

Tinjauan Pemungutan dan Perhitungan Terhadap Pajak Reklame Tahun 2021 Pada Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor

Verrel Aurellia Nevada, Aang Munawar

Program Studi Perbankan Dan Keuangan, Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan
EMail: aang.munawar@ibik.ac.id

ABSTRACT

The background for writing this research is the Advertisement Tax at the Bogor City Regional Revenue Agency. Advertisement Tax has various collection and calculation procedures. The purpose of writing this research is to find out the procedures for collecting Advertisement Tax at the Bogor City Regional Revenue Agency and how the procedures for calculating Advertisement Tax at the Bogor City Regional Revenue Agency, as well as the Collection and Calculation of Advertisement Tax at the Bogor City Revenue Agency are in accordance with government procedures or not. The results of this discussion show that the procedures for collecting and calculating Advertisement Tax at the Bogor City Regional Revenue Agency as a whole have followed the procedures established by the government. The evaluation results from this research show that the procedures for collecting and calculating Advertisement Tax at the Bogor City Regional Revenue Agency have run smoothly and well.

Keywords: Advertisement Tax, Procedure, Collection, Calculation

ABSTRAK

Latar belakang dalam penulisan Penelitian ini adalah Pajak Reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor. Pajak Reklame memiliki berbagai macam prosedur pemungutan dan juga perhitungannya. Tujuan dari penulisan Penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana prosedur pemungutan Pajak Reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor dan bagaimana prosedur perhitungan Pajak Reklame pada Badan Pendapatan daerah Kota Bogor, serta Pemungutan dan Perhitungan Pajak Reklame pada Badan Pendapatan Kota Bogor sesuai dengan prosedur pemerintahan atau tidak. Hasil pembahasan ini menunjukkan bahwa prosedur pemungutan dan perhitungan Pajak Reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor secara keseluruhan sudah mengikuti prosedur yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Hasil evaluasi dari Penelitian ini menunjukkan bahwa prosedur pemungutan dan perhitungan Pajak Reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor telah berjalan lancar dan baik.

Kata Kunci: Pajak Reklame, Prosedur, Pemungutan, Perhitungan

PENDAHULUAN

Pelaksanaan persyaratan kemandirian daerah dengan meniadakan tambahan pada sistem mayoritas, dukungan daerah, standar keseragaman dan pemerataan, serta potensi dan keragaman daerah. Terlebih lagi, pelaksanaan kemerdekaan provinsi adalah kekuatan yang lengkap, bijaksana dan dapat diandalkan, menyelidiki kemampuan setiap kabupaten. Salah satu metode untuk menyelidiki hasil potensial di ruang ini adalah dengan eksekusi. Berbagai-bagai penilaian terdekat. Salah satu metode untuk menyelidiki prospek di lapangan adalah dengan melaksanakannya. Berbagai-bagai pajak terdekat tergantung pada Undang-Undang No. 28 Tahun 2009. Biaya dan pengeluaran terdekat. Ada 16 macam pungutan wilayah yang diatur dalam peraturan perundang-undangan, antara lain 5 jenis pungutan biasa dan 11 jenis pungutan provinsi

dan kota. Belanja daerah tetap berpedoman pada pedoman untuk mendukung pemanfaatan provinsi sebagai substansi publik sebagaimana diubah oleh Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 tentang Pajak Daerah dan Pajak Daerah Kabupaten/Kota yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009. Salah satu tugas daerah adalah retribusi daerah.

Biaya publikasi memiliki arti penting suatu tugas yang diambil dari penyelenggaraan iklan bisnis yang merupakan biaya daerah atau biaya kota. Sementara itu, promosi biaya adalah biaya potensial yang semua elemen mengungkap bisnis mereka melalui publikasi, yang merupakan kenyataan. Selain menghitung berapa biaya yang harus dikeluarkan, biaya iklan juga memerlukan tindakan manajerial dengan merencanakan rencana tata ruang dan wilayah agar tidak merusak keindahan dan lanskap kota. Biaya publikasi mungkin merupakan pengeluaran terbesar di Indonesia, mengingat kota Bogor.

Iklan harus fokus dan sesuai dengan pengaturan yang telah dibuat. Selain menghitung berapa tarifnya, biaya komersial juga memerlukan jaminan resmi dengan merencanakan tata ruang dan provinsi agar tidak merusak keindahan dan pemandangan kota. Nama titik atau jalan Kota Bogor dan nama jalan saat pengenalan rambu dipisahkan menjadi unik, primer, 1, 2, dan 3 (Dinas Pendapatan Daerah). Urutannya tergantung pada jalur jalan-jalan utama Kota Bogor dan jalan-jalan dengan keserbagunaan tinggi.

Kota Bogor merupakan salah satu kota yang memiliki tarif promosi. Peraturan Daerah Provinsi Nomor 2 tentang Pajak Reklame Tahun 2006 mengatur Pajak Reklame di Kota Bogor dan Peraturan Daerah Nomor 4 tentang Penyelenggaraan Reklame Tahun 2005. Sosialisasi juga perlu dilakukan untuk menjamin agar warga meningkatkan pendapatan biaya promosi dengan mendaftarkan usahanya atau menempatkan iklan melalui buletin. Tabel 1.1 adalah target dan realisasi pajak reklame dari tahun 2017-2021

Tahun	URAIAN	TARGET	REALISASI	
			TOTAL	%
2017	Pajak Reklame	10.300.000.000,00	10.907.808.067,00	105,90
2018	Pajak Reklame	10.500.000.000,00	10.926.253.439,00	104,06
2019	Pajak Reklame	11.000.000.000,00	11.708.055.331,00	106,44
2020	Pajak Reklame	6.349.066.936,00	2.510.771.304,00	139,55
2021	Pajak Reklame	10.200.000.000,00	10.540.761.568,00	103,34

Sumber : Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor

Ada beberapa jenis papan yang ada di kota Bogor, khususnya pengumuman buletin, papan megatron, videotron, great electric presentation (LED), video divider, dan element dividers, bulletin, pengumuman, kain pengumuman, spanduk atau stiker pengumuman, pamflet atau iklan selebaran, promosi berjalan-jalan, pemberitahuan terbang, iklan suara, iklan film atau slide, iklan acara (super tahan lama atau tidak tahan lama), dan iklan banyak. Sebagaimana ditunjukkan oleh Undang-undang nomor 4 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Buletin, dinyatakan bahwa organisasi yang dilakukan oleh badan usaha termasuk perkumpulan untuk menyusun dewan adalah organisasi yang memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), akta organisasi terbaru, NPWP, SIBP, SIUJK, khususnya organisasi yang bersifat bisnis, sedangkan yang menciptakan manfaat atau manfaat memiliki NPWP, dan SIBP. Mempromosikan administrasi atau kantor publikasi harus memenuhi prasyarat. Prasyaratnya adalah memiliki akta organisasi terbaru, NPWP, SIBP. SIUJK, studio tata dan memiliki kantor. Pada dasarnya, sosialisasi adalah suatu cara untuk mengetahui dan memahami masyarakat promosi yang berdampak pada peningkatan pendapatan biaya komersial.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Prosedur dan Prosedur Perhitungan Pemungutan Pajak Reklame Tahun 2021 pada Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor serta kesesuaiannya dengan standar yang berlaku.

METODE PENELITIAN

Instansi tempat dilakukannya penelitian ini adalah Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bogor yang berlokasi di Jalan Pemuda No.31, RT.01/RW.06, Tanah Sareal, Kecamatan Tanah Sereal, Kota Bogor, Jawa Barat 16162. Yang dilaksanakan

selama 3 (tiga) bulan terhitung dari tanggal 07 Februari 2022 hingga 07 April 2022. Data penelitian diperoleh dengan cara observasi dan wawancara dengan pihak-pihak yang terkait. Penelitian ini terkategori penelitian kualitatif deskriptif yang ditujukan untuk menggambarkan secara detail sesuai dengan data dan fakta pada obyek penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

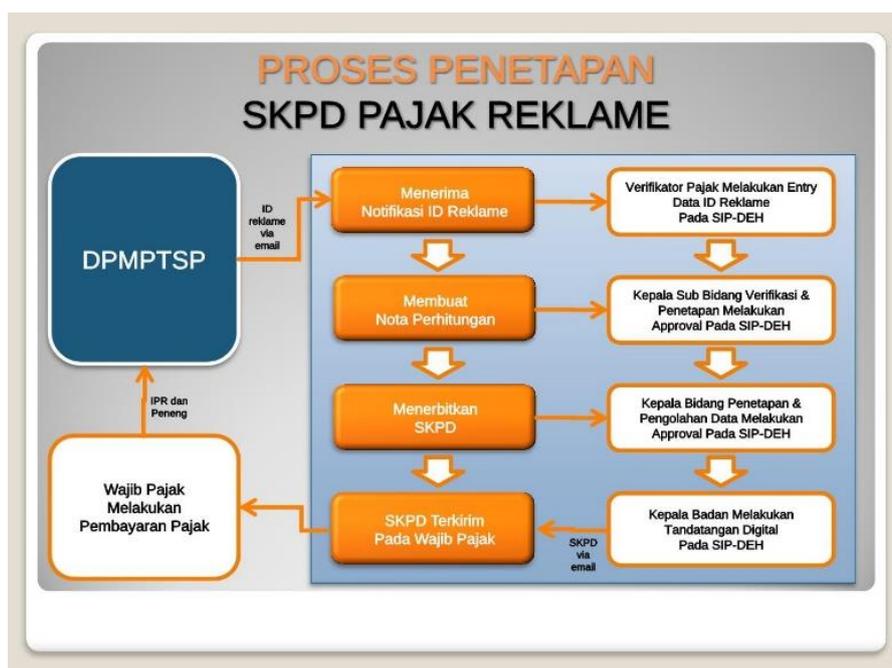
Prosedur Pemungutan Pajak Reklame Tahun 2021 pada Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor

- Prosedur Pemungutan pajak Reklame pada BAPENDA kota Bogor didasarkan pada:
- a. Keadilan. Dalam pelaksanaan pemungutan pajak reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor diterapkan keadilan, keadilan sendiri memiliki arti kondisi adil untuk perlakuan terhadap suatu karakter, tindakan, atau sesuatu. Prosedur keadilan yang diterapkan pada Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor ini berarti, dalam proses pemungutan pajaknya Badan Daerah Pendapatan Kota Bogor bersifat adil terhadap semua masyarakat Kota Bogor, tidak ada yang dibeda-bedakan semuanya sama rata sesuai dengan hak masing-masing masyarakat.
 - b. Undang- Undang yang berlaku. Maksudnya adalah dalam proses pemungutan pajak reklame Badan Pendapatan Daerah mengikuti peraturan ketetapan pajak yang berlaku sesuai dengan Undang-Undang .
 - c. Keefisienan. Keefisienan ini berasal dari kata efisien yang memiliki arti suatu usaha yang perlu menyelesaikan sesuatu dengan tepat waktu, cepat dan memuaskan. Prosedur ini berarti Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor akan menyelesaikan tugasnya dengan efisien, misalnya para sub bidang Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor akan mengirimkan SKPD Pajak Reklame melalui email kepada masyarakat dengan tepat waktu. Kemudian untuk pelayanannya juga Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor akan melayani masyarakat dengan sebaik mungkin agar dapat memuaskan masyarakat dengan pelayanan oleh Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor
 - d. Kesederhanaan. Kesederhanaan berasal dari kata sederhana, sederhana memiliki arti suatu tindakan yang dilakukan sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan dan tidak menonjolkan sikap hiperbola atau mengandung unsur boros. Prosedur kesederhanaan ini ditetapkan oleh Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor agar masyarakat dapat lebih mudah untuk membayarkan pajaknya, misalnya cara dalam pemungutan pajak reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor ini sangatlah sederhana untuk masyarakat , mereka hanya perlu menunggu email dari sub bidang Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor kemudian email tersebut yang berisi SKPD Pajak Reklame hanya perlu mereka bawa dan tunjukkan kepada bank BJB dan mereka tinggal membayarnya. Pemungutan tersebut sangatlah bersifat sederhana dan tidak rumit sama sekali.

Berdasarkan gambar 3.2 pemungutan pajak Reklame pada BAPENDA kota Bogor adalah :

Sesuai dengan proses penetapan SKPD Pajak Reklame :

1. DPMPTSP Mengirim ID Reklame Via Email
2. Verifikator Pajak menerima ID Reklame via email dari DPMPTSP.
3. Kemudian Verifikator Pajak meng-*entry* data berdasarkan ID reklame pada Sip-Deh
4. Proses Approval SKPD Pajak Reklame
5. Verifikator Pajak mencetak nota perhitungan setelah proses approval oleh Kepala Sub Bidang Verifikasi dan Penetapan pada Sip-Deh.
6. Kemudian Verifikator Pajak menerbitkan SKPD
7. Setelah proses approval oleh Kepala Bidang Penetapan dan Pengolahan Data pada Sip-Deh
8. SKPD Pajak Reklame Terkirim Via Email
9. Penyampaian SKPD pada Wajib Pajak via email setelah tandatangan digital oleh Kepala Badan pada Sip-Deh
10. Terakhir Wajib Pajak akan melakukan pembayaran di bank BJB



Sumber : Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor

Gambar 3.2 : Proses Penetapan SKPD Pajak Reklame

Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD) memiliki arti surat ketetapan pajak yang menentukan jumlah pokok pajak yang harus dibayarkan. Berikut ini adalah contoh SKPD Pajak Reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor:

1. SKPD Pajak Reklame Banner
2. SKPD Pajak Reklame Menempel Pada Bangunan
3. SKPD Pajak Reklame Tiung Pancang
4. SKPD Pajak Reklame Umbul-Umbul

Berikut adalah data pajak reklame pada Badan Pendapatan Kota Bogor pada tahun 2021:

Tabel 3.4 Pagu Anggaran Pajak Reklame Tahun 2021

No	Uraian	Pagu Anggaran
4.1.01.09	Pajak Reklame	10.200.000.000,00
4.1.01.09.01.0001	Pajak Reklame Papan/Billboard/Videotron/Megatron	8.930.000.000,00
4.1.01.09.02.0001	Pajak Reklame Kain	600.000.000,00
4.1.01.09.03.0001	Pajak Reklame Melekat/Stiker	5.000.000,00
4.1.01.09.05.0001	Pajak Reklame Berjalan	650.000.000,00
4.1.01.09.06.0001	Pajak Reklame Udara	15.000.000,00

Sumber : Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor

Tabel 3.4 diatas menjelaskan bahwa pagu anggaran Pajak Reklame pada BAPENDA Kota Bogor pada tahun 2021 sebesar Rp 10.200.000.000,00. Pagu Anggaran tersebut terdiri dari Pajak Reklame Papan/Billboard/Videotron/ Megatron, Pajak Reklame Kain, Pajak Reklame Melekat/Stiker, Pajak Reklame Berjalan, dan Pajak Reklame Udara.

Tabel 3.5 Jumlah Realisasi Pajak Reklame Tahun 2021

Uraian	Jumlah Realisasi			%
	S/D Periode Lalu	Periode Ini	Total	
Pajak Reklame	9.500.914.834,00	1.039.846.734,00	10.540.761.568,00	103,34
Pajak Reklame Papan/Billboard /Videotron/ Megatron	7.992.659.624,00	587.227.088,00	8.579.886.712,00	96,08
Pajak Reklame Kain	606.817.710,00	86.244.646,00	693.062.356,00	115,51
Pajak Reklame Melekat/Stiker	6.312.500,00	0,00	6.312.500,00	126,25
Pajak Reklame Berjalan	862.125.000,00	366.375.000,00	1.228.500.000,00	189,00

Sumber : Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor

Tabel 3.5 ini menjelaskan bahwa jumlah realisasi pajak reklame pada BAPENDA Kota Bogor sebesar 103,34%, dan realisasi pajak reklame tersebut terdiri dari Pajak Reklame Papan/Billboard/Videotron/ Megatron, Pajak Reklame Kain, Pajak Reklame Melekat/Stiker, Pajak Reklame Berjalan, dan Pajak Reklame Udara

Prosedur Perhitungan Pajak Reklame Tahun 2021 pada Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor

Prosedur Perhitungan Reklame jenis non self *assesment* memiliki ketentuan pemasangan, baik dari kurun waktu pemasangannya, macam material yang digunakan reklame yang dipasang dan tempat pemasangan reklame itu. Beberapa Perda Kota Bogor dan juga Peraturan Walikota Bogor ditetapkan berkenaan dengan peraturan pemasangan reklame termasuk besaran pajak yang berdasar pada tempat pemasangan reklame diantaranya yaitu Perda Nomor 1 Tahun 2015 yang berisi Penyelenggaraan Reklame serta Peraturan Walikota Nomor 25 Tahun 2016 tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Walikota Daerah Nomor 1 Tahun 2015.

Perhitungan Pajak Reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor didasarkan pada taraf pajak reklame yaitu sebesar 25 % dan dengan dasar pengenaan taraf pajak itu sendiri. Dalam Perhitungannya Reklame dibagi menjadi 2 jenis produk reklame atau bisa disebut sebagai nilai sewa reklame, diantaranya:

a. Nilai Sewa Reklame Produk

Nilai sewa reklame produk memiliki arti suatu reklame yang memunculkan atau terdiri dari suatu jasa ataupun produk yang memiliki tujuan untuk keperluan promosi.

b. Nilai Sewa Reklame non Produk

Nilai sewa reklame non produk memiliki arti suatu reklame yang berisi identitas seperti logo, nama, dan juga simbol dari perusahaan atau instansi, badan usaha tertentu yang memiliki tujuan agar badan usaha atau instansi atau perusahaan tersebut dikenal dan diketahui oleh masyarakat umum

Tabel 3.6 Prosedur perhitungan Pajak Reklame Berdasarkan Ketantuan Pemerintah Daerah Kota Bogor

JENIS REKLAME	NILAI JUAL OBJEK PAJAK REKLAME (NJOPR)							
	< 2m ²	2m ² - 12m ²	12m ² - 24m ²	24m ² - 36m ²	36m ² - 50m ²	50m ² - 60m ²	60m ² - 100m ²	> 100m ²
Tiang Pancang Bersinar	500.000	800.000	1.000.000	1.250.000	1.500.000	2.000.000	2.500.000	3.000.000
Tiang Pancang Tidak Bersinar	350.000	560.000	700.000	875.000	1.050.000	1.400.000	1.750.000	2.100.000
JPO / Fly Over	350.000	650.000	850.000	1.000.000	1.250.000	1.750.000	2.500.000	2.750.000
Menempel Bersinar	325.000	350.000	400.000	450.000	500.000	550.000	650.000	700.000
Menempel Tidak Bersinar	200.000	225.000	275.000	300.000	325.000	350.000	400.000	425.000
Megatron / Vediotron / dll	5.000.000 / m ²							
Bande	3.000.000 / m ²							
Berjalan Roda 4 Lebih	1.500.000 / unit							
Berjalan Roda 4	1.000.000 / unit							
Berjalan Roda 2 / Roda 3	500.000 / unit							
Rombong	2.000.000 / nit							
Painting Wall / Branding Wall	2.000.000 / unit							
Baligho / Banner	15.000 / m ²							
Spanduk / Umbul Umbul	5.000 / m ²							
Poster / Tempelan (> A3)	350 / lembar							
Selebaran / Brosur (< A3)	200 / lembar							
Balon Udara	500.000 / unit							
Film / Slide	5.000 / unit							
Peragaan	500.000 / unit							
							LOKASI	
							RTH / DAG / MJ / AT / JPO / OK / FO / Kend / Balon	3,50
							Sisi Luar Trobar / Bahu Jalan / Shelter	2,10
							Di Halaman Gedung / Rumah	1,75
							Terminal, Stasiun, Pasar	1,40
							GOR	1,05
							MPBLR	0,70
							MPBDR	0,35
							Painting Wall / Branding Wall	0,70
							Selebaran / Poster / Brosur	0,70
							Spanduk / Umbul Umbul	3,50
							Film / Slide / Peragaan	1,40

Sumber : Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor

Tabel 3.7 Prosedur perhitungan Pajak Reklame Berdasarkan Ketantuan Pemerintah Daerah Kota Bogor

JENIS REKLAME	NILAI SATUAN STRATEGIS REKLAME (NSSR)							
	< 1m ²	1m ² - 2m ²	2m ² - 4m ²	4m ² - 10m ²	10m ² - 16m ²	16m ² - 24m ²	24m ² - 50m ²	> 50m ²
TP Pemda / Jalan Tol / Shelter	125.000	250.000	500.000	1.250.000	2.500.000	4.500.000	6.000.000	7.500.000
TP Swasta / Di Atas Bangunan	62.500	125.000	250.000	625.000	1.250.000	2.250.000	3.000.000	3.750.000
MPBLR	37.500	75.000	150.000	375.000	750.000	1.350.000	1.800.000	2.250.000
MPBDR	15.625	31.250	62.500	156.250	312.500	562.500	750.000	937.500
Megatron / Vediotron / Bande	7.500.000							
Berjalan Roda 4 Lebih	1.000.000							
Berjalan Roda 4	750.000							
Berjalan Roda 2 / Roda 3	250.000							
Rombong	1.000.000							
Painting Wall / Branding Wall	1.000.000							
Baligho / Banner	25.000							
Spanduk / Umbul Umbul	1.500							
Poster / Tempelan (> A3)	750							
Selebaran / Brosur (< A3)	250							
Balon Udara	500.000							
Film / Slide	50							
Peragaan	50.000							
				JALUR JALAN			SUDUT PANDANG	
				Khusus	4,50		> 3 arah	2,00
				Utama	3,60		3 arah	1,20
				I	2,70		2 arah	0,60
				II	1,80		1 arah	0,20
				III	0,90		MPBDR	0,20
				Berjalan	4,50		Berjalan	2,00
				Selebaran / Poster / Brosur	2,70		PW / BW	0,60
				Spanduk / Umbul Umbul	4,50		Sl / Ps / Br	0,60
				Film / Slide / Peragaan	2,70		Sp / Um	0,60
							Film / Slide	0,20

Sumber : Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor
Tabel 3.8 Ketentuan Pemerintah Kota Bogor Prosedur Perhitungan Pajak Reklame dibagi menjadi 3 kelas

Kelas Khusus
Jalan Toll
Jalan Pajajaran
Jalan Sholeh Iskandar
Jalan KH. Abdullah Bin Nuh
Jalan KS. Tubun
Jalan Raya Tajur

Sumber : Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor
Tabel 3.9 Ketentuan Pemerintah Kota Bogor Prosedur Perhitungan Pajak Reklame dibagi menjadi 3 kelas

Kelas Utama
Jalan Jend. Sudirman
Jalan Kapt. Muslihat
Jalan Otto Iskandardinata
Jalan Ir. H. Djuanda
Jalan Pahlawan
Jalan Siliwangi
Jalan Suryakencana
Jalan Merdeka
Jalan Veteran
Jalan Rd. Saleh Syarif Bustaman
Jalan Raya Sukabumi
Jalan Letjen. Ibrahim Adjie
Jalan Mayjen. Ishak Djuarsa
Jalan Dewi Sartika
Jalan Mayor Oking
Jalan M. A. Salmun
Jalan Nyi Raja Permas
Jalan Cidangiang
Jalan H. Ahmad Sobana

Sumber : Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor
Tabel 3.10. Ketentuan Pemerintah Kota Bogor Prosedur Perhitungan Pajak Reklame dibagi menjadi 3 kelas

Kelas 1
Jalan Jend. Ahmad Yani
Jalan RE. Martadinata
Jalan Sawojajar
Jalan Lawang Gintung
Jalan Sukasari 1
Jalan Sukasari 2
Jalan RE. Abdullah
Jalan Achmad Adnawijaya
Jalan Dr. Sumeru
Jalan Kol. Achmad Syam
Jalan Brigjen. Saptadji Hadiprawira
Jalan Raya Semplak
Jalan Kedung Halang / Pemda
Jalan Cipaku
Jalan Salak

Jalan Lodaya
Jalan Pakuan
Jalan Mawar
Jalan Tentara Pelajar

Sumber : Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor

Untuk Tabel 3.8, 3.9, dan 3.10 tabel tersebut menjelaskan bahwa Pajak Reklame dibagi menjadi 3 kelas, dalam perhitungannya tiap kelas memiliki nilai yang berbeda.

Cara Perhitungan Pajak Reklame:

Besar pajak terutang = 25% ($\{NJOP + \{NSPR\}\}$)

Keterangan :

- A. NJOPR = Nilai Jual Objek Pajak Reklame
- B. NSSR = Nilai Satuan Strategis Pajak Reklame
- C. HDUR = Diambil dari prosedur reklame sesuai dengan luas reklamennya
- D. HDKR = Ketinggian reklame mutlak (dihitung Rp 100.000/M²)

Contoh Perhitungan Besar Pajak Reklame

1. Papan nama dalam sarana kota (lahan Penda)

Data	
Jenis	= " Nama Naskah "
Ukuran	= 4 m X 6 m
Tinggi	= 13m
Tempat	= Jalan Pajajaran
HDUR	= Rp 1.250.000/M ²
HDKR	= Rp 100.000 /M
NSSR	= Rp 6.000.000/M ²
Jalur Jalan (Khusus)	= 45% x 10 = 4,5
Tempat (RTH)	= 35% x 10 = 3,5
Sudut Pandang (> 3 arah)	= <u>20% x 10 = 2,0</u>
Nilai Strategis Reklame	= 10,0

Perhitungannya:

Luasnya : 24 M²

- a. NJOPR
= (Luas x HDUR) + (Tinggi x HDKR)
= (24 M² X Rp 1.250.000) + (13 x Rp 100.000)
= Rp 30.000.000 + Rp 1.300.000 = Rp 31.300.000
- b. NSPR
= Nilai strategis Reklame x NSSR
= 10 x Rp 6.000.000 = Rp 60.000.000
- c. NSR
= NJOPR + NSPR
= Rp 31.300.000 + Rp 60.000.000 = Rp 91.300.000
- d. Pajak Reklame
= NSR x 25%
= Rp 91.300.000 x 25 % = Rp 22.825.000

Berdasarkan perhitungan a sampai d dapat diketahui :

Nilai Jual Objek Pajak Reklame (NJOPR) dari Papan nama dalam sarana kota (lahan PEMDA) yaitu sebesar Rp 31.300.000. Nilai Strategis Pajak Reklame (NSPR) dari Papan nama dalam sarana kota (lahan PEMDA) sebesar Rp 60.000.000. Nilai Strategis Reklame dari Papan nama dalam sarana kota (lahan PEMDA) yaitu sebesar Rp 91.300.000. Sehingga Pajak Reklame yang harus dibayarkan adalah sebesar Rp 22.825.000

2. Papan nama Luar fasilitas kota (Lahan swasta)

Data	
Jenis	= Papan Nama Bersinar
Naskah	= "Nama Naskah"
Ukuran	= 4 m x 8 m
Tinggi	= 13 M

Tempat	= Jalan K.H Sholeh Iskandar
HDUR	= Rp 1,250.000/ M ²
HDKR	= Rp 100.000/M
NSSR	= Rp 3.000.000/ M ²
Jalur Jalan (Khusus)	= 45% x 10 = 4,50
Tempat (DHG)	= 35% x 5 = 1,75
Sudut Pandang (2 arah)	= $\frac{20\% \times 3}{3} = 0,60$
Nilai Strategis Reklame	6,85

Perhitungannya:

- a. NJOPR
= (Luas x HDUR) + (Tinggi x HDKR)
= (24 M² X Rp 1.250.000) + (13 x Rp 100.000)
= Rp 31.250.000 + Rp 1.300.000 = Rp 32.550.000
- b. NSPR
= Nilai strategis Reklame x NSSR
= 6,85 x Rp 3.000.000 = Rp 20.550.000
- c. NSR
= NJOPR + NSPR
= Rp 32.550.000 + Rp 20.550.000 = Rp 53.100.000
- d. Pajak Reklame
= NSR x 25%
= Rp 53.100.000 x 25 % = Rp 13.275.000

Berdasarkan perhitungan a sampai d dapat diketahui :

Nilai Jual Objek Pajak Reklame (NJOPR) dari Papan nama Luar fasilitas kota (Lahan swasta) yaitu sebesar Rp 32.550.000. Nilai Strategis Pajak Reklame (NSPR) dari dari Papan nama Luar fasilitas kota (Lahan swasta) sebesar Rp 20.550.000. Nilai Strategis Reklame dari dari Papan nama Luar fasilitas kota (Lahan swasta) yaitu sebesar Rp 53.100.000. Sehingga Pajak Reklame yang harus dibayarkan adalah sebesar 13.275.000
Catatannya: Dari perhitungan Papan nama dalam sarana kota (lahan PEMDA) dan Papan nama Luar fasilitas kota (Lahan swasta) perhitungan tersebut hanyalah berlaku bagi satu muka, jika ... mberlangsung melebihi dari satu bidang reklame maka perhitungan tersebut akan dikalikan dengan berbanding jumlah muka bidang reklame

3. Banner Dalam Sarana Kota (lahan Pemda)

Data	
Jenis	= Banner
Naskah	= "Nama Naskah"
Ukuran	= 4 m x 8 m
Tinggi	= -
Tempat	= Jalan Pajajaran
HDUR	= Rp 15.000/M ²
HDKR	= 0/M
NSSR	= Rp 25.000 M ²
Jalur Jalan (Khusus)	= 45% x 10 = 4,5
Tempat (RTH)	= 35% x 10 = 3,5
Sudut Pandang (> 3 arah)	= $\frac{20\% \times 10}{5} = 2,0$
Nilai Strategis Reklame	10,0

Perhitungannya:

Luas: 32M²

- a. NJOPR
= (Luas x HDUR) + (Tinggi reklame x HDKR)
= (32 M² X Rp 15.000) + (0) = Rp 480.000
- b. NSPR
= Nilai strategis Reklame x NSSR
= 10,00 x Rp 25.000 = Rp 250.000
- c. NSR

$$= \text{NJOPR} + \text{NSPR}$$
$$= \text{Rp } 480.000 + \text{Rp } 250.000 = \text{Rp } 730.000$$

- d. Pajak Reklame
= NSR x 25%
= Rp 730.000 x 25 % = Rp 182.500

Berdasarkan perhitungan a sampai d dapat diketahui :

Nilai Jual Objek Pajak Reklame (NJOPR) dari Banner Dalam Sarana Kota (lahan Pemda) yaitu sebesar Rp 480.000. Nilai Strategis Pajak Reklame (NSPR) dari Banner Dalam Sarana Kota (lahan Pemda) sebesar Rp 250.000. Nilai Strategis Reklame dari Banner Dalam Sarana Kota (lahan Pemda) yaitu sebesar Rp 730.000. Sehingga Pajak Reklame yang harus dibayarkan adalah sebesar Rp 182.500.

Catatan: Untuk memasang Baliho / banner waktunya paling minim adalah satu minggu
Pemungutan dan Perhitungan Pajak Reklame Tahun 2021 pada Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor sesuai sudah sesuai dengan prosedur

Berdasarkan hasil tinjauan pemungutan pajak reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor sudah sesuai dengan prosedur. Adapun prosedur yang digunakan oleh Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor dalam pemungutan pajak reklame adalah *Official Assessment System*, dimana Badan Pendapatan Daerah akan terlebih dahulu menghitung dan menerbitkan SKPD Pajak Reklame dan kemudian SKPD tersebut akan dikirimkan melalui via e-mail kepada wajib pajak. Dalam prosedur *Official Assessment System* ini wajib pajak berperan pasif. Pemungutan Pajak Reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor juga sudah sesuai dengan prosedur menurut ahli yaitu Mardiasmo. Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor berlaku adil dalam pemungutan pajak Reklamennya, tidak ada yang melakukan kecurangan, pemungutan pajaknya pun dapat dikatakan efisien karena sudah terarah secara jelas dan bersifat sederhana wajib pajak hanya menunggu SKPD pajak yang diterbitkan via email kemudian wajib pajak hanya perlu membayarkannya kepada bank BJB terdekat dan ini tentu saja akan memudahkan wajib pajak untuk membayar pajaknya.

Sistem Pemungutan pajaknya pada Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor pun sesuai dengan Undang Undang yang berlaku, dan yang terpenting adalah pemungutan pajak reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor tidak mengganggu perekonomian masyarakat kota Bogor itu sendiri. Pajak Reklame adalah salah satu pendapatan kabupaten atau kota. Pemungutan Pajak Reklame diatur dalam Undang-Undang Pajak dan Restribusi Daerah (UU PDRD). Pajak Reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor merupakan salah satu sumber pendapatan Kota dan Kabupaten Bogor. Pada dasarnya perhitungan Pajak Reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor pun berdasarkan atas Undang – Undang Pajak dan Restribusi Daerah (UU PDRD).

Nilai sewa reklame pada Badan Pendapatan Kota Bogor dihitung berdasarkan jenis reklame, tempat reklame, besarnya biaya pemasangan reklame, besarnya biaya pemeliharaan reklame, waktu pemasangan reklame. Perhitungan Pajak Reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor ini dapat dikatakan sesuai dengan prosedur karena perhitungan berdasarkan tarif pengenaan pajaknya didasarkan pada Undang Undang yang berlaku dan juga Peraturan Pemerintah yang telah ditetapkan.

Semua Besaran Pajak Reklame yang belum dibayar dihitung dengan menggunakan mengalikan dasar pengenaan pajak dengan tarif pajak sebesar 25 %. Rumus yang dipakai dalam perhitungan pajak Reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor yaitu:

- a. Besar pajak terutang
= 25% ({NJOP+ {NSPR})
- b. NJOPR (Nilai Jual Objek Pajak Reklame)
= (Luas Reklame x HDUR) + (Ketinggian reklame x HDKR)
- c. NSPR (Nilai Strategis Pemasangan Reklame)
= Nilai strategis Reklame x NSSR
- d. Pajak Reklame
= NSR x 25%

Untuk tempat tarif pajak reklame yang dikenakan terbagi menjadi 3 kelas yaitu:

- A. Kelas Khusus
- B. Kelas Utama
- C. Kelas 1

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor yang bertempat di Jalan Pemuda No.31, RT.01/RW.06, Tanah Sareal, Kecamatan Tanah Sareal, Kota Bogor, Jawa Barat dapat diperoleh hasil yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya dan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Prosedur pemungutan atas pajak reklame yang digunakan pada Badan Pendapatan Daerah kota Bogor mengacu pada sistem Official Assessment System dimana pada sistem ini wajib pajak akan berperan pasif dalam membayarkan pajaknya.

Prosedur perhitungan pajak reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor dihitung berdasarkan pada tarif pajak reklame yaitu sebesar 25 % , NJOPR dan NSSR yang telah tertera dan ditetapkan oleh pemerintah Kota Bogor. Prosedur perhitungan pajak reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor ini juga didasarkan dengan membagi 3 tarif sesuai nilai strategis tempat.

Pelaksanaan pemungutan dan perhitungan pajak reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor telah sesuai dengan prosedur yang ditetapkan oleh pemerintah daerah Kota Bogor baik dalam prosedur pemungutannya maupun prosedur perhitungannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Azhari, Aziz Samudra. (2015). *Perpajakan di Indonesia: Keuangan, Pajak dan Retribusi Daerah*. Jakarta: Rajawali Pers
- Bapenda. (2017). Sejarah Singkat Instansi. Bapenda Kota Bogor. <https://layanan-bapenda.kotabogor.go.id/>
- Bapenda. (2017). Visi dan Misi. Bapenda Kota Bogor. <https://layanan-bapenda.kotabogor.go.id/web/visi-misi/>
- Bohari, H. (2018). *Pengantar Hukum Pajak*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Mardiasmo. (2016). *Perpajakan Edisi Revisi Tahun 2016*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Media Advertising (2022, Mei 29). *Perbedaan Nilai Pajak Reklame Produk dan Non Produk*. Media Advertising. <https://blog.3dmediaadv.com/>
- TM Books. (2013). *Perpajakan - Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Bapenda (2017). Struktur Organisasi Bapenda Kota Bogor <https://bapenda.kotabogor.go.id/articles/view/struktur-organisasi>
- Media Advertising (2022, Mei 29) Dasar Pengenaan Pajak Reklame <https://djpk.kemenkeu.go.id/?p=422>
- Media Advertising (2022, Mei 29) Definisi dan Jenis - jenis Pajak Daerah <https://www.pajakku.com/read/5d82eb4574135e0390823b09/Definisi-Pajak-Daerah-dan-Jenis-jenis-Pajak-Daerah>
- Media Advertising (2022, Mei 29) Sarana dan Prasarana <https://tembalang.semarangkota.go.id/en/saranaprasarana>
- Budiman, M. A., & Amyar, F. (2021). The effect of audit opinions, implementation of audit recommendations, and findings of state losses on corruption levels in the ministries and institutions of the Republic of Indonesia. *Jurnal Tata Kelola Dan Akuntabilitas Keuangan Negara*, 7(1), 113–129. <https://doi.org/10.28986/jtaken.v7i1.471>
- Damik, D., Purba, E., & Hutabarat, A. S. (2021). The Effect of Population and Human Development Index on Economic Growth Pematangsiantar City. *BIRCI-Journal*, 4(3), 3658–3668.
- Evalin, Z. Z., Sukartaatmadja, I., & Mulyadi, M. N. (2021). Analisis Peran Kinerja Customer Service Dan Teller Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(2), 151–160. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i2.767>
- Fanasha, F., Muktiadji, N., & Hendrian, G. (2021). Pengaruh Loan To Deposit Ratio, Capital Adequacy Ratio, Dan Non Performing Loan Terhadap Profitabilitas Perbankan Yang

- Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(2), 131–140. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i2.764>
- Guicheldy, A., & Sukartaatmadja, I. (2021). Pengaruh Capital Adequacy Ratio, Non Performing Loan, Biaya Operasional dan Pendapatan Operasional Terhadap Pertumbuhan Laba Bank. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 131–140.
- Hermawan, S., Sudradjat, S., & Amyar, F. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Terhadap Tax Avoidance Perusahaan Property dan Real Estate. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(2), 359–372. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v9i2.873>
- Hermawan, T., & Sutarti, S. (2021). Pengaruh Likuiditas, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Sustainability Report. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(3), 597–604. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v9i3.1209>
- Imtinan, G., & Hasibuan, D. H. (2021). Pengaruh Temuan Audit Dan Tindak Lanjut Hasil Pemeriksaan Terhadap Tingkat Pengungkapan Laporan Keuangan Pada Kementerian. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(2), 215–224. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v9i2.488>
- Iriyadi, I., & Antonio, Y. (2021). Climate Change Disclosure Impact on Indonesian Corporate Financial Performance. *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, 8(2), 117–127. <https://doi.org/10.24815/jdab.v8i2.20424>
- Jatmika, A., Entang, M., & Purba, J. H. V. (2021). THE STRATEGY OF HUMAN RESOURCES DEVELOPMENT IN IMPROVING THE COMPETITIVE ADVANTAGE (Case Study at Madinatul Qur'an Islamic Boarding School, Depok). *Jhss (Journal of Humanities and Social Studies)*, 5(1), 91–98. <https://doi.org/10.33751/jhss.v5i1.3827>
- Karina, K., & Sutarti, S. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Corporate Governance Terhadap Manajemen Laba Di Industri Perbankan Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(1), 111–120. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v9i1.487>
- Magdalena M, A., Sahala Marpaung, B., & HM Hasibuan, D. (2021). The Effect of Activity Ratio to the Company's Profitability in Trading, Service, and Investment Sub-Sector. *Journal of Accounting, Business and Finance Research*, 11(1), 38–45. <https://doi.org/10.20448/2002.111.38.45>
- Maulana, A., Ariffin, M., & Gendalasari, G. G. (2021). Pengaruh Return On Assets Dan Biaya Operasional Terhadap Pendapatan Operasional Terhadap Market Share Pada Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 163–172. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i1.504>
- Mekaniwati, A., Nurendah, Y., Maulina, D., & Hanifah, N. S. (2021). Tantangan Technopreneur Bagi Umkm Di Kota Bogor Sebagai Strategi Bertahan Di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(3), 597–606. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i3.797>
- Munawar, A., Gendalasari, G. G., Kurniawan, I. M. G. A., Purnomo, D., Ependi, N. H., Rulinawaty, Indrawan, M. I., & Sadri, M. (2021). Cluster Application with K-Means Algorithm on the Population of Trade and Accommodation Facilities in Indonesia. *Journal of Physics: Conference Series*, 1933(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1933/1/012027>
- Neva, S., & Amyar, F. (2021). Pengaruh Fraud Diamond dan Gonetheory Terhadap Academic Fraud. *JAS-PT (Jurnal Analisis Sistem Pendidikan Tinggi Indonesia)*, 5(1), 41. <https://doi.org/10.36339/jaspt.v5i1.408>
- Piramita, S., Hannan, S., & Purba, J. H. V. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kpr Non Subsidi Dengan Mediasi Persepsi Merek (Studi Pada Bank Xyz). *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 7(2), 487–497. <https://doi.org/10.17358/jabm.7.2.487>
- Purba, J. H. V., Fathiah, R., & Steven, S. (2021). The Impact of the COVID-19 Pandemic on the Tourism Sector. *Riset : Jurnal Aplikasi Ekonomi, Akuntansi Dan Bisnis*, 3(1), 389–401. <https://doi.org/10.55980/esber.v1i3.50>