
**TINJAUAN PERHITUNGAN, PENYETORAN DAN PELAPORAN PAJAK REKLAME PADA KLIEN
E.KOS & PARTNER
KONSULTAN PAJAK BANDUNG**

M.E. Anni Yuliah¹, Annisa Yourinda²

^{1,2}Komputer Keuangan dan Perpajakan, Komputerisasi Akuntansi, Institut Digital Ekonomi LPKIA
Jl. Soekarno Hatta 456 Bandung 40266
¹anni@lpkia.ac.id ²180513001@fellow.lpkia.ac.id

Abstrak

Pajak daerah merupakan salah satu sumber pendapatan daerah yang digunakan untuk membiayai pelaksanaan pemerintah daerah dalam rangka meningkatkan pelayanan kepada masyarakat dan kemandirian daerah. Salah satu jenis pajak daerah yaitu pajak reklame. Skripsi minor ini berjudul “Tinjauan Perhitungan, Penyetoran dan Pelaporan Pajak Reklame Pada Klien E.Kos & Partner Konsultan Pajak Bandung”. Hal yang melatar belakangi permasalahan pada penelitian ini adalah rendahnya kontribusi penerimaan pajak reklame juga peran serta E.Kos & Partner Konsultan Pajak Bandung yang bergerak di bidang jasa perpajakan dalam melakukan perhitungan, penyetoran dan pelaporan pajak reklame atas kliennya. Tujuan dari penulisan skripsi minor ini adalah untuk meninjau bagaimana perizinan penyelenggaraan reklame, bagaimana perhitungan, penyetoran dan pelaporan pajak reklame, dan apa saja hambatan dalam perhitungan, penyetoran dan pelaporan pajak reklame. Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa Permohonan izin penyelenggaraan reklame di Kota Bandung dapat dilakukan secara *online* maupun *offline*, perhitungan, penyetoran dan pelaporan pajak reklame yang dilakukan oleh E.Kos & Partner Konsultan Pajak telah sesuai dengan Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 02 Tahun 2010 tentang Pajak Reklame. Hambatan saat perhitungan yaitu banyaknya variabel dalam perhitungan menyebabkan perhitungan sedikit rumit, dan untuk pelaporan, hambatan yang dialami adalah belum tersedianya pelayanan pelaporan SPTPD Pajak Reklame secara *online*.

Kata Kunci : *Reklame, Pajak Reklame*

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam rangka mewujudkan masyarakat yang patuh pajak bukanlah tugas yang mudah. Hal ini hanya dapat dicapai jika masyarakat dan pemerintah saling menyadari hak dan kewajibannya sebagai warga negara. Masyarakat dituntut untuk memahami kewajibannya kepada negara yaitu membayar pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku, sedangkan pemerintah wajib memberikan timbal balik secara tidak langsung kepada wajib pajak, termasuk sarana dan prasarana umum. Dalam penyelenggaraan pembangunan nasional, pajak merupakan sumber dana pembangunan yang penting karena Pajak merupakan sumber pendapatan terbesar bagi negara. Penerimaan dari sektor pajak mencapai Rp.1.019,56 triliun atau sebesar 85,65% dari target APBN tahun 2020.

Berdasarkan lembaga pemungutnya pajak Dinas Pendapatan Daerah Kota Bandung memiliki kewenangan untuk memungut pajak atas semua objek pajak di Kota Bandung. Kota Bandung semakin berkembang dengan

masuknya investor-investor dari dalam maupun luar negeri. Dengan datangnya era perdagangan bebas, persaingan bisnis menjadi semakin ketat. Dalam hal ini perusahaan harus bisa menyiapkan strategi agar dapat terus berkembang dan mempertahankan eksistensinya. Setiap perusahaan pasti berusaha untuk menjadi yang terbaik, oleh karena itu perusahaan-perusahaan berusaha menarik konsumen melalui promosi, hal ini dilakukan baik untuk memperkenalkan produk ataupun memasarkan produk. Salah satu strategi perusahaan dalam meningkatkan penjualan dan menarik minat konsumen adalah dengan media periklanan yaitu reklame.

Pajak yang dikenakan atas penyelenggaraan reklame disebut Pajak Reklame untuk Kota Bandung, Pajak Reklame diatur di dalam PERDA Kota Bandung No. 2 Tahun 2010. Reklame yang terpasang di wilayah Kota Bandung memiliki potensi untuk mendukung Pemerintah Kota Bandung dalam meningkatkan PAD dari sektor Pajak Reklame. Pada kenyataannya realisasi penerimaan Pajak Reklame yang diterima oleh Pemerintah Kota Bandung belum memberikan hasil yang

maksimal. Hal ini dapat dilihat dari realisasi penerimaan Pajak Reklame kota Bandung tahun 2018-2020 pada tabel 1.1 berikut.

Tabel 1.1
Rekapitulasi Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Kota Bandung Tahun 2018-2020

Tahun	Target Penerimaan Pajak Reklame (Rp)	Realisasi Penerimaan Pajak Reklame (Rp)	Persentase Penerimaan Pajak (%)
2018	239.999.999.996	23.864.890.222	9,94
2019	214.703.683.216	29.493.496.814	13,74
2020	22.000.000.000	27.611.924.915	125,51

Sumber : Badan Pendapatan Daerah Kota Bandung

Target penerimaan Pajak Reklame dari tahun ke tahun semakin berkurang terutama pada tahun 2020, walaupun realisasi penerimaan Pajak Reklame tahun 2020 mencapai 125,51% akan tetapi target penerimaan Pajak Reklame pun turun drastis dari tahun sebelumnya. Rendahnya kontribusi penerimaan Pajak Reklame akan terus terjadi apabila tingkat kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya masih rendah, hal ini dapat dilihat dari tahun 2019 pendapatan daerah dari sektor Pajak Reklame Kota Bandung hanya mencapai 13,74% dari target yang telah ditetapkan. Untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah diperlukan peran masyarakat dalam kepatuhan membayar pajak daerah. Salah satu kegiatan E.Kos & Partner Konsultan Pajak Bandung yaitu menangani masalah perhitungan, penyetoran dan pelaporan pajak reklame. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk membuat usulan penelitian dengan judul **“Tinjauan Perhitungan, Penyetoran dan Pelaporan Pajak Reklame Pada Klien E.Kos & Partner Konsultan Pajak Bandung.”**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan diatas, maka identifikasi masalah yang akan penulis bahas pada skripsi minor ini adalah mengenai perizinan penyelenggaraan reklame, perhitungan, penyetoran dan pelaporan pajak reklame pada

klien E.Kos & Partner Konsultan Pajak Bandung.

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah yang akan diidentifikasi dalam skripsi minor ini adalah sebagai berikut :

1. Subjek dari penelitian ini adalah penyelenggara reklame yang merupakan klien di E.Kos & Partner Konsultan Pajak Bandung.
2. Berfokus pada kegiatan perhitungan, penyetoran dan pelaporan Pajak Reklame.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan diatas, maka rumusan masalah yang akan penulis bahas pada skripsi minor ini adalah :

1. Bagaimana perizinan penyelenggaraan reklame di Kota Bandung?
2. Bagaimana cara perhitungan, penyetoran dan pelaporan Pajak Reklame yang dilakukan oleh E.Kos & Partner Konsultan Pajak Bandung?
3. Apakah ada hambatan dalam perhitungan, penyetoran dan pelaporan Pajak Reklame yang dilakukan oleh E.Kos & Partner Konsultan Pajak Bandung?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah penulis uraikan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perizinan penyelenggaraan reklame di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui cara perhitungan, penyetoran dan pelaporan Pajak Reklame yang dilakukan oleh E.Kos & Partner Konsultan Pajak Bandung
3. Untuk mengetahui apa saja hambatan dalam perhitungan, penyetoran dan pelaporan Pajak Reklame yang dilakukan oleh E.Kos & Partner Konsultan Pajak Bandung

1.6. Teknik Pengumpulan Data

Dalam proses pengumpulan data, penulis menggunakan teknik sebagai berikut :

1. Observasi Lapangan
2. Wawancara
3. Studi Pustaka.
4. Studi Dokumen
- 5.

2. LANDASAN TEORI

2.1 Definisi Pajak

Definisi Pajak menurut Undang-Undang (UU) KUP Nomor 28 Tahun 2007 Pasal 1 Ayat 1 :

“Pajak merupakan kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung. Pajak digunakan sepenuhnya untuk keperluan negara bagi kemakmuran dan kesejahteraan rakyat.” (2007)

2.2 Definisi Pajak Reklame

Pengertian Pajak Reklame menurut Pasal 1 angka 9 Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 02 Tahun 2010 adalah:
“Pajak Reklame yang selanjutnya disebut pajak adalah pajak atas penyelenggaraan reklame” (2010)

2.3 Subjek Pajak Reklame

Berdasarkan Peraturan Wali Kota Bandung Nomor 727 Tahun 2018 Tentang Perubahan Atas Peraturan Wali Kota Bandung Nomor 239 Tahun 2017 Tentang Tata Cara Pemungutan Pajak Reklame, penyelenggara reklame adalah:

“Penyelenggara Reklame adalah orang atau badan menyelenggarakan Reklame baik untuk dan atas namanya sendiri dan/atau untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya” (2018)

2.4 Objek Pajak Reklame

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 02 Tahun (2010) tentang Pajak Reklame, objek Pajak Reklame adalah semua penyelenggaraan reklame yang meliputi:

1. Reklame Papan atau *Billboard*

2. Reklame *Megatron, Videotron, Light Emitting Diode (LED)*
3. Reklame Layar
4. Reklame Melekat
5. Reklame Selebaran
6. Reklame Berjalan/Kendaraan
7. Reklame Udara
8. Reklame Slide atau Reklame Film
9. Reklame Peragaan
10. Reklame Teks Berjalan (*Running Text*)
11. Reklame Grafiti (*Graffiti*)
12. Reklame *Neon Box*

2.5 Prosedur Penyelenggaraan Reklame

Untuk membuat izin penyelenggaraan atau pemasangan reklame yang akan dipasang di suatu media tertentu di Dinas Perizinan. Adapun prosedurnya sebagai berikut:

1. Wajib Pajak yang akan menyelenggarakan atau memasang reklame harus membuat surat pernyataan dan data-data teknis terlebih dahulu yang berhubungan dengan reklame yang akan dipasang oleh wajib pajak.
2. Apabila data-data teknis sudah dibuat maka wajib pajak menyerahkan data-data teknis tersebut ke Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Bandung untuk didata dan diperiksa kelengkapannya.
3. Jika data-data tidak lengkap maka Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Bandung akan menolak permohonan pendirian reklame yang wajib pajak ajukan serta mengembalikan data-data yang telah diberikan.
4. Sebaliknya jika disetujui maka Dinas Perizinan akan memberikan tembusan ke Dinas Pendapatan Daerah Kota Bandung dengan menerbitkan Surat Izin Pendirian Reklame.

2.6 Tarif dan Pehitungan Pajak Reklame

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 02 Tahun (2010) tentang Pajak Reklame, dasar pengenaan pajak reklame ditentukan dari Nilai Sewa Reklame (NSR), Nilai Sewa Reklame yang selanjutnya disingkat NSR adalah dasar penetapan pajak yang diperoleh dengan cara menambahkan Nilai Jual

Objek Reklame (NJOR) dengan Nilai Strategis Pemasangan Reklame (NSPR).

$$\text{NSR} = \text{Nilai Jual Objek Reklame (NJOR)} + \text{Nilai Strategis Pemasangan Reklame (NSPR)}$$

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

Untuk semua objek reklame yang mempromosikan rokok dan minuman beralkohol sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku, dikenakan biaya tambahan sebesar 25% dari Nilai Sewa Reklame (NSR). Selain itu, reklame dipasang 2 muka atau sisi sehingga bisa dilihat dari arah berlawanan, maka dikenakan biaya tambahan sebesar 2x lipat dari jumlah reklame yang harus dibayar. Tarif Pajak Reklame ditetapkan sebesar 25%.

2.7 Penyetoran dan Pelaporan

Pajak yang terutang dilunasi selambat-lambatnya 30 hari sejak SKPD, SKPDKB, SKPDKBT, STPD, Surat Keputusan Keberatan dan Putusan Banding yang menyebabkan jumlah pajak yang harus dibayar bertambah.

3. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

3.1. Analisis Perizinan Reklame di Kota Bandung

Perizinan reklame di Kota Bandung sudah menggunakan *online* dengan cara Wajib Pajak mengajukan secara *online* untuk perizinan penyelenggaraan reklame kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Bandung beserta persyaratan-persyaratan yang telah dibuat. Selanjutnya Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Bandung akan mengirimkan orang untuk menyurvei tempat pendirian reklame, setelah disetujui maka akan diverifikasi lalu akan diberikan SKPD dan SSPD untuk membayar pajak reklame. Setelah itu Wajib Pajak harus membayar pajak ke BPPT melalui Bank BJB, setelah ada izin baru reklame boleh dipasang.

Sedangkan dalam praktik di E.Kost & Partner Konsultan Pajak, perizinan reklame dilaksanakan pada tahun 2015 sehingga perizinan reklame dilakukan secara *offline*.

3.2. Analisis Perhitungan, Penyetoran dan Pelaporan Pajak Reklame

Dalam melakukan proses kegiatan pelaporan pajak reklame E.Kost & Partner Konsultan Pajak sebagai pihak yang diberi wewenang dan kepercayaan oleh Wajib Pajak/kliennya mengisi SPTPD terlebih dahulu sebagai kelengkapan data dari hasil perhitungan pajak reklame yang telah dilakukan, kemudian SPTPD tersebut dilaporkan ke Dinas Pendapatan Daerah Kota Bandung, yang kemudian diterbitkan Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD) yang menentukan besaran jumlah pokok pajak reklame yang terutang atas wajib pajak.

Untuk perhitungan pajak reklame dengan kasus PT. DE Sudradjat yang memasang reklame dengan jenis *Billboard* yang berukuran dibawah 10m² dengan naskah Klinik Khitanan Paramedika dengan masa pajak 1 April 2015 s.d

- a. Nilai Strategis Pemasangan Reklame (NSPR)
- | | | |
|--------|------------|-------------------|
| 1. NFR | : 10 x 60% | = 6 |
| 2. NFJ | : 10 x 15% | = 1,5 |
| 3. NSP | : 4 x 25% | = <u>1</u> + |
| | | = 8,5 x Rp500.000 |
| | Jumlah | = Rp4.250.000 (A) |
- b. Nilai Jual Objek Reklame (NJOR)
- | | | |
|--|-------------|-----------------------|
| 1. Ukuran Reklame (2m ² x 3m ²) | x Rp750.000 | = Rp4.500.000 |
| 2. Ketinggian 6m ² | x | = <u>Rp 600.000</u> + |
| | | Rp100.000 |
| | Jumlah | = Rp5.100.000 (B) |
- Besaran Nilai Sewa Reklame (A+B)
- | | |
|---|-----------------|
| Pajak Reklame (25% xC) | = Rp2.337.500 |
| Pajak tambahan rokok/minuman beralkohol | = <u>Rp -</u> + |
| Jumlah yang harus dibayar | = Rp2.337.500 |
- Untuk 2 (dua) muka (2 x Rp2.337.500) = Rp4.675.000
- 31 Maret 2016 dengan jumlah pajak reklame terutang sebesar Rp4.675.000.

Berdasarkan analisis proses pelaporan pajak reklame ini E.Kost & Partner Konsultan Pajak sudah mengacu pada Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 02 Tahun 2010 tentang Pajak Reklame dan dilakukan sesuai dengan teori, yaitu untuk pelaporan pajak reklame setiap wajib pajak (WP) wajib mengisi SPTPD dengan benar, lengkap dan jelas dalam bahasa Indonesia dan menandatangani serta menyampakannya kepada Dinas Pendapatan Daerah Kota Bandung paling lama 15 hari setelah berakhirnya masa pajak. Jumlah atau nilai pajak yang terutang di dalam SPTPD harus sama dengan nilai pajak terutang yang tertera di dalam SKPD seperti SPTPD PT. DE Sudradjat untuk masa pajak 1 April 2015 – 30 November 2016 sebesar Rp4.675.000. PT. DE Sudradjat melaporkan SPTPDnya pada 12 April 2015.

Dalam melakukan proses kegiatan penyetoran pajak reklame E.Kost & Partner Konsultan Pajak sebagai pihak yang diberi wewenang dan kepercayaan oleh Wajib Pajak/kliennya menggunakan dan mengisi Surat Setoran Pajak Daerah (SSPD) untuk melakukan proses penyetoran pajak reklame yang terutang, SSPD disetorkan/dibayarkan paling lambat 30 hari setelah terutangnya pajak atau 30 hari setelah diterbitkannya SKPD. Pada kasus PT. DE Sudradjat, SKPD diterbitkan pada tanggal 27 Mei 2015 jadi PT. DE Sudradjat paling lambat menyetorkan pajak reklame terutangnya pada tanggal 26 Juni 2015.

Berdasarkan analisis disimpulkan bahwa proses penyetoran pajak reklame ini E.Kost & Partner Konsultan Pajak sudah mengacu pada Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 02 Tahun 2010 tentang Pajak Reklame dan dilakukan sesuai dengan proses penyetoran pajak reklame dilakukan selama satu bulan yang disetorkan ke Dinas Pendapatan Daerah Kota Bandung melalui Surat Setoran Pajak Daerah (SSPD) paling lambat 30 hari. SSPD dinyatakan sah telah dibayar apabila telah divalidasi dengan dengan kas register.

3.3. Analisis Hambatan Perhitungan, Penyetoran dan Pelaporan Pajak Reklame

Setelah analisis dari perhitungan, penyetoran dan pelaporan pajak reklame pada klien E.Kos & Partner Konsultan Pajak, hambatan yang dialami dalam melakukan

kegiatan perhitungan, penyetoran dan pelaporan pajak reklame adalah:

1. Hambatan yang dialami dalam perhitungan pajak reklame adalah banyaknya variabel dalam perhitungan menyebabkan perhitungan sedikit rumit.
2. Sedangkan untuk pelaporan, hambatan yang dialami adalah belum tersedianya pelayanan pelaporan SPTPD Pajak Reklame secara online.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan data, diperoleh kesimpulan dari penelitian mengenai Tinjauan Perhitungan, Penyetoran dan Pelaporan Pajak Reklame pada Klien E.Kos & Partner Konsultan Pajak Bandung sebagai berikut:

1. Permohonan izin penyelenggaraan reklame di Kota Bandung dapat dilakukan secara *online* maupun *offline*. Namun pada kasus PT. DE Sudradjat yaitu sebagai klien E.Kos & Partner Konsultan Pajak Bandung perizinan penyelenggaraan reklame masih dilakukan secara *offline*.
2. Perhitungan, penyetoran, dan pelaporan pajak reklame yang dilakukan oleh E.Kos & Partner Konsultan Pajak telah sesuai dengan Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 02 Tahun 2010 tentang Pajak Reklame.
3. Hambatan pada perhitungan pajak reklame adalah banyaknya variabel yang membuat perhitungan menjadi sedikit rumit dan perhitungan masih dilakukan dengan cara manual, sedangkan untuk pelaporan pajak reklame adalah tidak tersedianya layanan pelaporan pajak reklame secara *online* terlebih dalam kondisi pandemi seperti saat ini.

4.2. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan sehubungan dengan penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Perhitungan pajak reklame di E.Kos & Partner Konsultan Pajak masih menggunakan cara manual, sebaiknya

perhitungan menggunakan sistem yang terkomputerisasi agar lebih mudah dalam menentukan besaran pajak terutang. Dan ketika sudah memakai sistem yang terkomputerisasi sebaiknya E.Kos & Partner Konsultan Pajak memiliki *database* yang dapat menyimpan semua data perhitungan pajak reklame.

2. Sebaiknya pemerintah daerah membuat situs pelaporan pajak reklame berbasis online seperti pajak daerah lainnya agar memudahkan wajib pajak dalam menyelesaikan urusan perpajakannya.

DAFTAR PUSTAKA

Jumaiyah, & Wahidullah, A. (2020). *Pajak Penghasilan Teori, Kasus dan Praktik*. Yogyakarta: LAUTAN PUSTAKA.

Mardiasmo. (2018). *Perpajakan*. Yogyakarta: CV. ANDI.

Pemerintah Kota Bandung. (2010). Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 02 Tahun 2010 tentang Pajak Reklame. Bandung: Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kota Bandung.

Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 04 Tahun 2012. (2012). Penyelenggaraan Reklame. Bandung: Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kota Bandung.

Peraturan Wali Kota Bandung Nomor 217 Tahun 2018. (2018). Petunjuk Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame. Bandung: Wali Kota Bandung.

Peraturan Wali Kota Bandung Nomor 727 Tahun 2018. (2018). Perubahan Atas Peraturan Wali Kota Bandung Nomor 239 Tahun 2017 Tentang Tata Cara Pemungutan Pajak Reklame. Bandung: Wali Kota Bandung.

Prabandaru, A. (2018). Serba-Serbi Pajak Daerah: Pengertian, Fungsi, Jenis dan Kriteria. Diambil 26 April 2021, dari https://klikpajak.id/blog/bayar-pajak/pengertian-pajak-daerah/#Pengertian_Pajak_Daerah.

Ratnawati, J., & Hernawati, R. I. (2015). *Dasar-Dasar Perpajakan*. Yogyakarta:

Deepublish.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007. (2007). Perubahan Ketiga Atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum Dan Tata Cara Perpajakan. Jakarta: Dewan Perwakilan Rakyat Indonesia.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009. (2009). Pajak Daerah Dan Retribusi Daerah. Jakarta: Dewan Perwakilan Rakyat Indonesia.