

2. Dalam pungutan retribusi terdapat prestasi yang diberikan daerah yang langsung dapat ditunjuk;
3. Retribusi dikenakan kepada siapa saja yang memanfaatkan, atau mengenyam jasa yang disediakan daerah;

Kekayaan daerah yang dipisahkan berarti kekayaan daerah yang dilepaskan dan penguasaan umum yang dipertanggungjawabkan melalui anggaran belanja daerah dan dimaksudkan untuk dikuasai dan dipertanggungjawabkan sendiri. Dalam hal ini hasil laba perusahaan daerah merupakan salah satu dari pada pendapatan daerah yang modalnya untuk seluruhnya atau untuk sebagian merupakan kekayaan daerah yang dipisahkan. Maka sewajarnya daerah dapat pula mendirikan perusahaan yang khusus dimaksudkan untuk menambah penghasilan daerah disamping tujuan utama untuk mempertinggi produksi, yang kesemua kegiatan usahanya dititik beratkan kearah pembangunan daerah khususnya dan pembangunan ekonomi nasional umumnya, serta ketentraman dan kesenangan kerja dalam perusahaan menuju masyarakat adil dan makmur, Oleh karena itu dalam batas-batas tertentu pengelolaan perusahaan haruslah bersifat profesional dan harus tetap berpegang pada prinsip ekonomi secara umum, yakni efisiensi (Penjelasan atas UU No.5 Tahun 1962).

B. Perumusan Masalah

1. Bagaimana implementasi pajak reklame menurut pasal 47 ayat 3 huruf d dan e Undang-undang RI nomor 28 tahun 2009 tentang pajak daerah dan retribusi daerah?
2. Bagaimana Implementasi Pasal 47 Ayat 2 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah di Kota Bitung?

C. Metode Penelitian

Metode pendekatan yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah penulisan hukum normative. Jenis data yang digunakan dalam penulisan ini adalah data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer, sekunder, dan tersier.

PEMBAHASAN

A. Pengenaan Pajak Reklame Dalam Pasal 47 ayat 3 huruf d dan e Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Dan Retribusi Daerah

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 Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten/Kota. Penyelenggaraan reklame yang ditetapkan menjadi objek Pajak Reklame adalah sebagaimana disebut di bawah ini.⁵

- a. Reklame papan/*billboard*; yaitu reklame yang terbuat dari papan, kayu, termasuk seng atau bahan lain yang sejenis, dipasang atau digatungkan atau dibuat pada bangunan, tembok, dinding, pagar, pohon, tiang, dan sebagainya baik bersinar maupun yang disinari.
- b. 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.
- c. Reklame kain, yaitu reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain, termasuk kertas, plastik, karet, atau bahan lain yang sejenis dengan itu.
- d. Reklame melekat, (stiker), yaitu reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebarkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda dengan ketentuan luasnya tidak lebih dari 200 cm² per lembar.
- e. Reklame selebaran, yaitu reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebarkan, diberikan, atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempelkan, diletakan, dipasang, atau digantungkan pada suatu benda lain.
- f. Reklame berjalan, termasuk pada kendaraan, yaitu reklame yang ditempatkan atau ditempelkan pada kendaraan yang diselenggarakan dengan menggunakan kendaraan atau dengan cara dibawa oleh orang.

⁵ Ibid, hal. 384-385.

- g. Reklame udara, yaitu reklame yang diselenggarakan di udara dengan menggunakan gas, laser, pesawat, atau alat lain yang sejenis.
- h. Reklame suara, yaitu reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari atau oleh perantara alat.
- i. 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.
- j. Reklame peragaan, yaitu reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara.

2. Penetapan Pajak Reklame

Pemungutan Pajak Reklame tidak dapat diborongkan. Artinya, seluruh proses kegiatan pemungutan Pajak Reklame tidak dapat diserahkan pada pihak ketiga. Walaupun demikian, dimungkinkan adanya kerja sama dengan pihak ketiga dalam proses pemungutan pajak, antara lain percetakan formulir perpajakan, pengiriman surat-surat kepada wajib pajak, atau pengumpulan data objek dan subjek pajak. Kegiatan yang tidak dapat dikerjasamakan dengan pihak ketiga adalah kegiatan penghitungan besarnya pajak yang terutang, pengawasan penyeteroran pajak, dan penagihan pajak.⁶

Berdasarkan SPTPD yang disampaikan oleh wajib pajak dan pendataan yang dilakukan oleh petugas Dinas Pendapatan Daerah, bupati/walikota atau pejabat yang ditunjuk oleh bupati/walikota menetapkan Pajak Reklame yang terutang dengan menerbitkan Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD). SKPD harus dilunasi oleh wajib pajak paling lama tiga puluh hari sejak diterimanya SKPD oleh wajib pajak atau jangka waktu lain yang ditetapkan oleh bupati atau walikota. Apabila setelah waktu yang ditentukan wajib pajak tidak atau kurang membayar pajak terutang dalam SKPD, wajib pajak dikenakan sanksi administrasi berupa bunga sebesar dua persen sebulan dan

ditagih dengan menerbitkan Surat Tagihan Pajak Daerah (STPD).⁷

3. Pengukuhan, pendaftaran, dan pendataan Pajak Reklame

Wajib Pajak Reklame harus mendaftarkan usahanya kepada bupati/walikota, dalam praktik umumnya kepada Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten/kota, dalam jangka waktu tertentu, misalnya selambat-lambatnya tiga puluh hari sebelum dimulainya kegiatan usaha untuk dikukuhkan dan diberikan Nomor Pokok Wajib Pajak Daerah (NPWPD). Jangka waktu ini sesuai dengan jangka waktu yang ditentukan oleh bupati atau walikota dimana Pajak Reklame dipungut.⁸

Surat Keputusan Pengukuhan yang dikeluarkan oleh Kepala Dinas Pendataan Daerah tidak merupakan dasar untuk menentukan mulai saat terutang Pajak Reklame, tetapi hanya merupakan sarana administrasi dan pengawasan bagi petugas Dinas Pendapatan daerah. Apabila pengusaha penyelenggara reklame tidak mendaftarkan usahanya dalam jangka waktu yang ditentukan, maka kepala Dinas Pendapatan Daerah akan menetapkan pengusaha tersebut sebagai wajib pajak secara jabatan. Penetapan secara jabatan dimaksudkan untuk pemberian nomor pengukuhan dan NPWPD dan bukan merupakan penetapan besarnya pajak terutang. Tata cara pelaporan dan pengukuhan wajib pajak ditetapkan oleh bupati/walikota dengan surat keputusan.⁹

4. Dasar Pengenaan, Tarif, dan Cara Perhitungan Pajak Reklame

4.1. Dasar Pengenaan Pajak Reklame

Dasar pengenaan Pajak Reklame adalah *nilai sewa reklame (NSR)*, yaitu nilai yang ditetapkan sebagai dasar perhitungan penetapan besarnya Pajak Reklame. Dalam hal reklame diselenggarakan oleh pihak ketiga, NSR

⁷Mardiasmo, *Op.Cit.* hal. 48.

⁸ Himawan Estu Bagijo, *Pajak Dan Retribusi Daerah Sebagai Sumber Pendapatan Daerah (Studi Kasus Di Kabupaten/Kota Dan Pemerintah Propinsi Di Jawa Timur*, Jurnal Ilmiah, Hal. 32

⁹ Mahyudin Pawiloi, "Analisis Kontribusi Pajak Reklame dan Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Makassar", <http://repository.unhas.ac.id/handle/123456789/11907> , pada tanggal 05 April 2017 pukul 04.45 WITA

⁶*Ibid* hal, 394.

ditetapkan berdasarkan nilai kontrak reklame. Sedangkan apabila reklame diselenggarakan sendiri, NSR dihitung dengan memperhatikan faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi penetapan, waktu, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah, dan ukuran media reklame. Dalam hal NSR tidak diketahui dan atau dianggap tidak wajar, NSR ditetapkan dengan menggunakan faktor-faktor tersebut di atas. Cara perhitungan NSR ditetapkan dengan peraturan daerah. Selanjutnya, hasil perhitungan NSR ditetapkan dengan peraturan kepala daerah.¹⁰

Dalam peraturan daerah tentang pajak reklame, NSR dapat ditentukan dihitung berdasarkan hal-hal berikut ini:

- a. Besarnya biaya pemasangan reklame;
- b. Besarnya biaya pemeliharaan reklame;
- c. Lama pemasangan reklame;
- d. Nilai strategis lokasi; dan
- e. Jenis reklame.

Cara perhitungan NSR ditetapkan dengan peraturan daerah. Umumnya peraturan daerah akan menetapkan bahwa NSR ditetapkan oleh bupati/walikota dengan persetujuan DPRD kabupaten/kota yang bersangkutan dengan berpedoman pada Keputusan Menteri Dalam Negeri. Hasil perhitungan NSR ditetapkan dengan keputusan bupati/walikota. Nilai sewa reklame dihitung dengan rumus:

Nilai Sewa Reklame = Nilai Jual Objek Reklame (NJOR) + Nilai Strategis Pemasangan Reklame (NSPR)¹¹

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 telah diizinkan.¹²

¹⁰ Rais Rozali, "kewenangan dan Batasan Penetapan Pajak Daerah",

<https://zalirais.wordpress.com/2016/01/21/kewenangan-dan-batasan-penetapan-pajak-daerah/>, pada tanggal 05 April 2017 pukul 04.45 WITA

¹¹Perda Bitung No. 20 Tahun 2013 tentang Perhitungan Nilai Sewa Reklame, Pasal 12 ayat (2).

¹²*Ibid*, Pasal 1 ayat (22)

Perhitungan NJOR didasarkan pada besarnya komponen biaya penyelenggaraan reklame, yang meliputi indicator:

- a. Biaya pembuatan/konstruksi;
- b. Biaya pemeliharaan;
- c. Lama pemasangan;
- d. Jenis reklame;
- e. Luas bidang reklame; dan
- f. Ketinggian reklame.

Besarnya NJOR dihitung dengan rumus.

$$NJOR = (\text{Ukuran Reklame} \times \text{Harga Dasar Ukuran Reklame}) + (\text{Ketinggian Reklame} \times \text{Harga Dasar Ketinggian Reklame}).$$
¹³

Nilai Strategis Pemasangan Reklame yang selanjutnya disingkat (NSPR) adalah ukuran nilai yang ditetapkan pada titik lokasi pemasangan reklame tersebut, berdasarkan kriteria kepadatan pemanfaatan tata ruang kota untuk berbagai aspek kegiatan dibidang usaha. Perhitungan nilai strategis didasarkan pada besarnya ukuran reklame, dengan indicator: nilai fungsi ruang (NFR) lokasi pemasangan; nilai fungsi jalan (NFJ); dan nilai sudut pandang (NSP). Besarnya NSPR dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

$$NSPR = \{ \{ \text{Fungsi Ruang} (= \text{Bobot} \times \text{Skor}) \} + \{ \text{Fungsi Jalan} (= \text{Bobot} \times \text{Skor}) \} + \{ \text{sudut Pandang} (= \text{Bobot} \times \text{Skor}) \} \} \times \text{Harga Dasar Nilai Strategis.}$$
¹⁴

Besarnya Pajak Reklame untuk reklame minuman beralkohol dan rokok ditambah dua puluh lima persen dari nilai sewa reklame. Perhitungan diatas hanya berlaku untuk satu sisi saja, sementara terdiri dari dua sisi (dapat dilihat dari sebelah depan maupun belakang), maka dikalikan dua.

Untuk menghitung luas reklame sebagai dasar pengenaan pajak dilakukan dengan cara sebagai berikut:¹⁵

- a. Reklame mempunyai bingkai atau batas, dihitung dari bingkai atau batas paling luar dimana seluruh gambar, kalimat, atau huruf-huruf tersebut berada di dalamnya;

¹³*Ibid*, Pasal 13 ayat (1).

¹⁴*Ibid*, ayat (2)

¹⁵Perda Bitung No. 21 Tahun 2013 tentang Ketentuan Pelaksanaan Pemungutan Pajak Daerah di Kota Bitung. Pasal 5.

- b. Reklame yang tidak berbentuk persegi dan tidak berbingkai, dihitung dari gambar, kalimat, atau huruf-huruf yang paling luar dengan jalan menarik garis lurus vertikal dan horizontal, sehingga merupakan empat persegi; dan
- c. Reklame yang berbentuk pola, dihitung dengan rumus berdasarkan bentuk benda masing-masing reklame.

1.2 Tarif Pajak Reklame

Tarif Pajak Reklame ditetapkan paling tinggi sebesar dua puluh lima persen dan ditetapkan dengan peraturan daerah kabupaten/kota yang bersangkutan. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan keleluasaan kepada pemerintah kabupaten/kota untuk menetapkan tarif pajak yang dipandang sesuai dengan kondisi masing-masing daerah kabupaten/kota. Dengan demikian setiap daerah kota/kabupaten diberikan kewenangan untuk menetapkan besarnya tarif pajak yang mungkin berbeda dengan kota/kabupaten lainnya, asalkan tidak lebih dari dua puluh lima persen.

1.3 Perhitungan Pajak Reklame

Besaran pokok Pajak Reklame yang terutang dihitung dengan cara mengalirkan tarif pajak dengan dasar pengenaan pajak. Secara umum perhitungan pajak reklame adalah sesuai dengan rumus berikut.

$$\begin{aligned} \text{Pajak Terutang} &= \text{Tarif Pajak} \times \text{Dasar Pengenaan Pajak} \\ &= \text{Tarif Pajak} \times \text{Nilai Sewa Reklame}^{16} \end{aligned}$$

1.4 Masa Pajak, Tahun Pajak, Saat Terutang Pajak, dan wilayah Pemungutan Pajak Reklame

Pada Pajak Reklame, masa pajak merupakan jangka waktu yang lamanya sama dengan satu bulan takwim atau jangka waktu lain yang ditetapkan dengan keputusan bupati/walikota. Dalam pengertian masa pajak bagian dari bulan di hitung satu bulan penuh. Tahun pajak adalah jangka waktu yang lamanya satu tahun takwin kecuali wajib pajak menggunakan tahun buku yang tidak sama dengan tahun takwin.

Pajak yang terutang merupakan Pajak Reklame yang harus dibayar oleh wajib pajak

pada suatu saat, dalam masa pajak, atau dalam tahun pajak menurut ketentuan peraturan daerah tentang Pajak Reklame yang ditetapkan oleh pemerintah daerah kabupaten/kota setempat. Saat pajak terutang dalam masa pajak ditentukan menurut keadaan, yaitu pada saat penyelenggaraan reklame.¹⁷

1.5 Pembayaran dan Penagihan Pajak Reklame

Pajak Reklame terutang dilunasi dalam jangka waktu yang ditentukan dalam peraturan daerah, misalnya selambat-lambatnya pada tanggal 15 bulan berikutnya dari masa pajak yang terutang setelah berakhirnya masa pajak. Penentuan tanggal jatuh tempo pembayaran dan penyeteroran Pajak Reklame ditetapkan oleh bupati/walikota. Apabila kepada wajib pajak diterbitkan SKPDKB, SKPDKBT, STPD, Surat Keputusan Pembetulan, Surat Keputusan Keberatan, dan Putusan Banding yang menyebabkan jumlah pajak yang harus dibayar bertambah, Pajak Reklame harus dilunasi paling lambat satu bulan sejak tanggal diterbitkan.

Pembayaran Pajak Reklame yang terutang dilakukan ke kas daerah, bank, atau tempat lain yang ditunjuk oleh bupati/walikota sesuai waktu yang ditentukan dalam SKPD, SKPDKB, SKPDKBT, dan STPD. Apabila pembayaran pajak dilakukan di tempat lain yang ditunjuk, hasil penerimaan pajak harus disetor ke kas daerah paling lambat 1 x 24 jam atau dalam waktu yang ditentukan oleh bupati/walikota. Apabila tanggal jatuh tempo pembayaran pada hari libur, pembayaran dilakukan pada hari kerja berikutnya.

B. Implementasi Pasal 47 Ayat 2 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah di Kota Bitung.

Undang-undang Nomor 34 Tahun 2000 mengatur dengan jelas bahwa untuk dapat dipungut pada suatu daerah, setiap jenis pajak daerah harus ditetapkan dengan peraturan daerah. Hal ini berarti untuk dapat diterapkan dan dipungut pada suatu daerah provinsi, kabupaten, atau kota, harus terlebih dahuluditetapkan peraturan daerah tentang pajak daerah tersebut. Peraturan daerah tentang suatu pajak daerah diundangkan dalam

¹⁶Perda No. 20 Tahun 2013 tentang Perhitungan Nilai Sewa Reklame, Pasal 12 ayat (1).

¹⁷Ibid.

lembaran daerah yang bersangkutan. Peraturan daerah tentang suatu pajak daerah tidak dapat berlaku surut dan tidak boleh bertentangan dengan kepentingan umum dan atau ketentuan peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi.

Peraturan daerah tersebut sekurangnya mengatur ketentuan mengenai:

1. Nama, objek, dan subjek pajak;
2. Dasar pengenaan, tarif, dan cara penghitungan pajak;
3. Wilayah pemungutan;
4. Masa pajak;
5. Penetapan pajak;
6. Tata cara pembayaran dan penagihan pajak;
7. Kedaluarsa penagihan pajak;
8. Sanksi administrasi; dan
9. Tanggal mulai berlakunya pajak.

Selain ketentuan-ketentuan tersebut, peraturan daerah tentang suatu pajak daerah dapat mengatur ketentuan mengenai beberapa hal lainnya, yaitu:

1. Pemberian pengurangan, keringanan, dan pembebasan dalam hal-hal tertentu atas pokok pajak dan atau sanksinya, yang dapat diberikan dengan mempertimbangkan, antara lain kemampuan membayar wajib paka;
2. Tata cara penghapusan piutang pajak yang kedaluarsa; dan
3. Asas timbal balik, sesuai dengan kelaziman internasional, pengurangan, keringanan, dan pembebasan pajak daerah dapat diberikan kepada korps diplomatik.

Seperti yang dibahas dalam bab sebelumnya, daerah kabupaten/kota diberi kewenangan untuk menetapkan jenis pajak daerah selain yang diatur dalam Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009. Apabila suatu daerah menggunakan kewenangan ini, pajak daerah yang ditetapkan harus diatur dalam peraturan daerah.

Dasar dari pengenaan Pajak Reklame yang tercantum dalam perda kota Bitung Nomor 20 Tahun 2013 tentang Perhitungan Nilai Sewa Reklame, yang dijelaskan dalam pasal 6 yaitu :

1. Besarnya Pajak Reklame dihitung dengan cara mengalikan tarif Pajak Reklame dengan dasar pengenaan pajak.
2. Dasar pengenaan Pajak Reklame adalah NSR.

3. NSR dihitung dengan menjumlahkan NJOPR dan NSPR.
4. Perhitungn NJOPR didasarkan pada factor-faktor meliputi:
 - a. Ukuran Reklame
 - b. Jenis Reklame; dan
 - c. Lama pemasangan
5. Hasil perhitungan NJOPR disajikan dalam bentuk table dengan nilai yang telah distandarkan.
6. Perhitungan NSPR didasarkan pada factor-faktor meliputi:
 - a. Ukuran Reklame;
 - b. Lokasi Penempatan;
 - c. Kelas jalan;
 - d. Jangka waktu penyelenggaraan; dan
 - e. Sudut pandang.
7. Perhitungan NSPR sebagaimana dimaksud pada ayat (6) disajikan dalam bentuk tabel.

Dalam pasal 7 ayat (1) Perda kota Bitung Nomor 20 Tahun 2013, menjelaskan tentang Nilai Strategis Penempatan Pajak Reklame berdasarkan ukuran Reklame (NSUR) sebagaimana dimaksud dalam pasal 6 ayat (6) ditentukan sebagai berikut:

- | | | | |
|----------------------|---|-------|------------------|
| a. Ukuran Reklame 1 | - | 1,99 | M ² ; |
| b. Ukuran Reklame 2 | - | 4,99 | M ² ; |
| c. Ukuran Reklame 5 | - | 9,99 | M ² ; |
| d. Ukuran Reklame 10 | - | 14,99 | M ² ; |
| e. Ukuran Reklame 15 | - | 19,99 | M ² ; |
| f. Ukuran Reklame 20 | - | 24,99 | M ² ; |
| g. Ukuran Reklame 25 | - | 29,99 | M ² ; |
| h. Ukuran Reklame 30 | - | 34,99 | M ² ; |
| atau | | | |
| i. Ukuran Reklame | > | 35 | M ² . |

Dan berdasarkan ukurannya sebagaimana dijelskan sebelumnya, diberikan harga dengan nilai sebagai berikut (Pasal 7 ayat (2) Perda kota Bitung Nomor 20 Tahun 2013) :

- | | | | | |
|----------------------|---|-------|------------------|--------------|
| a. Ukuran Reklame 1 | - | 1,99 | M ² ; | Rp. 15.000; |
| b. Ukuran Reklame 2 | - | 4,99 | M ² ; | Rp. 20.000; |
| c. Ukuran Reklame 5 | - | 9,99 | M ² ; | Rp. 40.000; |
| d. Ukuran Reklame 10 | - | 14,99 | M ² ; | Rp. 70.000; |
| e. Ukuran Reklame 15 | - | 19,99 | M ² ; | Rp. 100.000; |
| f. Ukuran Reklame 20 | - | 24,99 | M ² ; | Rp. 150.000; |

- g. Ukuran Reklame 25 - 29,99 M²: Rp. 220.000;
- h. Ukuran Reklame 30 - 34,99 M²: Rp. 350.000; atau
- i. Ukuran Reklame > 35 M²: Rp. 500.000.

Pilihan lamanya pemasangan Reklame yang tidak tersedia sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dibulatkan ke atas pada pilihan terdekat.

Penjelasan lebih jelas tentang Nilai Strategis Lokasi Reklame (NSLR) diatur dalam pasal 8 Perda kota Bitung Nomor 20 Tahun 2013 yaitu NSPR berdasarkan lokasi penempatan diberikan bobot 45% (empat puluh lima persen) antara lain:

- a. Kawasan A : Komplek Pusat Kota dan sekitarnya;
- b. Kawasan B : Kompleks Pasar Girian, Pasar Sagerat, Pasar Winenet, Pasar Ruko Pateten dan sekitarnya;
- c. Kawasan C : Kompleks Perkantoran, Pertokoan/Ruko, Perindustrian dan sekitarnya; atau
- d. Kawasan D : Kompleks Pemukiman Penduduk dan yang tidak termasuk dalam kawasan A, kawasan B, dan kawasan C.

NSPR berdasarkan kelas jalan (NSKJ) diberikan bobot 35% (tiga puluh lima persen) diatur sebagai berikut:

- 1. Tipe A : Jalan Primer dari Kelurahan Sagerat sampai Kelurahan Aertembaga;
- 2. Tipe B : Jalan Sekunder dari Terminal Tangkoko dan Kelurahan Danowudu Sampai Pasar Winenet;
- 3. Tipe C : Jalan Lokasi yang menghubungkan Jalan Primer/Tipe A dan Jalan Sekunder Tipe B
- 4. Tipe D : Jalan Lokal yang tidak termasuk pada Tipe A, Tipe B, dan Tipe C.

Dalam pasal 10 Peraturan Daerah kota Bitung No. 20 Tahun 2013;

- 1) NSPR berdasarkan jangka waktu penyelenggaraan (NSWP) sebagaimana dimaksud dalam pasal 6 ayat (6) huruf d ditentukan berdasarkan pilihan lamanya pemasangan antara lain:

- a. Lamanya penyelenggaraan : 3 bulan;
- b. Lamanya penyelenggaraan : 2 bulan;
- c. Lamanya penyelenggaraan : 1 bulan;
- d. Lamanya penyelenggaraan : 3 minggu;
- e. Lamanya penyelenggaraan : 2 minggu;
- f. Lamanya penyelenggaraan : 1 minggu;
- g. Lamanya penyelenggaraan : 5 hari;
- h. Lamanya penyelenggaraan : 4 hari;
- i. Lamanya penyelenggaraan : 3 hari;
- j. Lamanya penyelenggaraan : 2 hari; atau
- k. Lamanya penyelenggaraan : 1 hari;

- 2) NSPR berdasarkan jangka waktu penyelenggaraan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), diberikan bobot antara lain :

- 1. Lamanya penyelenggaraan : 3 bulan
- 2. Lamanya penyelenggaraan : 2 bulan
- 3. Lamanya penyelenggaraan : 1 bulan
- 4. Lamanya penyelenggaraan : 3 minggu
- 5. Lamanya penyelenggaraan : 2 minggu
- 6. Lamanya penyelenggaraan : 1 minggu
- 7. Lamanya penyelenggaraan : 5 hari
- 8. Lamanya penyelenggaraan : 4 hari
- 9. Lamanya penyelenggaraan : 3 hari
- 10. Lamanya penyelenggaraan : 2 hari
- 11. Lamanya penyelenggaraan : 1 hari

Pilihan lamanya pemasangan Reklame yang tidak tersedia sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dibuatkan ke atas pada pilihan terdekat.

Dalam pasal 11 Peraturan Daerah Kota Bitung Nomor 20 Tahun 2013 menjelaskan tentang Nilai Strategis Penempatan Reklame Berdasarkan Sudut Pandang sebagaimana dimaksud dalam pasal 6 ayat (6) huruf e diberikan bobot sebesar 20% (dua puluh persen) ditentukan berdasarkan persimpangan jalan atau arah lalu lintas antara lain:

- a. Sudut pandang : > 3 arah;
- b. Sudut pandang : 3 arah;
- c. Sudut pandang : 2 arah; atau
- d. Sudut pandang : 1 arah.

Nilai Strategis Penempatan Reklame berdasarkan Sudut Pandang sebagaimana dimaksud pada ayat (1), diberikan skor antara lain:

- 1. Sudut pandang :
- 2. Sudut pandang :
- 3. Sudut pandang :

4. Sudut pandang :

Khusus reklame dalam ruang NSSP diberikan skor=1 (satu) dan reklame berjalan/kendaraan NSSP diberikan skor = 10 (sepuluh).

Khusus Reklame selebaran, Stiker/Melekat NSSP diberikan skor=0 (nol)

Pajak Reklame di kota Bitung merupakan salah satu sumber penghasilan yang cukup besar, karna merukan kontribusi wajib kepada Daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa dalam hal ini telah diatur berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan Daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Namun demikian begitu kecilnya pengetahuan masyarakat tentang Pajak Reklame, sehingga pemerintah kesulitan untuk merealisasikan pemungutan Pajak Reklame di kalangan masyarakat. Tidak sesuai dengan penetapan target yang ditentukan dari tahun ke tahun. Proses efektifitas Pajak Reklame di kota Bitung terlihat sering mencapai bahkan melebihi target yang di tetapkan. Namun belakangan ini terlihat kurang efektif. Hal ini disebabkan karena adanya peningkatan target yang terlalu tinggi yang ditetapkan oleh Dinas Pendapatan Daerah kota Bitung setiap tahunnya.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Penerimaan pajak reklame di kota Bitung sudah sangat eferktif. Hanya karna penetapan target yang begitu besar sehingga perkembangan pendapatan daerah yang berasal dari sektor Pajak Reklame relative terlihat minim. Lingkungan Pengendalian pada Dispenda Kota Bitung telah memadai ditinjau dari pemberian otorisasi atas kegiatan penerimaan kas, pembagian tugas dan tanggung jawab kepada setiap bidang yang bertugas dalam proses penerimaan kas, perlidungan yang dilakukan agar tidak terjadi pencurian dan penyelewengan serta pemeriksaan independen terhadap kinerja Dispenda. Pencatatan dan pelaporan penerimaan kas yang sudah memadai dapat dilihat dari formulir pendaftaran dan pendataan, jurnal umum penerimaan kas, buku besar, buku besar pembantu dan laporan

pertanggungjawaban skor 2. bendahara penerimaan.

2. Secara keseluruhan, sistem dan prosedur penerimaan kas pada Dinas Pendapatan Kota Bitung sudah memadai, dan sesuai dengan *Standard Operational Procedure (SOP)* yang berlaku.

SARAN

1. Diharapkan adanya sosialisasi yang lebih intensif dan persuasif kepada masyarakat tentang PP No. 20 Tahun 2013 di wilayah-wilayah Kota Bitung oleh Dinas Pendapatan Daerah, agar bukan hanya badan hukum yang mengetahui jelas tentang pemungutan Pajak Reklame. Dinas Pendapatan Daerah (DISPENDA) Kota Bitung perlu memperhatikan dan mengevaluasi penetapan target yang ternyata sangat berpengaruh terhadap tingkat efektifitas pemungutan pajak reklame, sebaiknya target yang dtentukan jangan terlalu tinggi.
2. Memberikan sanksi yang tegas kepada wajib pajak yang tidak memenuhi kewajiban perpajakan sebagaimana mestinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Baarle W.H, Van dan Hollander, F. E. 1956. *Reclamekunde en Reclameleer*. H.E. Stenfert Kroese N.V, Leiden.
- Brotodiharjo, Santoso. 1989. *Ilmu Hukum Pajak*. Bandung: Eresco.
- Boediono. 1996. *Perpajakan Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pendidikan Kawula Indonesia.
- Brotodiharjo R, Santoso. 2008. *Pengantar Ilmu Hukum Pajak*, Cet. 21. Bandung: PT Refika Aditama.
- Devas, Mick. 1989. *Keuangan Pemerintah Daerah Di Indonesia*, Terj: Masri Maris. Jakarta: UI Pers.
- Kaho, Riwu Josef. 1998. *Prospek Otonomi Daerah di Negara Republik Indonesia*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- _____. 2005. *Prospek Otonomi Daerah di Negara Republik Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Marzuki, Peter Mahmud. 2009. *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana.
- Prakosan. 2005. *Pajak Dan Retribusi Daerah Edisi Revisi*. Jakarta: UII Press.
- Samudra A, Azhari, 1995. *Perpajakan Indonesbusi; Keuangan, Pajak dan Retribusi*

- daerah. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Siahaan P, Marihot. 2006. *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*, Ed. Revisi, Cet. 4, Jakarta: Rajawali Pers.
- _____. 1989. *Ilmu Hukum Pajak*. Bandung: Eresco.
- Suratman dan Dillah, H. Philips. 2015. *metode penelitian hukum*. Bandung: Alfabeta,
- Soekanto, Soerjono dan Mamudji, Sri. 2001. *Penelitian Hukum Normatif; suatu tinjauan singkat*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Soelarno, Slamet. 1999. *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*, Jakarta: Stia Lan Press.
- Waluyo. 2011. *Perpajakan Indonesia Edisi 10 Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Peraturan Perundang-Undangan
- Undang Undang Dasar 1945
- Undang Undang RI No. 34 Tahun 2000 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah
- Undang Undang RI No. 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah
- Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 tentang Pajak Daerah
- Peraturan Walikota Bitung Nomor 20 Tahun 2013 tentang Perhitungan Nilai Sewa Reklame
- Peraturan Walikota Bitung Nomor 21 Tahun 2013 tentang Ketentuan Pelaksanaan Pajak Daerah di Kota Bitung
- Sumber Lainnya
- Bugis Lanang. *Ulasan Dan Dampak Adanya UU PDRD NO. 28 Tahun 2009 Terhadap Otonomi Daerah*. Diakses dari <http://bugislanang.blogspot.co.id/2011/06/ulasan-dan-dampak-adanya-uu-pdrd-no-28.html>. Diakses pada tanggal 20 April 2017.
- Definisi Pengertian.Com. *Pajak dan Retribusi Daerah Pasca Otonomi Daerah*. Diakses dari <http://www.definisi-pengertian.com/2015/05/definisi-dan-pengertian-pajak-daerah.html>. Diakses pada tanggal 30 Nopember 2016.
- Indra Achmadi. *Pajak Daerah*. Diakses dari <http://indraachmadi.blogspot.co.id/2012/04/pajak-daerah.html>. Diakses pada tanggal 30 November 2016.
- Jurnal Ilmiah, Himawan Estu Bagijo, *Pajak Dan Retribusi Daerah Sebagai SumberPendapatanDaerah (Studi Kasus Di Kabupaten/Kota Dan Pemerintah Propinsi Di Jawa Timur*. Negara Hukum. *Pendapatan Asli Daerah*. Diakses dari <http://www.negarahukum.com/hukum/pendapatan-asli-daerah.html>. diakses pada tanggal 05 Mei 2017.
- Putra Suoh Blogspot. *Pelaksanaan Otonomi Daerah*. diakses dari <http://www.karya-putra-suoh.blogspot.co.id>, diakses pada tanggal 24 November 2016.
- Repository Unhas. *Analisis Kontribusi Pajak Reklame dan Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Makasar*. Diakses dari <http://repository.unhas.ac.id/handle/123456789/11907>. Diakses pada tanggal 05 April 2017.
- Suprawardhani, Techa, 2008, *Optimalisasi Pendapatan Pajak Reklame Melalui Pemeriksaan Pajak Daerah (Studi Kasus Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor)*,Skripsi Sarjana FISIP Universitas Indonesia.
- Wilis Windar Astri. *Perlunya Perubahan UU No. 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. Diakses dari <http://gitacintanyawilis.blogspot.co.id/2009/11/normal-0-false-false-false-style.html>. Diakses pada tanggal 20 April 2017.
- Zalirais wordpress. *kewenangan dan Batasan Penetapan Pajak Daerah*. Diakses dari <https://zalirais.wordpress.com/2016/01/21/kewenangan-dan-batasan-penetapan-pajak-daerah/>. Diakses pada tanggal 05 April 2017.
- Feni Rosalia, "Tanah dan Bonus Demografi: Peran Pemerintah Menghadapi Bonus Demografi 2020-2030 dalam Kaitannya dengan Terbatasnya Ketersediaan Tanah (Jurnal)", UNILA, Lampung,