

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Review Hasil Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian yang dilakukan oleh seorang mahasiswi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia bernama Farah Fathia tahun 2013 dengan penelitian berjudul “Analisis Penerapan Perhitungan dan Penetapan Pajak Reklame Pada Kantor Dinas Pelayanan Pajak Provinsi DKI Jakarta ” Hasil Penelitian tersebut memberikan kesimpulan bahwa hal-hal yang berkaitan dengan pajak reklame diatur dalam Undang-Undang No.28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, dan Peraturan Daerah No.12 tahun 2011 tentang Pajak Reklame serta Peraturan Gubernur No.7 tahun 2004 tentang penyelenggaraan reklame mulai dari proses permohonan izin pendirian reklame, pendaftaran reklame, penerbitan surat ketetapan pajak daerah yang menyatakan keabsahan penyelenggaraan reklame kemudian dalam pelaksanaan penerapan perhitungan pokok pajak reklame yang dilakukan oleh kantor dinas pelayanan pajak atas penyelenggaraan reklame tersebut sudah mengacu pada peraturan-peraturan yang berlaku. Kantor Dinas Pelayanan Pajak telah mengupayakan dalam meningkatkan penerimaan pajak reklame antara lain adalah mensosialisasikan penerimaan pajak reklame kepada para penyelenggara reklame (wajib pajak), dan memberikan rasa aman dalam proses perizinan dan pelaporan reklame oleh wajib pajak.

Penulis juga mengambil referensi dari jurnal ilmiah akuntansi yang pertama berjudul “Efektifitas Pemungutan Pajak Reklame Dan Kontribusinya Terhadap Penerimaan Pajak Daerah Di Kota Bandung” oleh Arvian Triantoro Dosen UPI Bandung (2010). Penelitian ini ditunjukkan untuk menemukan jawaban atas tingkat efektifitas pemungutan pajak reklame di kota Bandung, dan kontribusinya terhadap penerimaan pajak daerah, dimana dalam era otonomi daerah, pemerintah

daerah dituntut untuk selalu meningkatkan penerimaan daerahnya, seperti peningkatan pajak daerah melalui penerimaan pajak reklame.

Penulis juga mengambil referensi dari jurnal ilmiah akuntansi yang kedua berjudul “Analisis Pengaruh Penerimaan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Banyuasin” oleh Vina Effendy Mahasiswa Jurusan Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi MDP (2012). Penelitian ini ditunjukkan untuk menganalisa adakah pengaruh postif pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah di Kabupaten Banyuasin selama periode 2006 sampai dengan 2010.

Penulis mengambil referensi dari jurnal ilmiah akuntansi ke tiga dengan judul “Pengaruh Pajak Reklame, Pajak Restoran, Retribusi Jasa Umum, Jumlah Penduduk dan Jumlah Industri, Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Depok Jawa Barat, oleh Budi Waluyo mahasiswa Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma Jakarta (2012). Penelitian ini ditunjukkan untuk mengetahui hasil pengujian secara bersama-sama apakah pajak reklame, pajak restoran, retribusi jasa umum, jumlah penduduk dan jumlah industri berpengaruh terhadap pendapatan asli daerah kota depok tahun 2006 - 2010.

Penulis mengambil referensi jurnal ilmiah akuntansi ke empat dengan judul “Analisis Pengaruh Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Tangerang” oleh Ferdiansyah mahasiswa Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang (2012). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah pada periode 2006 – 2010 sebesar 5,78%, walaupun kontribusi pajak reklame masih kecil terhadap pendapatan asli daerah akan tetapi cukup berarti dalam pembiayaan penyelenggaraan pemerintah.

Dan penulis mengambil referensi jurnal ilmiah akuntansi ke lima dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame Di Kota Manado” oleh Vera Fransisca Pesik mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Akuntansi Universitas Sam Ratulangi Manado (2013). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame di Kota Manado yaitu peraturan daerah, kebijakan pemerintah, reklame videotron, reklame yang diadakan oleh pemerintah, jumlah unit usaha, event-

event internasional dan nasional dan kelas jalan. Penerimaan pajak reklame kurun waktu tahun 2003-2012 mengalami fluktuasi. Tahun 2003 sampai tahun 2005 penerimaan pajak reklame terus mengalami peningkatan dengan presentase kenaikan yang berbeda-beda, sedangkan tahun 2006-2012 penerimaan pajak reklame tidak stabil.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Pendapatan daerah

Menurut Nurlan Darise (2009:33) pendapatan daerah meliputi semua penerimaan uang melalui Rekening Kas Umum Daerah, yang menambah ekuitas dana lancar, yang merupakan hak daerah dalam satu tahun anggaran yang tidak perlu dibayar kembali oleh daerah.

Pendapatan daerah terdiri atas:

- a) Pendapatan Asli Daerah (PAD).
- b) Dana Perimbangan.
- c) Lain-lain pendapatan daerah yang sah.

Pendapatan Asli Daerah merupakan pendapatan daerah yang bertujuan untuk memberikan keleluasaan kepada daerah dalam memnggali pendanaan dalam melaksanakan otonomi daerah sebagai perwujudan asas desentralisasi yang berumber dari hasil pajak daerah, hasil retribusi daerah, hasil kelola kekayaan daerah dipisahkan, dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah. Dana perimbangan selain dimaksudkan untuk membantu daerah untuk mendanai kewenangannya, juga bertujuan untuk mengurangi ketimpangan sumber pendanaan pemerintah antar pusat dan daerah serta untuk mengurangi kesenjangan pendanaan pemerintahan antar daerah sehingga merupakan sistem transfer dana dari pemerintah.

Dasar hukum pendapatan asli daerah diatur dalam Peraturan Daerah dan Peraturan Kepala Daerah sedangkan dasar hukum dana perimbangan diatur dengan Undang-Undang dan Peraturan Pemerintah.

Lain-lain pendapatan asli daerah yang sah adalah pendapatan yang diterima seperti pendapatan hibah, dana darurat, dana bagi hasil dari provinsi, dana penyesuaian dari otonomi khusus dan bantuan keuangan dari Provinsi dan Pemerintah Daerah lain.

2.2.2. Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Menurut Nurlan Darise (2009:33) Pendapatan Asli Daerah yang selanjutnya singkat PAD adalah pendapatan yang diperoleh daerah yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Pendapatan Asli Daerah yang merupakan sumber penerimaan daerah sendiri perlu terus ditingkatkan agar dapat menanggung sebagian beban belanja yang diperlukan untuk penyelenggaraan pemerintah dan kegiatan pembangunan yang setiap tahun meningkat sehingga kemandirian otonomi daerah yang luas, nyata, dan bertanggung jawab dapat dilaksanakan.

Sumber-sumber PAD terdiri dari :

- a. Pajak Daerah.
- b. Retribusi Daerah.
- c. Hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan.
- d. Lain-lain PAD yang sah.

Menurut Aries Djaenuri (2012:88) Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah penerimaan yang diperoleh daerah dari sumber-sumber dalam wilayah yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

2.3. Pajak Daerah

2.3.1. Pengertian pajak daerah

Dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 1 Ayat 10, dijelaskan pengertian pajak daerah sebagai berikut :

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 mendapat imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan Daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat .

Menurut Diana Sari (2013:42) pajak daerah yang selanjutnya disebut pajak adalah iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan kepada Daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang digunakan untuk membayar penyelenggaraan Pemerintahan Daerah dan Pembangunan Daerah.

Menurut Rahardjo Adisasmita (2011:77) perpajakan daerah dapat diartikan sebagai berikut :

1. Pajak yang dipungut oleh Pemerintah Daerah dengan pengaturan dari daerah itu sendiri.
2. Pajak yang dipungut berdasarkan peraturan nasional tetapi penetapan tarifnya dilakukan oleh Pemerintah Daerah.
3. Pajak yang ditetapkan atau dipungut oleh Pemerintah Daerah.
4. Pajak yang dipungut dan diadministrasikan oleh Pemerintah Pusat tetapi hasil pungutannya diberikan kepada, dibagi hasilkan atau dibebani pungutan tambahan oleh Pemerintah Daerah.

2.3.2. Tolak ukur untuk menilai pajak daerah

Menurut Rahardjo Adisasmita (2011:78) tolak ukur untuk menilai pajak daerah adalah sebagai berikut :

1. Hasil (*yield*), memadai tidaknya hasil suatu pajak dalam kaitannya dengan berbagai layanan yang dibiayai, elastis hasil pajak terhadap inflasi, pertumbuhan penduduk dan juga hasil pajak dengan biaya pungut.
2. Keadilan (*equity*), dasar pajak dan kewajiban membayar pajak

harus jelas dan tidak sewenang-wenang, harus adil secara horisontal (artinya beban pajak haruslah sama besar untuk kedudukan ekonomi yang sama), harus adil secara vertikal (artinya kelompok yang memiliki sumber daya ekonomi yang lebih besar memberikan sumbangan yang lebih besar daripada kelompok yang tidak banyak memiliki sumber daya ekonomi, dan harus adil untuk semua tempat yang berbeda).

3. Daya Guna Ekonomi (*economic efficiency*), pajak hendaknya mendorong penggunaan sumber daya secara berdaya guna dalam kehidupan ekonomi.
4. Kemampuan Melaksanakan (*ability to implement*), pajak haruslah dapat dilaksanakan, dari sudut kemampuan politik dan kemampuan tata usaha.
5. Kecocokan sebagai Sumber Penerimaan Daerah (*suitability as a local revenue source*), haruslah jelas kepada daerah mana suatu pajak harus dibayarkan, tempat memungut pajak sedapat mungkin tidak terlalu jauh dari domisili wajib pajak.

2.3.3. Jenis-jenis pajak daerah

Dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 mengenai pajak daerah dan retribusi daerah menjelaskan perbedaan antara jenis pajak yang dipungut oleh Propinsi dan jenis pajak yang dipungut oleh Kabupaten / Kota yaitu :

1. Pajak Provinsi
 - 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 / Kotamadya
 - a. Pajak Hotel;
 - b. Pajak Restoran;

- c. Pajak Hiburan;
- d. Pajak Reklame;
- e. Pajak Penerangan Jalan;
- f. Pajak Mineral Bukan Logam dan bantuan;
- 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 ;

Jenis pajak provinsi bersifat *limitative* yang berarti Provinsi tidak dapat pajak lain selain pajak yang telah ditetapkan dan hanya menambah jenis retribusi lainnya sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang-Undang.

Jenis pajak Kabupaten atau Kota tidak bersifat *limitative* artinya Kabupaten atau Kota diberi peluang untuk menggali sumber-sumber keuangannya selain yang ditetapkan secara eksplisit dalam Undang-Undang Nomor 28 tahun 2009, dengan menetapkan sendiri jenis pajak yang bersifat spesifik dengan memperhatikan kriteria yang ditetapkan dalam Undang-Undang tersebut.

2.4. Pajak Reklame

2.4.1. Pengertian pajak reklame

Menurut Marihot Siahaan (2010:381) Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah Pasal 1 angka 26 dan 27, Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Sedangkan yang dimaksud dengan Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang bentuk corak atau 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, dan atau dinikmati oleh

umum.

Untuk dapat dipungut pada suatu daerah kabupaten atau kota. Pemerintah daerah, harus terlebih dahulu menerbitkan Peraturan Daerah tentang Pajak Reklame di daerah kabupaten atau kota yang bersangkutan. Keberadaan Pajak Reklame sebagai salah satu jenis pajak kabupaten/kota diatur juga dalam Undang-Undang Nomor 28 tahun 2009, yang dimulai tanggal 1 Januari 2010 menjadi Dasar Hukum Pajak Daerah di Indonesia.

Dalam pemungutan pajak reklame terdapat berbagai terminologi, yaitu:

- a. Reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media, yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan atau dinikmati oleh umum.
- b. Penyelenggara reklame adalah orang atau badan yang menyelenggarakan baik untuk dan atas namanya sendiri atau untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya.
- c. Perusahaan jasa periklanan/biro reklame adalah badan yang bergerak dibidang periklanan yang memenuhi persyaratan sesuai dengan ketentuan berlaku.
- d. Panggung reklame adalah suatu sarana atau tempat pemasangan reklame yang ditetapkan untuk satu atau beberapa buah reklame.
- e. Jalan umum adalah suatu prasarana perhubungan darat dalam bentuk apapun, meliputi segala bagian jalan termasuk bangunan pelengkap dan perlengkapannya yang diperuntukkan bagi lalu lintas umum.
- f. Izin adalah izin penyelenggaraan reklame yang terdiri dari izin tetap dan izin terbatas.
- g. Surat Permohonan Penyelenggaraan Reklame yang selanjutnya disingkat SPPR adalah surat yang digunakan oleh Wajib Pajak untuk mengajukan permohonan penyelenggaraan reklame dan mendaftarkan identitas pemilik data reklame sebagai dasar perhitungan pajak yang terutang.

- h. Surat Kuasa Untuk Menyetor yang selanjutnya disingkat SKUM adalah nota perhitungan besarnya Pajak Reklame yang harus dibayar oleh Wajib Pajak yang berfungsi sebagai ketentuan pajak.

2.4.2. Dasar hukum pemungutan pajak reklame

Pemungutan pajak reklame di Indonesia saat ini di dasar pada dasar hukum yang jelas dan kuat sehingga harus dipatuhi oleh masyarakat dan pihak yang terkait. Dasar pemungutan pajak reklame pada Kantor Dinas Pelayanan Pajak Provinsi DKI Jakarta yaitu:

1. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
2. Peraturan Pemerintah No 91 Tahun 2010 tentang Jenis Pajak Daerah Yang dipungut Berdasarkan Penetapan Kepala Daerah atau Dibayar Sendiri Oleh Wajib Pajak.
3. Peraturan Daerah Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame.
4. Peraturan Gubernur Provinsi Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta No 23 Tahun 2006 tentang penyelenggaraan Reklame di Kawasan Kendali ketat di Provinsi Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta.
5. Peraturan Daerah Nomor 7 Tahun 2004 tentang Penyelenggaraan Pajak Reklame.
6. Keputusan Gubernur Provinsi Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta No. 37 Tahun 2000 tentang Petunjuk Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame.
7. Keputusan Bupati/Walikota yang mengatur tentang pajak reklame sebagai aturan pelaksanaan peraturan daerah tentang pajak reklame pada kabupaten/kota yang dimaksud.

2.4.3. Objek pajak reklame

Menurut Perda No. 12 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame, yang termasuk objek pajak reklame adalah:

1. Reklame Papan/Billboard adalah reklame yang terbuat dari papan, kayu, calli brete, vinyle termasuk seng atau bahan lain yang sejenis, dipasang atau digantungkan atau dipasang pada bangunan, halaman, diatas bangunan.
2. Reklame Megatron/Videotron/Large Electric Display (LED) adalah reklame yang menggunakan layar monitor besar berupa progam reklame atau iklan bersinar dengan gambar dan atau tulisan berwarna yang dapat berubah-ubah, terprogam, dan difungsikan dengan tenaga listrik.
3. Reklame kain adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain, termasuk kertas, plastik, karet, atau bahan lain yang sejenis dengan itu.
4. Reklame melekat (stiker), yaitu reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan atau dapat diminta untuk ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda dengan ketentuan luasnya tidak lebih dari 200 cm persegi per lembar.
5. Reklame selebaran adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan, atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda lain.
6. Reklame berjalan/kendaraan adalah reklame yang ditempatkan atau ditempelkan pada kendaraan yang diselenggarakan dengan mempergunakan kendaraan atau dengan cara dibawa oleh orang.
7. Reklame udara adalah reklame yang diselenggarakan diudara dengan menggunakan gas, laser, pesawat, atau alat lain yang sejenis.
8. Reklame suara adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari atau oleh perantaraan alat.
9. Reklame Film/slide adalah reklame yang diselenggarakan

dengan cara menggunakan klise berupa kaca atau film, atau bahan-bahan yang sejenis, sebagai alat untuk diproyeksikan dan atau dipancarkan pada layar atau benda lain didalam ruangan.

10. Reklame Peragaan adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara.
11. Reklame Apung adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara terapung dipermukaan air.

2.4.4. Bukan objek pajak reklame

Menurut Ida Zuraida (2013:59) yang bukan termasuk objek pajak reklame adalah:

- a. Penyelenggaraan reklame melalui internet, televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan, dan sejenisnya ;
- b. Label atau merk produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan, yang fungsi berfungsi untuk membedakan dari produk sejenis lainnya ;
- c. Nama pengenal usaha atau profesi yang dipasang melekat pada bangunan tempat usaha atau profesi diselenggarakan sesuai dengan ketentuan yang mengatur nama pengenal usaha atau profesi tersebut ;
- d. Reklame yang diselenggarakan oleh Pemerintah atau Pemerintah Daerah ;
- e. Penyelenggaraan reklame yang ditetapkan oleh Peraturan Daerah.

2.4.5. Subjek pajak dan wajib pajak reklame

Menurut Marihot Siahaan (2010:386) pada pajak reklame yang menjadi subjek pajak adalah orang pribadi atau badan yang menggunakan reklame. Wajib pajak adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame. Jika reklame diselenggarakan sendiri secara

langsung oleh orang pribadi atau badan, wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau badan tersebut. apabila reklame diselenggarakan melalui pihak ketiga, misalnya perusahaan jasa periklanan pihak ketiga tersebut menjadi wajib pajak reklame.

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

2.5. Dasar Pengenaan, Tarif, dan Perhitungan Pajak Reklame

2.5.1. Dasar pengenaan pajak reklame

Menurut Marihot Siahaan (2010:115) 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 ditetapkan berdasarkan nilai kontrak reklame. Sedangkan apabila reklame diselenggarakan sendiri, NSR dihitung dengan memperhatikan faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, 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 diatas. Cara penghitungan NSR ditetapkan dengan peraturan daerah kepala daerah. 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.
- e. Jenis reklame.

Lokasi penempatan adalah lokasi peletakan reklame menurut kelas jalan yang dirinci sebagai berikut:

- a. Protokol A
- b. Protokol B
- c. Protokol C
- d. Ekonomi Kelas 1
- e. Ekonomi Kelas II
- f. Ekonomi Kelas III
- g. Lingkungan

Besaran Nilai Kelas Jalan ditetapkan dalam tabel Hasil Perhitungan Nilai Sewa Reklame sebagai berikut:

1. Untuk jenis reklame Papan/ Billboard/ Videotron/ LED/ dan sejenisnya, sebagai berikut:

Tabel 2.1

Lokasi penempatan reklame papan/billboard/videotron/Large Electronic Display (LED) dan sejenisnya

Jenis Reklame	Lokasi Penempatan	Luas Ukuran Reklame	Jangka Waktu Pemasangan	Besaran Nilai Sewa (Rp)
Papan / Billboard / Videotron / LED	Protokol A	1m ²	1 hari	25.000
	Protokol B	1m ²	1 hari	20.000
	Protokol C	1m ²	1 hari	15.000
	Ekonomi Kelas I	1m ²	1 hari	10.000
	Ekonomi Kelas II	1m ²	1 hari	5.000
	Ekonomi Kelas III	1m ²	1 hari	3.000
	Lingkungan	1m ²	1 hari	2.000

Sumber : Peraturan Daerah Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 12

Tahun 2011

2. Untuk jenis reklame kain berupa umbul-umbul. Spanduk dan sejenisnya, ditetapkan sebagai berikut:

Tabel 2.2

Lokasi penempatan reklame kain berupa umbul-umbul, spanduk dan sejenisnya

Jenis Reklame	Lokasi Penempatan	Luas Ukuran Reklame	Jangka Waktu Pemasangan	Besaran Nilai Sewa (Rp)
Reklame kain berupa umbul-umbul dan sejenisnya	Protokol A	1m ²	1 hari	25.000
	Protokol B	1m ²	1 hari	20.000
	Protokol C	1m ²	1 hari	15.000
	Ekonomi Kelas I	1m ²	1 hari	10.000
	Ekonomi Kelas II	1m ²	1 hari	5.000
	Ekonomi Kelas III	1m ²	1 hari	3.000
	Lingkungan	1m ²	1 hari	2.000

Sumber : Peraturan Daerah Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 12 Tahun 2011

2.5.2. Tarif pajak reklame

Dalam undang-undang nomor 28 tahun 2009 pasal 50 ayat 1 dan ayat 2 tarif pajak reklame ditetapkan paling tinggi sebesar 25% (dua puluh lima persen), dan tarif pajak reklame ditetapkan dengan Peraturan Daerah.

2.5.3. Perhitungan pajak reklame

Menurut Marihot Siahaan (2010:331) Besar pokok pajak reklame yang terutang dihitung dengan cara mengalikan tarif pajak dengan dasar pengenaan pajak. Secara umum perhitungan pajak reklame adalah:

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

2.5.4. Masa pajak, tahun pajak, saat terutang pajak, dan wilayah

Menurut Marihot Siahaan (2010:390) masa pajak reklame 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 dihitung satu bulan penuh. Tahun pajak adalah jangka waktu yang lamanya satu tahun takwim kecuali wajib pajak menggunakan tahun buku yang tidak sama dengan tahun takwim.

Umumnya masa pajak adalah jangka waktu tertentu yang lamanya sama dengan jangka waktu penyelenggaraan reklame. Penetapan masa pajak yang tidak hanya satu bulan takwim, contoh:

- a. Masa pajak untuk jangka waktu yang lamanya satu tahun ditetapkan bagi pajak reklame jenis megatron, vidiotron (dynamics board, video wall); billboard/papan (bando jalan, jembatan penyebrangan orang, papan, neon sign, neon box); reklame berjalan/kendaraan; dan reklame suara/permanen.
- b. Masa pajak untuk jangka yang lamanya satu bulan ditetapkan bagi Pajak Reklame jenis reklame melekat (template, poster, dan stiker). Reklame udara/balon, film/slide, dan reklame peragaan (permanen).
- c. Masa pajak untuk jangka waktu yang lamanya untuk satu hari ditetapkan bagi pajak reklame jenis baligo dan kain/spanduk/umbul-umbul/banner.
- d. Masa pajak untuk jangka waktu yang lamanya satu kali penyelenggaraan ditetapkan bagi pajak reklame jenis selebaran/brosur/leaflet, reklame suara (tidak permanen), dan reklame peragaan (tidak permanen).

Pajak yang terutang merupakan Pajak Reklame yang harus dibayar oleh wajib pajak 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 dan masa pajak ditentukan menurut keadaan, yaitu pada saat penyelenggaraan reklame.

Pajak Reklame yang terutang dipungut di wilayah kabupaten/kota tempat reklame berlokasi. Hal ini terkait dengan kewenangan pemerintah kabupaten/kota yang hanya terbatas atas setiap reklame yang berlokasi dan terdaftar dalam lingkup wilayah administrasinya.

2.6. Penggolongan Pajak, Tata Cara Pemungutan, dan Sistem Pemungutan Pajak Reklame

2.6.1. Penggolongan pajak reklame

Menurut Diana Sari (2013:43) pajak dapat dikelompokkan kedalam golongan sebagai berikut :

1. Menurut sifatnya :
 - a. Pajak Subjektif, yaitu pajak yang erat kaitannya atau hubungannya dengan subjek pajak atau yang dikenakan pajak dan besarnya dipengaruhi oleh keadaan wajib pajak. Pajak ini disebut pajak langsung (jadi langsung dikenakan ke subjeknya) Dimulai dengan menetapkan orangnya, baru kemudian dicari syarat-syarat objektifnya.
 - b. Pajak Objektif, yaitu pajak yang erat hubungannya dengan objek pajak, yang selain dari pada benda dapat pula berupa keadaan, perbuatan atau peristiwa yang menyebabkan timbulnya kewajiban membayar. Besarnya tidak ditentukan oleh keadaan wajib pajak. Pajak ini disebut pajak tidak langsung karena tidak langsung pada subjeknya. Dimulai dengan objeknya, seperti keadaan, peristiwa, perbuatan dll, baru kemudian dicari orangnya yang harus membayar pajaknya, yaitu subjeknya.

Berdasarkan sifat pajak menurut Diana Sari (2013:43) Sifat pajak reklame di DKI Jakarta adalah pajak objektif karena berhubungan dengan objek pajak, yang selain dari pada benda dapat pula berupa keadaan, perbuatan atau peristiwa yang menyebabkan timbulnya kewajiban membayar.

2. Menurut pembebanannya :

- a. Pajak langsung, yaitu pajak yang langsung dibayar atau dipikul oleh wajib pajak yang bersangkutan dan pajak ini langsung dipungut pemerintah dari wajib pajak, tidak dapat dilimpahkan kepada orang lain serta dipungut secara berkala (periodik).
- b. Pajak Tidak Langsung, yaitu pajak yang dipungut kalau ada suatu peristiwa atau perbuatan tertentu, seperti penggerakan barang tidak bergerak, pembuatan akte, dan lain-lain dan pembayar pajak dapat melimpahkan beban pajaknya kepada pihak lain.

Berdasarkan pembebanan pajak menurut Diana Sari (2013:43) pembebanan pajak reklame di DKI Jakarta adalah pajak tidak langsung karena pajaknya dipungut kalau ada suatu peristiwa atau perbuatan tertentu, seperti pergerakan barang tidak bergerak, pembuatan akte dan lain-lain sehingga pembayaran pajaknya dapat dilimpahkan beban pajaknya kepada pihak lain.

3. Menurut kewenangannya

- a. Pajak Pusat, pajak yang wewenang pemungutannya atau dikelola oleh Pemerintah Pusat dan hasilnya dipergunakan untuk membiayai pengeluaran rutin negara dan pembangunan (APBN).
- b. Pajak Daerah, pajak yang wewenang pemungutannya atau dikelola oleh Pemerintah Daerah (baik pemerintah provinsi maupun pemerintah Kabupaten Kota) dan hasilnya dipergunakan untuk membiayai pengeluaran rutin dan pembangunan daerah (APBD).

Berdasarkan kewenangan pajak menurut Diana Sari (2013:43) kewenangan pajak reklame di DKI Jakarta adalah pajak daerah karena wewenang pemungutan pajak dikelola oleh Pemerintah Daerah.

2.6.2. Tata cara pemungutan pajak reklame

Menurut Dwikora Harjo (2012:28) Cara pemungutan pajak dilakukan berdasarkan tiga stelsel yaitu :

1. *Riil Stelsel* (Stelsel Nyata)

Pengenaan pajak didasarkan pada objek (penghasilan) yang nyata, sehingga pemungutan baru dapat dilakukan pada akhir tahun pajak, yakni setelah penghasilan yang sesungguhnya telah dapat diketahui. Kelebihan stelsel ini terletak pada pemungutan pajak yang dikenakan bersifat lebih realistis, sedangkan kelemahannya adalah pajak baru dapat dikenakan pada saat akhir periode yakni saat dimana penghasilan wajib pajak benar-benar dapat diketahui secara riil.

2. *Fictive Stelsel* (Stelsel Anggapan)

Pengenaan pajak yang didasarkan pada suatu anggapan yang diatur oleh undang-undang, contohnya: penghasilan wajib pajak pada suatu tahun dianggap sama dengan tahun sebelumnya sehingga pada awal tahun pajak telah dapat ditetapkan besarnya pajak yang terutang untuk tahun pajak yang berjalan. Kelebihan stelsel ini yakni telah diketahuinya pajak yang dibayar selama tahun berjalan tanpa harus menunggu akhir tahun. Namun kelemahannya pada stelsel ini adalah pajak yang dibayarkan tidak berdasarkan pada keadaan sebenarnya.

3. Stelsel Campuran

Stelsel ini merupakan kombinasi antara stelsel nyata dan stelsel anggapan. Pada awal tahun besarnya pajak dihitung berdasarkan suatu anggapan, kemudian pada akhir tahun besarnya pajak disesuaikan dengan keadaan yang sebenarnya. Apabila besarnya pajak menurut kenyataan lebih besar daripada pajak menurut anggapan maka wajib pajak harus membayar kekurangannya. Sebaliknya, apabila besarnya pajak menurut kenyataan lebih kecil daripada pajak menurut anggapan maka kelebihan yang timbul merupakan hak wajib pajak untuk meminta kembali (restitusi).

Berdasarkan tata cara pemungutan pajak menurut Dwikora Harjo (2012:28) tata cara pemungutan pajak reklame di DKI Jakarta adalah Rill Stelsel (Stelsel nyata) karena hal ini didasarkan pada penggunaan Nilai Sewa Reklame sebagai dasar pengenaan pajak.

2.6.3. Sistem pemungutan pajak reklame

Menurut Thomas Sumarsan (2013:14) Sistem pemungutan pajak dapat dibagi menjadi :

a. Official Assessment System

Adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pemerintah (*fiskus*) untuk menentukan besarnya pajak terutang .

Ciri-ciri *official assessment system* :

1. Wewenang untuk menentukan besarnya pajak terutang berada pada fiskus.
2. Wajib pajak bersifat pasif.
3. Utang pajak timbul setelah dikeluarkan surat ketetapan pajak oleh fiskus.

b. Self Assessment System

Adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang, kepercayaan, tanggung jawab kepada wajib pajak untuk menghitung, memperhitungkan, membayar, dan melaporkan sendiri besarnya pajak yang harus dibayar.

c. Withholding System

Adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pihak ketiga untuk memotong atau memungut besarnya pajak yang terutang oleh wajib pajak.

Berdasarkan sistem pemungutan pajak menurut Thomas Sumarsan (2013:14) sistem pemungutan pajak reklame di DKI Jakarta adalah *Official Assessment System* karena pemerintah (*fiskus*) yang menentukan besarnya pajak terutang oleh wajib pajak.