

**PEMUNGUTAN PAJAK REKLAME DI KOTA  
SAMARINDA OLEH DINAS PENDAPATAN DAERAH  
KOTA SAMARINDA TAHUN 2009-2012**

**Nor Ramadhania**

**eJournal Administrasi Negara  
Volume 2, Nomor 1, 2014**

## HALAMAN PERSETUJUAN PENERBITAN ARTIKEL EJOURNAL

Artikel eJournal dengan identitas sebagai berikut:

Judul : Pemungutan Pajak Reklame di Kota Samarinda oleh Dinas  
Pendapatan Daerah Kota Samarinda Tahun 2009-2012

Pengarang : Nor Ramadhania

NIM : 0702015077

Program Studi : Administrasi Negara

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

telah diperiksa dan disetujui untuk dionlinekan di eJournal Program Studi  
Administrasi Negara Fisip Unmul.

Samarinda, 25 Februari 2014

**Pembimbing I,**

**Pembimbing II,**

**Dr. Anthonius Margono, M.Si**  
**NIP. 19561202 198103 100 1**

**Jauchar B., S.IP., M.Si**  
**NIP. 19770108 200604 1 001**

---

*Bagian di bawah ini*  
**DIISI OLEH PROGRAM STUDI**

Identitas terbitan untuk artikel di atas

<b>Nama Terbitan</b> : eJournal Ilmu Administrasi Negara	<b>Ketua</b> <b>Program Studi Adm. Negara</b>
<b>Volume</b> : 2	
<b>Nomor</b> : 1	
<b>Tahun</b> : 2014	
<b>Halaman</b> : 169 – 183	<b><u>Drs. M. Z. Arifin, M.Si</u></b> <b>NIP.19570606 198203 1 025</b>

## **PEMUNGUTAN PAJAK REKLAME DI KOTA SAMARINDA OLEH DINAS PENDAPATAN KOTA SAMARINDA TAHUN 2009-2012**

**Nor Ramadhania<sup>1</sup>**

### ***Abstrak***

*Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pelaksanaan pemungutan pajak reklame di Kota Samarinda oleh Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda tahun 2009-2012. Serta menggambarkan dan mendeskripsikan pemungutan pajak reklame di Kota Samarinda. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian Diskriptif kualitatif pengumpulan data diperoleh dalam bentuk data primer, data diperoleh secara langsung dari narasumber (informan). Dalam penentuan informan peneliti menggunakan purposive sampling yaitu pegawai Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda serta pelaku usaha yang menyelenggarakan reklame. Key informan menggunakan teknik purposive sampling dimana informasi atau data yang dikumpulkan dengan memilih informan yang dianggap berkompeten untuk menjadi sumber data, yaitu Kepala Sub Bagian Umum Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda. Penelitian ini dipusatkan pada proses pemungutan pajak reklame mulai dari penghimpunan data subjek dan objek pajak reklame, penentuan besarnya pajak reklame yang terutang, penagihan pajak reklame yang terutang sampai dengan pengawasan pajak reklame di kota Samarinda dan kendala pemungutan pajak reklame di kota Samarinda. Dari hasil penelitian di ketahui bahwa pelaksanaan pemungutan pajak reklame di Kota Samarinda sudah berjalan sebagaimana mestinya. Dari pelaksanaan pemungutan pajak reklame di kota Samarinda ada beberapa kendala yang di hadapi, diantaranya wajib pajak yang mendaftarkan reklamenya mencantumkan alamat yang kurang jelas serta terkadang juga tidak ada laporan dari wajib pajak jika wajib pajak pindah alamat. Adapula kendala dalam proses pengawasan yang dilakukan Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda yakni kurang memadainya sarana dan prasarana termasuk dana dan transportasi bagi petugas pelaksana pengawasan, yang tidak sebanding dengan tingginya tingkat pelanggaran penyelenggaraan reklame. Kemudian dari proses penagihan yang dilakukan petugas Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda ternyata masih banyak penunggakan pembayaran pajak oleh wajib pajak reklame.*

***Kata Kunci*** : pemungutan, pajak, reklame

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program S1 Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: nia\_an07@yahoo.com

## **Pendahuluan**

### ***Latar Belakang***

Pada saat ini Bangsa Indonesia memasuki era baru dalam kehidupan berbangsa dan bernegara, yaitu era otonomi daerah, dengan berlakunya Undang-Undang No. 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah yang telah direvisi menjadi Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah dan Undang-Undang No. 25 Tahun 1999 tentang Perimbangan Keuangan Pusat dan Daerah yang direvisi menjadi Undang-Undang No. 33 tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Pusat dan Daerah.

Undang-Undang tersebut memberikan wewenang kepada pemerintah daerah untuk menjalankan rumah tangganya dan melaksanakan pembangunan. Pembangunan merupakan kegiatan yang berkesinambungan dengan tujuan utamanya yaitu untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam mewujudkan tujuan tersebut perlu memperhatikan masalah pembiayaan pembangunan. Pembangunan dapat dilaksanakan dengan lancar apabila ada sumber dana yang mendukung.

Salah satu sumber pembiayaan utama bagi terlaksananya pembangunan, khususnya pembangunan daerah yaitu penerimaan yang berasal dari Pendapatan Asli Daerah (PAD). Sumber dari Pendapatan Asli Daerah (PAD) ialah Pajak, Retribusi, hasil laba Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), penerimaan-penerimaan lain yang sah dan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Pajak dalam hal ini memiliki peranan penting bagi terlaksananya pembangunan, sehingga dalam pelaksanaan pemungutan pajaknya harus dijalankan dengan sebaik-baiknya melalui sistem perpajakan daerah yang memadai. Melalui sistem tersebut diharapkan pembangunan nasional yang bersumber dari sektor pajak dapat dimaksimalkan penggunaannya untuk kepentingan bersama.

Pemasukan dari pajak diharapkan terus ditingkatkan salah satunya dengan mengadakan kebijakan-kebijakan baru seperti ekstensifikasi dan intensifikasi. Ekstensifikasi perpajakan dilaksanakan dengan cara meningkatkan jumlah pajak dan objek pajak sedangkan intensifikasi perpajakan dilaksanakan dengan berorientasi pada peningkatan kepatuhan dan kesadaran wajib pajak dimana pemerintah mengadakan penyuluhan langsung kepada masyarakat. Dengan banyaknya perusahaan baru yang muncul dan perusahaan lama yang ada diharapkan pemasukan dari pajak dapat meningkat.

Sumber pendapatan asli daerah Kota Samarinda yang potensial terdapat pada penerimaan pajak, salah satu penerimaan pajak daerah yang potensial untuk dikembangkan yaitu pajak reklame. Seiring dengan era komunikasi yang berkembang pesat di Kota Samarinda ini, banyak perusahaan-perusahaan yang memanfaatkan reklame sebagai sarana dalam memasarkan beragam produk yang mereka tawarkan.

Dari data objek pajak reklame pada tahun 2009 Jumlah objek pajak untuk reklame permanen yaitu 4.442 yang kemudian menurun menjadi 4.042 pada tahun

2010, kemudian pada tahun 2011 jumlah objek pajak reklame permanen mengalami penurunan yang sangat signifikan yaitu sekitar 25 % diangka 3.103, ditahun selanjutnya yaitu 2012 mengalami peningkatan sekitar 20 objek pajak reklame diangka 3.123. Selanjutnya untuk reklame insidentil pada tahun 2009 sampai dengan 2012 mengalami penurunan jumlah objek pajak reklame dan penurunan yang paling tinggi mencapai 50% . Jika dilihat dari data tersebut diatas terlihat sekali penurunan jumlah objek pajak reklame baik permanen maupun insidentil pada tahun 2009 sampai 2012.

Penurunan jumlah objek pajak reklame seperti yang dijabarkan pada alenia sebelumnya diikuti juga dengan penurunan realisasi penerimaan pajak reklame di kota Samarinda yang terjadi pada tahun 2009 sampai 2011 dimana pada tahun 2009 prosentase untuk realisaasi pajak reklame yaitu 93,49% dari target 3.550.000.000, kemudian pada tahun 2010 realisasi penerimaan pajak reklame mengalami penurunan sebesar 12,46% dari target 3.650.000.000 selanjutnya pada tahun 2011 target penerimaan pajak reklame masih sama seperti tahun sebelumnya hanya saja realisasi penerimaannya mengalami penurunan kembali pada angka 16,98%. Tetapi pada tahun 2011 target penerimaan reklame megalami peningkatan yang sangat signifikan yaitu 5.000.000.000 dengan prosentase realisasi penerimaan sebesar 108,34%.

Jika dilihat dari dua data tersebut diatas, data objek pajak reklame dengan data target realisasi tidak relevan dimana pada tahun 2009 objek pajak reklame baik permanen maupun insidentil lebih besar dibandingkan tahun 2012 tetapi realisasi penerimaan pajaknya kurang dari 100%, sedangkan pada tahun terakhir yaitu tahun 2012 objek pajaknya lebih rendah dari tahun 2009 tetapi realisasi penerimaannya melebihi 100%

Selain permasalahan objek pajak serta target dan realisasi yang telah diterangkan sebelumnya, dari hasil observasi yang dilakukan juga masih ditemukan adanya pelanggaran penyelenggaraan reklame seperti penempatan reklame pada daerah yang dilarang oleh pemerintah yaitu penempatan reklame selebaran yang ditempelkan pada tembok dan tiang listrik dan reklame kain yang ditempelkan pada pohon. Pelanggaran penyelenggaraan reklame liar yang tidak berijin tersebut dapat menghambat pemerintah dalam hal ini Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda dalam proses pemungutan pajak reklame.

Berdasarkan uraian tersebut penulis tertarik mengadakan penelitian tentang pajak reklame, salah satu pajak daerah yang diharapkan dapat memberikan andil yang besar dalam peningkatan Pendapatan Asli Daerah sehingga dapat mensukseskan pembangunan daerah. Dengan alasan tersebut penulis mengadakan penelitian dengan judul ” **Studi Tentang Pemungutan Pajak Reklame di Kota Samarinda oleh Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda Tahun 2009-2012**”

### ***Perumusan Masalah***

1. Bagaimana pelaksanaan pemungutan pajak reklame di Kota Samarinda oleh Dinas Pendapatan daerah Kota Samarinda tahun 2009-2012?
2. Apa saja yang menjadi kendala pelaksanaan pemungutan Pajak Reklame di Kota Samarinda oleh Dinas Pendapatan daerah Kota Samarinda tahun 2009-2012?

### ***Tujuan Penelitian***

1. Untuk mengetahui pelaksanaan pemungutan pajak reklame di Kota Samarinda oleh Dinas Pendapatan daerah Kota Samarinda tahun 2009-2012.
2. Untuk mengetahui kendala dalam pelaksanaan pemungutan pajak reklame di Kota Samarinda oleh Dinas Pendapatan daerah Kota Samarinda tahun 2009-2012.

### **Kerangka Dasar Teori**

#### ***Pajak***

Pajak merupakan sumber penerimaan negara yang sangat penting dalam menopang pembiayaan pembangunan yang bersumber dari dalam negeri. Besar kecilnya penerimaan pajak akan mempengaruhi kapasitas anggaran negara dalam membiayai pengeluaran negara baik dalam pembiayaan pembangunan maupun pembiayaan rutin pemerintah lainnya. Definisi pajak memiliki dimensi yang berbeda-beda. Menurut Mangkoesobroto (1998:181) pajak adalah suatu pungutan yang merupakan hak prerogatif pemerintah, pungutan tersebut didasarkan pada Undang-Undang, Pemungutannya dapat dipaksakan kepada subjek pajak dimana tidak ada balas jasa yang langsung dapat ditunjukkan penggunaannya. Selanjutnya dikemukakan oleh J. A. Adriani dalam Zain (2007:10) pajak adalah iuran masyarakat kepada Negara (yang dapat dipaksakan) yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan umum (Undang-Undang) dengan tidak mendapat prestasi kembali yang langsung dapat ditunjuk dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum berhubung tugas Negara untuk menyelenggarakan pemerintahan. Adapun definisi lainnya menurut Rochmat Soemitro dalam Marsyahrul (2005:2) yakni pajak adalah iuran rakyat kepada kas Negara berdasarkan Undang-Undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum.

#### ***Pajak Daerah***

Menurut Zain (2007:13) Pajak daerah 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 membiayai penyelenggaraan pemerintahan daerah dan pembangunan daerah. Sama seperti yang diungkapkan oleh Karmila (2008:57) dimana Pajak daerah 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 membiayai penyelenggaraan pemerintahan daerah dan pembangunan daerah.

Adapun jenis pajak yang dipungut pemerintah daerah yang terbagi menjadi pajak provisi dan pajak kabupaten/Kota.

Jenis Pajak provinsi terdiri atas:

1. Pajak Kendaraan Bermotor
2. Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor
3. Pajak Air Permukaan
4. Pajak Rokok

Jenis Pajak Kabupaten/Kota terdiri atas:

1. Pajak Hotel
2. Pajak Restoran
3. Pajak Hiburan
4. Pajak Reklame
5. Pajak Penerangan Jalan
6. Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan
7. Pajak Parkir
8. Pajak Air Tanah
9. Pajak Sarang Burung Walet
10. Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan
11. Bea Perolehan Hak Atas Tanah dan Bangunan

### ***Pajak Reklame***

Karmila (2008:60) menjelaskan bahwa Reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang menurut bentuk susunan 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, ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau dapat dilihat, dibaca dan atau didengar dari suatu tempat oleh umum kecuali yang dilakukan oleh pemerintah. Menurut Siahaan (2006:323) Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame

### ***Pemungutan Pajak Reklame***

Dalam Peraturan Daerah Kota Samarinda Nomor 04 Tahun 2011 tentang Pajak Daerah Pasal 1 Angka 49 menyatakan bahwa Pemungutan adalah Suatu rangkaian kegiatan mulai dari penghimpunan data objek dan subjek pajak atau retribusi, penentuan besarnya pajak atau retribusi, yang terutang sampai kegiatan penagihan pajak atau retribusi kepada wajib pajak atau wajib retribusi serta pengawasan penyeterannya.

Dari pembahasan tersebut diatas maka pemungutan pajak reklame

merupakan suatu rangkaian kegiatan yang dimulai dari :

1. Penghimpunan data objek dan subjek pajak reklame
2. Penentuan besarnya pajak reklame yang terutang
3. Penagihan pajak reklame kepada wajib pajak reklame
4. Pengawasan penyeteroran pajak reklame

Menurut Siahaan (2006:70) Dalam pelaksanaannya, pemungutan pajak daerah tidak dapat diborongkan. Artinya seluruh proses kegiatan pemungutan pajak tidak dapat diserahkan kepada pihak ketiga. Walaupun demikian dimungkinkan adanya kerja sama dengan pihak ketiga dalam proses pemungutan pajak, antara lain pencetakan formulir perpajakan, pengiriman surat-surat kepada wajib pajak, atau penghimpunan data objek dan subjek pajak. Kegiatan yang tidak dapat dikerjasamakan dengan pihak ketiga adalah kegiatan perhitungan besarnya pajak yang terutang, pengawasan penyeteroran pajak, dan penagihan pajak.

Adapun tata cara penyelenggaraan reklame sesuai Peraturan Walikota Samarinda No. 16 Tahun 2007 tentang tata cara penyelenggaraan reklame yaitu

a. Syarat Penempatan Reklame

1. Tidak mengganggu keamanan dan ketertiban umum
2. Tidak mengganggu lalu lintas umum baik keamanan pejalan kaki maupun kelancaran lalu lintas kendaraan (khusus balon udara, pesawat udara dari dan ke landasan temindung).
3. Tidak mengganggu keindahan, kebersihan dan kesehatan lingkungan.
4. Tidak mengganggu fungsi dan merusak konstruksi sarana dan prasarana kota serta tidak mengganggu pemeliharannya.
5. Konstruksi reklame dapat dipertanggungjawabkan menurut persyaratan teknis yang di tentukan.

Selain syarat penempatan reklame adapula larangan penempatan reklame diantaranya

1. Dilarang menempatkan spanduk, baner, dan umbul-umbul pada tiang listrik, *traffic light*, telepon atau penerangan jalan umum, pohon, pagar taman, dan pembatas jalan.
2. Dilarang menempatkan atau memasang reklame selebaran pada tembok, pagar, tiang listrik, tiang telepon dan sejenisnya.

### ***Dasar Pengenaan , Tarif, dan Cara Perhitungan Pajak Reklame***

Dasar pengenaan Pajak Reklame adalah nilai sewa reklame (NSR), yaitu nilai yang ditetapkan sebagai dasar perhitungan penetapan besarnya Pajak Reklame. NSR diperhitungkan dengan memerhatikan lokasi penempatan, jenis, jangka waktu penyelenggaraan, dan ukuran media reklame. NSR dihitung berdasarkan:

- a. besarnya biaya pemasangan reklame
- b. besarnya biaya pemeliharaan reklame
- c. lama pemasangan reklame
- d. nilai strategis reklame



e. jenis reklame

Menurut Siahaan (2006:329) nilai sewa reklame dihitung dengan rumus:

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

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, kontruksi, instalasi listrik, pembayaran ongkos perakitan, pemancaran,, peragaan, penayangan, pengecatan, sampai dengan bangunan reklame selesai dipancarkan, dipergakan, ditayangkan dan atau terpasang ditempat yang telah diizinkan.

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

- a. biaya pembuatan/konstruksi
- b. biaya pemeliharaan
- c. biaya pemasangan
- d. jenis reklame
- e. luas bidang reklame
- f. ketinggian reklame

Menurut Siahaan (2006:329) besarnya NJOR dihitung dengan rumus:

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

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 indikator: nilai fungsi ruang (NFR) lokasi pemasangan; nilai fungsi jalan (NFJ); dan nilai sudut pandang (NSP).

Menurut Siahaan (2006:330) besarnya NSPR dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

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

- a. reklame yang mempunyai bingkai atau batas, dihitung dari bingkai atau batas paling luar dimana seluruh gambar, kalimat, atau huruf huruf tersebut berada didalamnya.
- 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 berdasakan bentuk benda masing-masing reklame.

### ***Subjek Pajak dan Objek Pajak Reklame***

Pada Pajak Reklame, subjek pajak adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan atau melakukan pemesanan reklame. Sementara itu, wajib pajak adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame. Jika reklame dilaksanakan langsung oleh orang pribadi atau badan yang memanfaatkan reklame untuk kepentingan sendiri, wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau badan tersebut. Apabila penyelenggaraan reklame dilaksanakan melalui pihak ketiga, misalnya perusahaan jasa periklanan, pihak ketiga tersebut menjadi wajib pajak reklame. Adapun menurut Peraturan Daerah Kota Samarinda No. 04 Tahun 2011 pasal 19 disebutkan bahwa subjek pajak reklame adalah orang pribadi atau Badan yang menggunakan reklame, selanjutnya pada pasal tersebut dijelaskan bahwa wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau Badan yang menyelenggarakan reklame.

Dalam menjalankan kewajiban perpajakan, wajib pajak dapat diwakili oleh pihak tertentu yang diperkenankan oleh Undang-Undang dan peraturan daerah tentang Pajak Reklame.

### **Metode Penelitian**

#### ***Jenis Penelitian***

Penelitian ini menggunakan analisis *kualitatif* dengan metode penjabaran *deskriptif* untuk mengetahui fakta-fakta dan sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki, tanpa suatu maksud mengambil kesimpulan yang berlaku umum (Riduwan 2006: 207) yaitu tentang studi yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau memberikan penjelasan tentang peristiwa atau kejadian yang sedang berlangsung pada saat penelitian tanpa menghiraukan sebelum dan sesudahnya. Dalam hal ini adalah memberikan gambaran tentang pemungutan pajak reklame di Kota Samarinda oleh Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda

#### ***Lokasi Penelitian***

Lokasi dalam penelitian yang dilakukan adalah Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda

#### ***Fokus Penelitian***

1. Pemungutan Pajak Reklame di Kota Samarinda
  - a) Penghimpunan data objek dan subjek pajak reklame di Kota Samarinda
  - b) Penentuan besarnya pajak reklame yang terutang di Kota Samarinda
  - c) Penagihan pajak reklame terutang kepada wajib pajak reklame di Kota Samarinda
  - d) Pengawasan penyeteroran pajak reklame di Kota Samarinda
2. Kendala dalam pelaksanaan pemungutan pajak reklame di Kota Samarinda

### ***Sumber Data***

1. Data primer
2. Data sekunder :
  - a. Dokumen, profil, arsip, laporan, evaluasi
  - b. Buku ilmiah

Dalam penelitian ini penelitian narasumber dilakukan melalui *Teknik purposive sampling*. Orang yang menjadi *key informan* dalam penggunaan teknik ini adalah Kepala Sub Bagian Umum Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda dan informan dengan menggunakan *Teknik Purposive Sampling* yang terdiri dari Kasi Pendaftaran dan Pendataan Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda, Kasi Verifikasi dan Penetapan Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda, Kasi Penagihan Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda, Kasi Pengendalian dan Evaluasi Wajib Pajak Reklame.

### ***Teknik Pengumpulan Data***

1. Penelitian kepustakaan (*Library research*)
2. Penelitian lapangan (*Field work research*)
  - a. Observasi
  - b. Wawancara
  - c. Studi Dokumen dan Dokumentasi

### ***Analisis Data***

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data model interaktif yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman :

1. Pengumpulan data
2. Penyederhanaan data (*Data Reduction*)
3. Penyajian data (*Data Display*)
4. Penarikan kesimpulan (*Conclusion Drawing*)

### ***Hasil Penelitian***

#### ***Penghimpunan Data Subjek dan Objek Pajak Reklame***

Penghimpunan data objek dan subjek pajak reklame merupakan awal dari rangkaian kegiatan pelaksanaan pemungutan pajak reklame di Kota Samarinda. Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda yang menjadi unsur penyelenggara pelaksanaan pemungutan pajak reklame melakukan kegiatan pendataan objek pajak reklame yang diawali dengan mengumpulkan data objek dan subjek pajak reklame, didalam mengumpulkan data objek dan subjek pajak reklame tersebut dilakukan juga pendaftaran objek dan subjek pajak reklame dimana wajib pajak reklame secara langsung datang ke Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda untuk melakukan proses pendaftaran, selain itu juga pegawai Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda mendata secara langsung pajak reklame yang belum didaftarkan. Kegiatan yang selanjutnya dilakukan yaitu memberikan formulir pendaftaran bagi wajib pajak, formulir pendaftaran tersebut diisi dengan lengkap

oleh wajib pajak reklame. Data yang ada dalam formulir pendaftaran tersebut dimasukkan ke dalam Daftar Induk Wajib Pajak berdasarkan nomor urut untuk digunakan sebagai dasar penerbitan NPWPD (Nomor Pokok Wajib Pajak Daerah).

Setelah memiliki NPWPD wajib pajak diwajibkan melaporkan perhitungan dan pembayaran pajak reklame yang tertuang dalam SPTPD ( Surat Pemberitahuan Pajak Daerah) Pajak Reklame dengan jelas, lengkap dan benar yang telah ditanda tangani oleh wajib pajak atau yang telah dikuasakan, dan kemudian disampaikan lagi kepada Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda. Adapun batas penyampaian SPTPD selambat-lambatnya 15 hari setelah masa pajak berakhir.

Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda telah memberikan pelayanan sesuai dengan aturan yang ada kepada wajib pajak reklame, termasuk mendaftarkan langsung ketempat wajib pajak yang belum mendaftarkan pajak reklame sebagai upaya ekstenifikasi perpajakan. Tetapi dilihat dari data jumlah objek pajak reklame tahun 2009-2012, jumlah objek pajak reklame mengalami penurunan dimana pada tahun 2009 jumlah objek pajak reklame permanen 4.442 dan menurun pada tahun 2012 sebanyak 1.319 dengan jumlah 3.123 begitu pula dengan objek pajak reklame insidental dimana pada tahun 2009 berjumlah 581 dan menurun pada tahun 2012 sebanyak 271 dengan jumlah 310. Hal ini berbanding terbalik dengan kenyataan dilapangan dimana semakin maraknya penyelenggaraan reklame bahkan dengan berkembangnya teknologi ada beberapa reklame yang sudah menggunakan videotron.

### ***Penentuan Besarnya Pajak Reklame yang Terutang di Kota Samarinda***

Proses pelaksanaan pemungutan pajak reklame selanjutnya setelah pendataan subjek dan objek pajak reklame yaitu menentukan besarnya pajak reklame yang terutang di Kota Samarinda. Penetapan besarnya pajak reklame terutang dalam SKPD (Surat Ketetapan Pajak Daerah). SKPD tersebut dapat diketahui setelah SPTPD (Surat Pemberitahuan Pajak Daerah) disampaikan oleh wajib pajak. Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda sebagai unsur penyelenggara pemungutan pajak reklame menggunakan pedoman berupa Peraturan Walikota Samarinda Nomor 44 tahun 2011 tentang Tata Cara Perhitungan dan Penetapan Nilai Sewa Reklame dalam Wilayah Kota Samarinda.

Peraturan tersebut memperkuat konsep yang dijabarkan Karmila (4:2008) mengenai sifat pajak dimana pajak dipungut pemerintah oleh Undang-Undang artinya adanya Undang-Undang yang mengatur pajak akan mempermudah dalam pemungutan pajak dan memberikan kepastian hukum bagi penanggung pajak. Dari konsep yang dijabarkan Karmila tersebut menunjukkan bahwa dengan adanya Undang-Undang yang mengatur pajak reklame tersebut dapat membantu pihak Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda untuk melaksanakan kegiatan pemungutan pajak reklame di Kota Samarinda secara terarah serta menjamin kepastian hukum bagi wajib pajak reklame.

Didalam Peraturan Walikota tersebut terdapat beberapa perhitungan indikator nilai strategis lokasi, ukuran atau satuan media reklame, batas atau masa frekuensi dan harga satuan reklame serta cara perhitungan pajak reklame yang terutang baik permanen dan insidentil.

Pajak reklame terutang merupakan hasil dari 25% (tarif pajak reklame sesuai peraturan) di kali dengan nilai sewa reklame. Selanjutnya nilai sewa reklame merupakan hasil kali dari nilai strategis pajak reklame, ukuran reklame, jangka waktu pemasangan dan harga satuan reklame. Kemudian Nilai Strategis Pajak reklame didapat dari hasil kali dari nilai kawasan kelas (berdasarkan indeks), sudut pandang (berdasarkan indeks), lebar jalan (berdasarkan indeks), ketinggian dari permukaan tanah (berdasarkan indeks).

Perhitungan pajak reklame tersebut sesuai dengan teori kepentingan yang dijelaskan oleh Mardiasmo (3:2009) yaitu semakin besar kepentingan seseorang terhadap Negara (Daerah), maka makin tinggi pajak yang harus dibayar. Begitu pula pajak reklame, semakin besar dan strategisnya reklame yang diselenggarakan maka semakin besar juga pajak reklame yang harus dibayarkan.

Setelah ditemui hasil dari pajak reklame yang terutang, Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda mengeluarkan Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD). Wajib pajak yang telah menerima SKPD diberikan jangka waktu pembayaran selama 30 hari, Jika dalam 30 hari tersebut wajib pajak tidak membayarkan pajak reklame maka selanjutnya dilakukan proses penagihan pajak reklame terutang oleh Bidang Penagihan Dinas Pendapatan Kota Samarinda .

### ***Penagihan Pajak Reklame kepada Wajib Pajak Reklame di Kota Samarinda***

Dinas Pendapatan Daerah melaksanakan penagihan pajak reklame kepada wajib pajak reklame dengan STPD (Surat Tagihan Pajak Daerah) apabila SKPD tidak ditanggapi oleh wajib pajak reklame atau pajak reklame yang terutang tidak dibayarkan setelah 30 hari masa jatuh tempo. Jika setelah STPD di terima wajib pajak tetapi wajib pajak tetap tidak membayar pajak reklame selama 7 hari setelah jatuh tempo maka Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda memberikan teguran kepada wajib pajak. Pemberian teguran dilakukan sebanyak 3 kali yaitu teguran pertama, kedua dan ketiga. Pemberian teguran tersebut dilakukan dalam jangka waktu 3 bulan sejak pembinaan teguran pertama maupun teguran kedua.

Kegiatan penagihan yang dilakukan oleh Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda tidak berhenti sampai teguran saja, karena apabila teguran yang diberikan kepada wajib pajak tersebut tidak di tanggapi atau tetap tidak membayar pajak reklame maka Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda mengambil tindakan tegas dengan menerbitkan surat paksa. Dengan terbitnya surat paksa tersebut Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda berhak melakukan tindakan penyitaan, pencegahan, dan penyanderaan yang bekerja sama dengan Satuan Polisi Pamong Praja Kota Samarinda, jika wajib pajak tetap tidak melunasi pajak reklame yang terutang.

Tindakan tegas berupa paksaan tersebut memperkuat konsep yang di jabarkan oleh Karmila (2008:4) mengenai sifat-sifat pajak yaitu pajak dapat dipaksakan, artinya bagi pembayar pajak yang tidak memenuhi kewajibannya sampai tanggal jatuh tempo bisa dikenai sanksi. Dengan sifat pajak yang dapat dipaksakan serta pengenaan sanksi tersebut maka Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda berharap agar wajib pajak bisa patuh dalam membayarkan pajaknya sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Hal ini juga dapat menjamin kas Negara tidak akan habis. Pernyataan penulis sejalan dengan penjelasan Siahaan (2005:7) yang menyatakan bahwa pajak adalah pembayaran wajib yang dikenakan berdasarkan undang-undang yang tidak dapat dihindari bagi yang berkewajiban dan bagi mereka yang tidak mau membayar pajak dapat dilakukan paksaan. Dengan demikian, akan terjamin bahwa kas Negara selalu berisi uang pajak.

Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda telah melakukan upaya terbaik dengan melaksanakan pola penagihan proaktif langsung kepada wajib pajak dengan memberikan Surat Ketetapan Pajak Daerah maupun Surat Tagihan Pajak Daerah langsung kepada wajib pajak reklame. Namun seiring dengan upaya Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda melalui pola penagihan proaktif langsung tersebut ternyata masih banyak terjadi penunggakan pembayaran pajak oleh wajib pajak reklame.

### ***Pengawasan Penyetoran Pajak Reklame di Kota Samarinda***

Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda memiliki sistem kontrol perpajakan berupa pengawasan penyetoran pajak reklame. Sistem kontrol perpajakan yang digunakan oleh Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda merujuk pada Peraturan Walikota Nomor 09 Tahun 2011 tentang Tata Cara Pemeriksaan. Didalam pengawasan penyetoran pajak reklame Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda melakukan berbagai kegiatan pemeriksaan, pemeriksaan tersebut dilakukan melalui identifikasi masalah yang timbul akibat penyetoran pajak reklame. Dalam identifikasi tersebut Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda mengkaji beberapa dokumen penting yang berkaitan dengan objek pajak reklame yang telah di laporkan kepada Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda.

Dalam proses pemeriksaan tersebut Pegawai Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda dilengkapi tanda pengenal pemeriksa dan surat perintah pemeriksaan serta harus memperlihatkannya kepada wajib pajak yang diperiksa.

Proses pengawasan ini dilakukan oleh Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda pada Seksi Pengendalian dan Evaluasi dimana pejabat yang ditunjuk tersebut harus memiliki kriteria khusus yakni memiliki keterampilan dalam pengawasan dan bekal pendidikan teknis mengenai pengawasan.

Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda sampai saat ini telah berupaya sebaik mungkin dalam melaksanakan pengawasan dengan memberikan pendidikan dan pelatihan bagi pegawai pelaksana pengawasan agar pegawai

tersebut dapat menganalisis suatu masalah dengan baik.

### ***Kendala dalam melaksanakan Pemungutan Pajak Reklame di Kota Samarinda***

Sebagai lembaga yang bergerak dalam bidang pengelolaan keuangan sekaligus sebagai teknis Pemerintah Kota Samarinda yang bertugas membina dan mengembangkan berbagai jenis sumber pendapatan di Kota Samarinda termasuk dari penerimaan pajak reklame. Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda dalam proses pelaksanaan pemungutan pajak reklame tidak terlepas dari berbagai permasalahan.

Dari data target dan realisasi pajak reklame tahun 2009-2011 diketahui realisasi pajak reklame terus mengalami penurunan yaitu pada tahun 2009 prosentase realisasinya 93,49%, kemudian pada tahun 2011 hanya 83,02% namun realisasi pajak reklame tahun 2012 melebihi target yaitu 108,34% padahal objek pajak reklame tahun 2012 lebih kecil dari tahun 2009 dimana tahun 2009 jumlah objek pajak reklame permanen dan insidental 5.023 sedangkan 2012 hanya 3.433. Tidak tercapainya target pajak reklame pada tahun 2009-2011 tersebut dikarenakan perubahan perwali dimana terjadi perubahan dalam perhitungan pajak dan hal tersebut menjadi kendala yang dihadapi Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda dalam proses pemungutan pajak reklame

Permasalahan yang dihadapi Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda lainnya dalam pelaksanaan pemungutan pajak reklame adalah hal-hal yang lebih banyak menyangkut kesadaran masyarakat dalam mendaftarkan objek pajak reklame dimana masih banyak reklame yang belum terdaftar setelah pegawai mengevaluasi langsung ke lapangan. Selain kesadaran masyarakat dalam mendaftarkan penyelenggaraan reklame tersebut, permasalahan dalam pendataan yaitu wajib pajak yang tidak mencantumkan alamat secara lengkap bahkan terkadang juga tidak ada laporan dari wajib pajak jika wajib pajak pindah alamat sehingga menyulitkan petugas Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda dalam melakukan penagihan.

Adapula permasalahan lainnya menyangkut reklame yang diletakkan pada tiang listrik, pohon, serta adapula reklame selebaran yang ditempelkan pada tembok. Adanya reklame liar yang ditempatkan disembarang tempat yang sudah dilarang tersebut sangat merusak keindahan Kota Samarinda.

Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda telah menerapkan sistem jemput bola dalam melakukan pendataan, artinya Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda melakukan pendataan langsung ke lapangan. Selain itu juga Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda terus mengawasi penyelenggaraan reklame yang tidak sesuai aturan, namun maraknya pelanggaran penyelenggaraan reklame tersebut tidak sebanding dengan kurangnya sumber daya manusia yang ada serta kurang memadainya sarana dan prasarana termasuk dana dan transportasi bagi pelaksana tugas pengawasan tersebut.

### ***Penutup***

Berdasarkan pembahasan yang telah penulis lakukan di Dinas Pendapatan

Daerah Kota Samarinda, mengenai pemungutan pajak reklame di kota samarinda, maka penulis menarik suatu kesimpulan yang dirumuskan kembali dengan kalimat yang lebih lengkap sesuai dengan hasil pembahasan yaitu sebagai berikut:

1. Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda telah berupaya semaksimal mungkin dalam menghimpun data wajib pajak terutama dengan adanya sistem jemput bola yang dilakukan, namun didalam proses pendataan tersebut masih terdapat masalah dimana wajib pajak yang mendaftarkan reklamennya mencantumkan alamat yang tidak jelas/lengkap, terkadang juga tidak ada laporan dari wajib pajak jika wajib pajak pindah alamat. Sehingga hal tersebut menyulitkan petugas dalam menagih pajak yang terutang.
2. Wajib pajak reklame sudah cukup puas atas layanan yang diberikan oleh Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda, namun masalah yang dikeluhkan wajib pajak yaitu proses pendaftaran yang membutuhkan waktu lama.
3. Kota Samarinda memiliki aturan mengenai larangan penyelenggaraan reklame namun hasil observasi yang dilakukan menunjukkan bahwa masyarakat masih tetap tidak mentaati peraturan tersebut terbukti masih banyaknya pelanggaran penyelenggaraan reklame termasuk penempatan reklame dipohon, tiang listrik, tembok, maupun pembatas jalan yang mengganggu keindahan kota.
4. Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda terus melakukan pengawasan bagi pelanggaran penyelenggaraan reklame yang tidak sesuai aturan namun tingginya tingkat pelanggaran tersebut tidak sebanding dengan sedikitnya sumber daya manusia yang dimiliki Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda dalam pengawasan tersebut selain itu kendala yang terjadi dalam proses pengawasan ini yaitu kurang memadainya sarana dan prasarana termasuk dana dan transportasi bagi petugas pelaksana pengawasan tersebut.
5. Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda telah melakukan upaya terbaik dengan melaksanakan pola penagihan proaktif langsung kepada wajib pajak dengan memberikan Surat Ketetapan Pajak Daerah maupun Surat Tagihan Pajak Daerah langsung kepada wajib pajak reklame. Namun seiring dengan upaya Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda melalui pola penagihan proaktif langsung tersebut ternyata masih banyak terjadi penunggakan pembayaran pajak oleh wajib pajak reklame.
6. Tidak tercapainya target pajak reklame pada tahun 2009-2011 diakibatkan karna perubahan aturan mengenai perhitungan pajak reklame, selain itu lembaga periklanan yang mempunyai space atau panggung reklame ketika ditagih tidak ada ditempat.
7. Sejauh ini upaya yang telah dilakukan oleh Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda untuk terus melakukan pengembangan dan kemudahan dalam pelaksanaan pemungutan pajak reklame sudah dilakukan dengan cukup baik hanya saja hal tersebut juga perlu diimbangi oleh kesadaran masyarakat dalam membayarkan pajak reklame dan juga semangat kerja pegawai dalam melaksanakan pemugutan pajak reklame guna mewujudkan tujuan Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda.



**Daftar Pustaka**

- Karmila. 2008. *Mengenal Perpajakan*. Cempaka Putih, Jakarta.
- Mangkoesebroto, Guritno. 1988. *Ekonomi Publik*. BPFE UGM, Yogyakarta
- Masyahrul, Tony, 2005. *Pengantar Perpajakan*. PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta
- Riduwan. 2006. *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung : Alfabeta.
- Siahaan, P. Marihot. 2006. *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Zain, Mohammad. 2007. *Manajemen Perpajakan*. Salemba Empat, Jakarta

**Dokumen-dokumen:**

- Peraturan Daerah Kota Samarinda Nomor 04 Tahun 2011 Tentang Pajak Daerah
- Peraturan Walikota Samarinda No. 16 Tahun 2007 tentang Tata Cara Penyelenggaraan Pajak Reklame
- Undang-Undang No.32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah
- Undang-Undang No.33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Pusat dan Daerah