BAB III

ASPEK HUKUM PEMUNGUTAN PAJAK DALAM PEMASANGAN IKLAN

A. Aspek Hukum Pajak Daerah dan Retribusi Daerah

Sistem Pemerintahan Republik Indonesia Mengatur asas desentralisasi, dan tugas pembantu yang dilaksanakan secara bersama-sama. Untuk mewujudkan pelaksanaan desentralisasi tersebut maka dibentukla daerah otonom yang terbagi dalam daerah provinsi, daerah kabupaten, dan daerah kota yang bersifat otonom sesuai dengan ketentuan pasal 1ayat 6 Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah.[1]

Dasar hukum pemungutan Pajak Daerah dan Retribusi Daerah adalah Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Adapun yang terkait dengan Pajak Daerah antara lain :

1. Daerah Otonom, selanjutnya disebut Daerah, adalah kesatuan masyarakat hukum yang mempunyai batas Daerah tertentu berwenang mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat menurut prakarsa sendiri berdasarkan aspirasi masyarakat dalam ikatan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

[1] Pasal 1 ayat 6 Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah

2. 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 membiayai penyelenggaraan pemerintahan Daerah dan pembangunan Daerah.
3. Badan, adalah sekumpulan orang dan/atau modal yang merupakan kesatuan baik yang melakukan usaha maupun yang tidak melakukan usaha yang meliputi perseroan terbatas, perseroan komanditer, perseroan lainnya. Badan Usaha Milik Negara atau Daerah dengan nama dan dalam bentuk apapun, firma, kongsi, koperasi, dana pension, persekutuan, perkumpulan, yayasan, organisasi massa, organisasi social politik, atau organisasi yang sejenis, lembaga, bentuk usaha tetap, dan bentuk badan lainnya.
4. Subjek Pajak, adalah orang pribadi atau badan yang dapat dikenakan Pajak Daerah.
5. Wajib Pajak, adalah orang pribadi atau badan yang menurut ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan Daerah diwajibkan untuk melakukan pembayaran pajak yang terutang, termasuk pemungut atau pemotong pajak tertentu.

Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 Tentang Pajak dan Retribusi Daerah telah menetapkan jenis pajak yang dapat dipungut oleh pemerintah provinsi dan jenis pajak yang dipungut dibagi menjadi 2 (dua) bagian, yaitu:[2]

1. Pajak Propinsi, terdiri dari :
    a. Pajak Kendaraan Bermotor dan Kendaraan di Atas Air;
    b. Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor dan Kendaraan di Atas Air;
    c. Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor;
    d. Pajak Pengambilan dan Pemanfaatan Air Bawah Tanah dan Air Permukaan.
2. Pajak Kabupaten/Kota, Terdiri dari:
    a. Pajak Hotel;
    b. Pajak Restoran;
    c. Pajak Hiburan;
    d. Pajak Iklan;
    e. Pajak Penerangan Jalan;
    f. Pajak Pengambilan Bahan Galian Golongan C;
    g. Pajak Parkir;
    h. Pajal lain-lain.

Tarif Pajak sebagaimana disebutkan di atas ditetapkan paling tinggi sebesar:

[2] Adrian Sutedi, *Hukum Pajak dan Retribusi Daerah*,Bogor, Ghalia Indonesia, hlm 16.

1. Pajak Kendaraan Bermotor dan Kendaraan di Atas Air sebesar 5% (lima persen);
2. Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor dan Kendaraan di Atas Air sebesar 10% (sepuluh persen);
3. Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor sebesar 5% (lima persen);
4. Pajak Pengambilan dan Pemanfaatan Air Bawah Tanah dan Air Permukaan sebesar 20% (dua puluh persen);
5. Pajak Hotel sebesar 10% (sepuluh persen);
6. Pajak Restoran sebesar 10% (sepuluh persen);
7. Pajak Hiburan sebesar 35% (tiga puluh lima persen);
8. Pajak Reklame sebesar 25% (dua puluh lima persen);
9. Pajak Penerangan Jalan sebesar 10% (sepuluh persen);
10. Pajak Pengambilan Bahan Galian Golongan C sebesar 20% (dua puluh persen);
11. Pajak Parkir sebesar 20% (dua puluh persen).

Tarif pajak sebagaimana dimaksud pada angka 1 sampai dengan 4 di atas ditetapkan seragam diseluruh Indonesia dan diatur dengan Peraturan Pemerintah. Tarif pajak sebagaimana dimaksud pada angka 5 sampai dengan 11 di atas ditetapkan dengan Peraturan Daerah.

Adapun tata cara pelaksanaan pemungutan pajak ditetapkan oleh Kepala Daerah. Piutang pajak yang tidak mungkin ditagih lagi karena hak untuk melakukan penagihan sudah kadaluwarsa dapat dihapuskan. Penghapusan

Piutang Pajak Kabupaten atau Kota yang sudah kadaluwarsa dilakukan dengan keputusan yang masing-masing ditetapkan oleh Gubernur dan Bupati atau Walikota. Tata cara penghapusan piutang pajak yang sudah kadaluwarsa diatur dengan Peraturan Daerah.

Berlakunya Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah dan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 Tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat Dan Daerah, maka penyelenggaraan pemerintahan daerah dilakukan dengan memberikan kewenangan yang lebih luas, nyata, dan bertanggung jawab kepada daerah.

Hal ini menyebabkan dalam penyelenggaraan otonomi daerah, perlu menekankan prinsip-prinsip demokrasi, peran serta masyarakat, pemerataan dan keadilan, dan akuntabilitas serta memperhatikan potensi dan keanekaragaman daerah. Pajak daerah dan retribusi daerah merupakan salah satu sumber pendapatan daerah yang penting guna membiayai penyelenggaraan pemerintahan daerah dan pembangunan daerah untuk memantapkan otonomi daerah yang luas, nyata, dan bertanggung jawab.

Terkait dengan Retribusi Daerah antara lain:

1. Retribusi Daerah, yang selanjutnya disebut Retribusi, adalah pungutan Daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan dan/atau diberikan oleh Pemerintah Daerah untuk kepentingan orang pribadi atau badan.

2. Jasa, adalah kegiatan Pemerintah Daerah berupa usaha dan pelayanan yang menyebabkan barang, fasilitas, atau kemanfaatan lainnya yang dapat dinikmati oleh orang pribadi atau badan.
3. Jasa Umum, adalah jasa yang disediakan atau diberikan oleh Pemerintah Daerah untuk tujuan kepentingan dn kemanfaatan umum serta serta dapat dinikmati oleh orang pribadi atau badan.
4. Jasa Usaha, adalah jasa yang disediakan oleh Pemerintah Daerah dengan menganut prinsip-prinsip komersial karena pada dasarnya dapat pula disediakan oleh sector swasta.
5. Perizinan Tertentu, adalah kegiatan tertentu Pemerintah Daerah dalam rangka pemberian izin kepada orang pribadi atau badan yang dimaksudkan untuk pembinaan, pengaturan, pengendalian dan pengawasan atas kegiatan.
6. Pemanfaatan ruang, penggunaan sumber daya alam, barang prasarana, sarana atau fasilitas tertentu guna melindungi kepentingan umum dan menjaga kelestarian lingkungan.

Jenis Retribusi Daerah dibagi menjadi tiga golongan, yaitu:[3]

1. Retribusi Jasa Umum

Retribusi Jasa Umum ditetapkan denga Peraturan Pemerintah dengan criteria-kriteria sebagai berikut:

[3] Op.Cit., Adrian Sutedi, hlm 16

a. Retribusi Jasa Umum bersifat bukan pajak dan bersifat bukan Retribusi Jasa Usaha atau Retribusi Perizinan Tertentu.
b. Jasa yang bersangkutan merupakan kewenangan daerah dalam rangka pelaksanaan desentralisasi;
c. Jasa tersebut memberi manfaat khusus bagi orang pribadi atau badan yang diharuskan membayar retribusi, disamping untuk melayani kepentingan dan kemanfaatan umum;
d. Jasa tersebut layak untuk dikenakan retribusi;
e. Retribusi tidak bertentangan dengan kebijakan nasional mengenai pentelenggaraannya;
f. Retribusi dapat di panggul secara efektif dan efisien, serta merupakan salah satu sumber pendapatan daerah yang potensial; dan
g. Pemungutan Retribusi memungkinkan penyediaan jasa tersebut dengan tingkat dan atau kualitas pelayanan yang lebih baik.

Jenis-jenis Retribusi Jasa Umum adalah;

a. Retribusi Pelayanan Kesehatan
b. Retribusi Pelayanan Persampahan/ Kebersihan
c. Retribusi Penggantian Biaya Cetak Kartu Tanda Penduduk dan Akte Catatan Sipil
d. Retribusi Pelayanan Pemakaman dan Pengabuan Mayat
e. Retribusi Pelayanan Parkir di Tepi Jalan Umum

f. Retribusi Pelayanan Pasar

g. Retribusi Pengujian Kendaraan Bermotor

h. Retribusi Pemeriksaan Alat Pemadam Kebakaran

i. Retribusi Penggantian Biaya Cetak Peta

j. Retribusi Pengujian Kapal Perikanan

2. Retribusi Jasa Usaha

Retribusi Jasa Usaha ditetapkan dengan peraturan Pemerintah dengan kriteria-kriteria sebagai berikut;

a) Retribusi Jasa Usaha bersifat bukan pajak dan bersifat bukan Retribusi Jasa Umum atau Retribusi Perizinan Tertentu; dan

b) Jasa yang bersangkutan adalah jasa yang bersifat komersial yang seyogyanya disediakan oleh sektor swasta tetapi belum memadai atau terdapatnya harta dimiliki/ dikuasai daerah yang belum dimanfaatkan secara penuh pleh Pemerintah Daerah.

1. Termasuk pada jenis Retribusi Jasa Usaha adalah:

    a) Retribusi Pemakaian Kekayaan Daerah;

    b) Retribusi Pasar Grisor dan/ atau Pertokoan;

    c) Retribusi Tempat Pelelangan;

    d) Retribusi Terminal;

    e) Retribusi Tempat Khusus Parkir;

    f) Retribusi Tempat Penginapan/ Pesanggrahan/ Villa;

g) Retribusi Penyedotan Kakus;

h) Retribusi Rumah Potong Hewan;

i) Retribusi Pelayanan Pelabuhan Kapal;

j) Retribusi Tempat Rekreasi dan Olah Raga;

k) Retribusi Penyebrangan di Atas Air;

l) Retribusi Pengolahan Limbah Cair;

m) Retribusi Penjualan Produksi Daerah.

3. Retribusi Perizinan Tertentu

Retribusi Perizinan Tertentu ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah dengan Kriteria-kriteria sebagai berikut;

a. perizinan tersebut termasuk kewenangan pemerintahan yang diserahkan kepada daerah dalam rangka asas desentralisasi;
b. perizinan tersebut benar-benar diperlukan guna melindungi kepentingan umum; dan
c. biaya yang menjadi beban daerah dalam penyelenggaraan izin tersebut dari biaya untuk menanggulangi dampak negatif dari perizinan tersebut cukup besar sehingga layak dibiayai dari Retribusi perizinan.

Sedangkan jenis Retribusi Perizinan Tertentu adalah;

a. Retribusi Izin Mendirikan Bangunan;
b. Retribusi Tempat Penjualan Minuman Beralkohol;
c. Retribusi Izin Gangguan;

d. Retribusi Izin Trayek.

B. Objek Retribusi Daerah

Indonesia adalah negara yang menjadikan pajak sebagai salah satu sumber pendapatannya. Pajak Indonesia banyak sekali macamnya, mulai dari pajak penghasilan, pajak pertambahan nilai, pajak iklan**,** dan lain-lain. Oleh karena itu pajak iklan merupakan pajak yang dibayarkan atas iklan yang telah dibuat. Pembayaran pajak iklan sifatnya wajib.

Ciri utama yang menunjukkan suatu daerah otonom mampu berotonomi yaitu terletak pada kemampuan keuangan daerah. Artinya, daerah otonom harus memiliki kewenangan dan kemampuan untuk menggali sumber-sumber keuangan sendiri, mengelola dan menggunakan keuangan sendiri yang cukup memadai untuk membiayai penyelenggaraan pemerintahan daerahnya.

Ketergantungan kepada bantuan Pusat harus seminimal mungkin, sehingga Pendapatan Asli Daerah, khususnya pajak dan retribusi daerah harus menjadi bagian sumber keuangan terbesar, yang didukung oleh kebijakan perimbangan keuangan Pusat dan Daerah sebagai prasyarat mendasar dalam sistem pemerintahan negara. Berkaitan dengan hal tersebut, optimalisasi sumber-sumber Pendapatan Asli Daerah perlu dilakukan untuk meningkatkan kemampuan keuangan daerah. Untuk itu diperlukan intensifikasi dan ekstensifikasi subyek dan objek pendapatan. Dalam jangka pendek kegiatan yang paling mudah dan dapat segera dilakukan adalah dengan melakukan intensifikasi terhadap objek atau sumber pendapatan daerah yang sudah ada terutama melalui pemanfaatan teknologi informasi. Melakukan dengan efektivitas

dan efisiensi sumber atau objek pendapatan daerah, maka akan meningkatkan produktivitas Pendapatan Asli Daerah tanpa harus melakukan perluasan sumber atau objek pendapatan baru yang memerlukan studi, proses dan waktu yang panjang. Dukungan teknologi informasi secara terpadu guna mengintensifkan pajak mutlak diperlukan karena sistem pemungutan pajak yang dilaksanakan selama ini cenderung tidak optimal. Masalah ini tercermin pada sistem dan prosedur pemungutan yang masih konvensional dan masih banyaknya sistem berjalan secara parsial, sehingga besar kemungkinan informasi yang disampaikan tidak konsisten, versi data yang berbeda dan data tidak *up-to-date*. Permasalahan pada sistem pemungutan pajak cukup banyak, misalnya baik dalam hal data wajib pajak/retribusi, penetapan jumlah pajak, jumlah tagihan pajak dan target pemenuhan pajak yang tidak optimal.

Secara umum, upaya yang perlu dilakukan oleh Pemerintah Daerah dalam rangka meningkatkan pendapatan daerah melalui optimalisasi intensifikasi pemungutan pajak daerah dan retribusi daerah, antara lain dapat dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut : [4]

1. Memperluas Basis Penerimaan

   Tindakan yang dilakukan untuk memperluas basis penerimaan yang dapat dipungut oleh daerah, yang dalam perhitungan ekonomi dianggap potensial, antara lain yaitu mengidentifikasi pembayar pajak baru/potensial dan jumlah pembayar pajak, memperbaiki basis data

[4] www.blogirmadevita.com Data diakses pada hari Jum'at Tanggal 27 Mei 2011, pada pukul 18.23 WIB

objek, memperbaiki penilaian, menghitung kapasitas penerimaan dari setiap jenis pungutan.

2. Memperkuat Proses Pemungutan

   Upaya yang dilakukan dalam memperkuat proses pemungutan, yaitu antara lain mempercepat penyusunan Perda, mengubah tarif, khususnya tarif retribusi dan peningkatan SDM.

3. Meningkatkan Pengawasan

   Hal ini dapat ditingkatkan yaitu antara lain dengan melakukan pemeriksaan secara dadakan dan berkala, memperbaiki proses pengawasan, menerapkan sanksi terhadap penunggak pajak dan sanksi terhadap pihak fiskus, serta meningkatkan pembayaran pajak dan pelayanan yang diberikan oleh daerah.

4. Meningkatkan efisiensi administrasi dan menekan biaya pemungutan

   Tindakan yang dilakukan oleh daerah yaitu antara lain memperbaiki prosedur administrasi pajak melalui penyederhanaan admnistrasi pajak, meningkatkan efisiensi pemungutan dari setiap jenis pemungutan.

5. Meningkatkan kapasitas penerimaan melalui perencanaan yang lebih baik. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan koordinasi dengan instansi terkait di daerah.

Selanjutnya, ekstensifikasi perpajakan juga dapat dilakukan, yaitu melalui kebijaksanaan Pemerintah untuk memberikan kewenangan perpajakan yang lebih besar kepada daerah pada masa mendatang. Untuk itu, perlu adanya

perubahan dalam sistem perpajakan Indonesia sendiri melalui sistem pembagian langsung atau beberapa basis pajak Pemerintah Pusat yang lebih tepat dipungut oleh daerah. Berkaitan dengan hal tersebut, ada gagasan yang berkembang di kalangan para pakar internasional, akademisi maupun praktisi di bidang desentralisasi fiskal, untuk menambahkan *taxing power* kepada Pemerintah Daerah[5]. Di lain pihak, dilihat dari sisi kewenangan yang menjadi tanggung jawab Daerah. Namun demikian, otonomi daerah dalam kerangka Negara Kesatuan Republik Indonesia, bukan hanya semata diukur dari jumlah Pendapatan Asli Daerah yang dapat dicapai tetapi lebih dari itu yaitu sejauh mana pajak daerah dan retribusi daerah dapat berperan mengatur perekonomian masyarakat agar dapat bertumbuh kembang, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat di daerah.

Adapun yang menjadi Objek Retribusi Daerah terdiri dari:[6]

1. Jasa Umum, yaitu berupa pelayanan yang disediakan atau diberikan Pemerintah Daerah untuk Tujuan kepentingan dan kemanfaatan umum serta dapat dinikmati oleh orang pribadi atau badan.
2. Jasa Usaha, yaitu berupa pelayanan yang disediakan oleh Pemerintah Daerah dengan menganutn prinsip komersial.
3. Perizinan Tertentu, yaitu kegiatan tertentu Pemerintah Daerah dalam rangka pemberian izin kepada orang pribadi atau badan yang dimaksudkan untuk pembinaan, pengaturan, pengendalian, dan pengawasan atas kegiatan pemanfaatan ruang , penggunaan sumber

[5] *www.harrywaluya.wordpress.com/category/perimbangan-keuangan/pajakretribusi-daerah*. data diunduh pada Hari Kamis, Tanggal 28 April 2011, pukul 09.36 WIB
[6] *Op.Cit*.

daya alam, barang, prasarana, sarana, atau fasilitas tertentu guna melindungi kepentingan umum dan menjaga kelestarian lingkungan.

Sedangkan Subjek Retribusi Daerah sebagai berikut:

1. Retribusi Jasa Umum adalah orang pribadi atau badan yang menggunakan/ menikmati pelayanan jasa umum yang bersangkutan.
2. Retribusi Jasa Uasaha adalah orang pribadi atau badan yang menggunakan/ menikmati pelayanan jasa usaha yang bersangkutan.
3. Retribusi Perizinan Tertentu adalah orang pribadi atau badan yang memperoleh izin tertentu dari Pemerintah Daerah.

Selanjutnya, prinsip dan sasaran penetapan tarif Retribusi Daerah sebagai berikut;

1. Retribusi Jasa Umum, berdasarkan kebijakan daerah dengan mempertimbangkan biaya penyediaan jasa yang bersangkutan, kemampuan masyarakat, dan aspek keadilan;
2. Retribusi Jasa Usaha, berdasarkan pada tujuan untuk memperoleh keuntungan yang layak sebagaimana keuntungan yang pantas diterima oleh pengusaha swasta sejenis yang beroperasi secara efisien dan beorientasi pada harga pasar;
3. Retribusi Perizinan Tertentu, berdasarkan pada tujuan untuk menutup sebagian atau seluruh biaya penyelenggaraan pemberian izin yang bersangkutan.

Penetapan tarif retribusi dapat ditinjau kembali paling lama 5 (lima) tahun sekali. Tata cara pelaksanaan pemungutan retribusi ditetapkan oleh Kepala Daerah. Piutang retribusi yang tidak mungkin ditagih lagi karena hak untuk melakukan penagihan sudah kadaluwarsa dapat dihapuskan. Penghapusan Piutang retribusi Daerah Propinsi dan Piutang retribusi Daerah Kabupaten/Kota yang sudah kadaluwarsa dilakukan dengan keputusan yang masing-masing ditetapkan oleh Gubernur dan Bupati/ Walikota. Tata cara penghapusan piutang retribusi yang sudah kadaluwarsa diatur dengan Peraturan Pemerintah.

C. Perhitungan Pajak Iklan

1. Iklan Papan Nama/ *Billboard*/ *Megatron*

Sebuah Perusahaan, memasang Iklan *billboard* dengan konten dengan suatu konten iklan tertentu, misalkan iklan penjualan produk peralatan kantor, maka sebagai perhitungan jumlah muka iklan yang terpasamg 1 (satu) dan ukuran iklan yaitu panjang = 6 meter, lebar = 4 meter. iklan dipasang dengan ketinggian 9 meter dari permukaan tanah, lama penyelenggaraan iklan 365 hari (1 tahun). Dari data tesebut maka:

1. Luas Iklan : 4 m x 6 m = 24 m2
2. Ketinggian Iklan = 9 m
3. Lama Penyelenggaraan = 365 hari
4. Tarif Pajak iklan *Billboard* = 15%

5. Tarif Retribusi Penggunaan Tanah dan Atau Bangunan Yang Dikuasi Pemerintah Daerah Untuk Pemasangan Iklan = Rp. 600 sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No 5 Tahun 2009, Pasal 13.
6. Wilayah pemasangan iklan masuk pada kelompok kawasan tertentu.
7. iklan dipasang diluar gedung dan dalam sarana pemerintah sehingga :
   a. Tarif Nilai Strategis (lihat tabel pasal 14) = Rp. 2.100,-
   b. Tarif Nilai Jual Iklan Per m2 (lihat tabel pasal 15 ayat 3) = Rp. 250.000,-

Cara Perhitungan Pajak Iklan tersebut adalah sebagai berikut[7]:

a. Tarif Nilai Strategis Rp. 2.100,-

b. Tarif Nilai Jual Obyek Pajak Iklan Per M2 Rp. 250.000,-

c. Nilai Strategis Iklan

Lama Penyelenggaraan x Luas Iklan x Jumlah Muka x Tarif

365 hari x 24 m2 x 1 Muka x Rp. 2.100,-

d. Nilai Jual Obyek Pajak

Luas Iklan x Jumlah Muka x Tarif

24 m2 x 1 muka x Rp. 250.000,-

Rp. 6.000.000,-

e. Nilai Sewa Iklan

Nilai Strategis + Nilai Jual Obyek Pajak

Rp. 18.396.000,- + Rp. 6.000.000,-

Rp. 24,396,000,-

[7] www.konsultasipajakonline.net Data diakses pada Hari Jum'at, Tanggal 27 Mei 2011 Pukul 20.32 WIB

f. Jumlah Pajak Iklan

Nilai Sewa Iklan x Tarif Pajak Iklan *Billboard*

Rp. 24,396,000,- x 15%

Rp. 3,660,000,-

g. Jumlah Tambahan Pajak Iklan

Jumlah Pajak Iklan x Tarif Tambahan Pajak (%)

Rp. 0,-

h. Jumlah Keseluruhan Pajak Iklan

Jumlah Pajak Iklan + Jumlah Tambahan Pajak

Rp. 24,396,000,- + 0,-

Rp. 3,660,000,-

i. Retribusi Penyelenggaraan Iklan (IPI)

Luas x Tarif x Lama Penyelenggaraan Iklan

24 m2 x Rp. 600 x 365 hari

Rp. 5,256,000,-

j. Jumlah yang harus dibayarkan

Jumlah Pajak Iklan + Jumlah Retribusi Iklan

Rp. 3,659,400,- + Rp. 5,256,000,-

Rp. 8.916.000,-

Contoh 2 :[8]

[8] *Ibid*, www.konsultasipajakonline.net.

Sebuah Toko Bangunan yang terletak di Sekupang memasang papan nama bersangkutan. Ukuran reklame yang dipasang yaitu panjang = 4 meter, lebar = 0.5 meter.

Iklan dipasang dengan ketinggian 4 meter dari permukaan tanah, lama penyelenggaraan iklan 365 hari (1 tahun).

Dari data tesebut maka :

1. Luas Iklan : 4 m x 0.5 m = 2 m2
2. Ketinggian Iklan = 4 m
3. Lama Penyelenggaraan = 365 hari
4. Tarif Pajak Iklan *Billboard* = 15%
5. Tarif Retribusi Iklan = 25%
6. Wilayah pemasangan iklan di Sekupang masuk pada kelompok kawasan B. (sesuai dengan Peraturan daerah masing-masing)
7. Iklan dipasang diluar gedung dan diluar sarana pemerintah sehingga:
   a. Tarif Nilai Strategis (Pasal 14) = Rp. 1.600,-
   b. Tarif Nilai Jual Per m2 (Pasal 15 ayat 3) = Rp. 225.000,-

Cara Perhitungan Pajak Iklan tersebut adalah sebagai berikut :[9]

a. Tarif Nilai Strategis Rp. 1,600,-

b. Tarif Nilai Jual Obyek Pajak Per M2 Rp. 225.000,-

c. Nilai Strategis Iklan

[9] *Ibid,* www.konsultasipajakonline.net.

Lama Penyelenggaraan x Luas Iklan x Jumlah Muka x Tarif

365 hari x 2 m2 x 1 Muka x Rp. 1.600,-

Rp. 1,168,000,-

d. Nilai Jual Obyek Pajak

Luas Iklan x Jumlah Muka x Tarif

2 m2 x 1 muka x Rp. 225.000,-

Rp. 450,000,-

e. Nilai Sewa Iklan

Nilai Strategis + Nilai Jual Obyek Pajak

Rp. 1,168,000,- + Rp. 450,000,-

Rp. 1,618,000,-

f. Jumlah Pajak Iklan Rp. 243,000,-

Nilai Sewa Iklan x Tarif Pajak Iklan *Billboard*

Rp. 1,618,000,- x 15%

g. Jumlah Tambahan Pajak Iklan

Nilai Pajak Iklan x Tarif Tambahan Pajak (%)

Rp. 0,-

h. Jumlah Keseluruhan Pajak Iklan

Jumlah Pajak Iklan + Jumlah Tambahan Pajak

Rp. 1,618,000,- + 0,-

Rp. 243,000,-

i. Retribusi Penyelenggaraan Iklan (IPI)

Jumlah Pajak Iklan x Tarif RIPI

Rp. 243,000,- x 25%

Rp. 61,000,-

j. Jumlah yang harus dibayarkan

Jumlah Pajak Iklan + Jumlah Retribusi Iklan

Rp. 243,000,- + Rp. 61,000,-

Rp. 304.000,-

Contoh 1 :[10]

Sebuah Outlet Pakaian Jadi berjualan pada outlet bersangkutan dengan posisi iklan di dalam gedung. Ukuran iklan yang dipasang yaitu panjang = 2 meter dan lebar = 0.5 meter. Iklan dipasang selama 365 hari (1 tahun). Dari data tesebut maka :

1. Luas Iklan : 2 m x 0.5 m = 1 m2
2. Lama Penyelenggaraan = 365 hari
3. Tarif Pajak Iklan *Billboard* = 15%
4. Tarif Retribusi Iklan = 25%
5. Wilayah pemasangan iklan masuk pada kelompok kawasan A. (Lihat Peraturan
6. Iklan dipasang didalam gedung dan diluar sarana pemerintah sehingga :
   a. Tarif Nilai Strategis (lihat tabel pasal 14) = Rp. 900,-
   b. Tarif Nilai Jual Per m2 (lihat tabel pasal 15 ayat 3) = Rp. 250.000,-

[10] *Ibid,* www.konsultasipajakonline.net, 2011.

Cara Perhitungan Pajak Iklan tersebut adalah sebagai berikut :

a. Tarif Nilai Strategis Rp. 900,-

b. Tarif Nilai Jual Obyek Pajak Per M2 Rp. 250.000,-

c. Nilai Strategis Iklan

Lama Penyelenggaraan x Luas Iklan x Jumlah Muka x Tarif

365 hari x 1 m2 x 1 Muka x Rp. 1.600,-

Rp. 328,500,-

d. Nilai Jual Obyek Pajak

Luas Iklan x Jumlah Muka x Tarif

2 m2 x 1 muka x Rp. 250.000,-

Rp. 250,000,-

e. Nilai Sewa Iklan

Nilai Strategis + Nilai Jual Obyek Pajak

Rp. 328,500,- + Rp. 250,000,-

Rp. 578,500,-

f. Jumlah Pajak Iklan

Nilai Sewa Iklan x Tarif Pajak Iklan *Billboard*

Rp. 578,500,- x 15%

Rp. 87,000,-

g. Jumlah Tambahan Pajak Iklan

Nilai Pajak Iklan x Tarif Tambahan Pajak (%)

Rp. 0,-

h. Jumlah Keseluruhan Pajak Iklan

Jumlah Pajak Iklan + Jumlah Tambahan Pajak

Rp. 87,000,- + 0,-

Rp. 87,000,-

i. Retribusi Penyelenggaraan Iklan (IPI)

Jumlah Pajak Iklan x Tarif RIPI

Rp. 87,000,- x 25% = 22.000,-

j. Jumlah yang harus dibayarkan

Jumlah Pajak Iklan + Jumlah Retribusi Iklan

Rp. 87,000,- + 50.000,-

Rp. 137,000,-

2. Iklan Selain Papan Nama/*Billboard/Megatron*

Contoh 2 :[11]

Dalam rangka pagelaran musik, sebuah perusahaan minuman berenergi non alkohol memasang spanduk berukuran panjang 4 m dan lebar 0.5 m, jumlah spanduk yang dipasang sebanyak 20 lembar. Lama pemasangan iklan spanduk tersebut 10 hari.

Dari data tesebut maka:

1. Luas Iklan : 4 m x 0.5 m = 2 m2
2. Jumlah Spanduk = 20 lembar
3. Tarif Jual Obyek Pajak (berdasarkan tabel) = Rp. 20.000 per m2

[11] *Ibid,* www.konsultasipajakonline.net, 2011.

4. Lama Penyelenggaraan = 10 hari

5. Tarif Pajak Iklan *Billboard* = 5%

Cara Perhitungan Pajak Iklan tersebut adalah sebagai berikut :

a. Tarif Jual Obyek Pajak Per M2 Rp. 20.000,-

b. Luas Iklan

Panjang x Lebar 2 M2

c. Nilai Jual Obyek Pajak

Tarif Jual Obyek Pajak x Luas Iklan

20.000,- x 2 m2

Rp. 40.000,-

d. Nilai Sewa Iklan

Nilai Jual Obyek Pajak x Lama Penyelenggaraan

40.000,- x 10 hari

Rp. 400.000,-

e. Jumlah Pajak Iklan

Nilai Sewa Iklan x Tarif Pajak Iklan Bukan *Billboard*

Rp. 400,000,- x 5%

Rp. 20,000,-

f. Jumlah Tambahan Pajak Iklan

Jumlah Pajak Iklan x Tarif Tambahan Pajak (%)

Rp. 0,-

g. Jumlah Keseluruhan Pajak Iklan

Jumlah Pajak Iklan + Jumlah Tambahan Pajak x Jumlah

Spanduk

(Rp. 20,000,- + 0,-) x 20 Lembar

Rp. 400,000,-

Contoh 3 :[12]

Sebuah perusahaan nasional bergerak dibidang telekomunikasi memasang banner berukuran panjang 2.5 m dan lebar 2 m dipasang dibeberapa distributor resmi. Jumlah keseluruhan banner yang dipasang sebanyak 10 lembar. Lama pemasangan iklan banner tersebut 30 hari.

Dari data tesebut maka :

1. Luas Iklan : 2.5 m x 2 m = 5 m2
2. Jumlah Iklan = 10 lembar
3. Tarif Jual Obyek Pajak (berdasarkan tabel) = Rp. 20.000 per m2
4. Lama Penyelenggaraan = 30 hari
5. Tarif Pajak Iklan *Billboard* = 5%

Cara Perhitungan Pajak Iklan tersebut adalah sebagai berikut :

a. Tarif Jual Obyek Pajak Per M2 Rp. 20.000,-

b. Luas Iklan

Panjang x Lebar

5 M2

c. Nilai Jual Obyek Pajak

Tarif Jual Obyek Pajak x Luas Iklan

[12] *Ibid,* www.konsultasipajakonline.net, 2011.

20.000,- x 5 m2

Rp. 100.000,-

d. Nilai Sewa Iklan

Nilai Jual Obyek Pajak x Lama Penyelenggaraan

100.000,- x 30 hari

Rp. 3.000.000,-

e. Jumlah Pajak Iklan

Nilai Sewa Iklan x Tarif Pajak Iklan Bukan *Billboard*

Rp. 3,000,000,- x 5%

Rp. 150,000,-

f. Jumlah Tambahan Pajak Iklan

Jumlah Pajak Iklan x Tarif Tambahan Pajak (%)

Rp. 0,-

g. Jumlah Keseluruhan Pajak Iklan

Jumlah Pajak Iklan + Jumlah Tambahan Pajak x Jumlah Banner

(Rp. 150,000,- + 0,-) x 10 Lembar

Rp. 1.500,000,-

Dengan demikian, jumlah pajak dan retribusi iklan dibulatkan kedalam pembulatan 1000 (seribu). Jika Konten iklan berupa rokok, dikenakan tambahan pajak iklan sebesar 20% dan Minuman Keras sebesar 30% dari jumlah pajak iklan.

3. Penghitungan Pajak Iklan

Secara rinci, evaluasi *Monitoring* Pemerintahan Daerah Pajak dan Retribusi Daerah. Sebagai berikut :

1. Peraturan Daerah Provinsi
    a. Peraturan Daerah Pajak = 30 Provinsi x 14 Jenis Pajak = 120 .
    b. Peraturan Daerah Retribusi = 30 Provinsi x 15 Jenis Retribusi = 450
2. Perda Kabupaten/Kota
    a. Peraturan Daerah Pajak = 370 Kabupaten/Kota x 7 Jenis Pajak = 2.590
    b. Peraturan Daerah Retribusi = 370 Kabupaten/Kota x 28 Jenis Retribusi = 10.360
3. Total Seharusnya Diterima = 13.520
    a. Peraturan Daerah Yang Sudah Diterima = 7.238 (53,5% dari Peraturan Daerah)
    b. Peraturan Daerah Yang Belum Diterima = 6.282 (46,5% dari Peraturan Daerah)
    c.Peraturan Daerah Yang Sudah Dievaluasi = 4,419
    d. Rekomendasi Pembatalan dan Revisi = 600.[13]

4. Pemasangan Iklan Melalui Media Internet

Internet adalah sebuah kenyataan yang tidak lagi dapat diabaikan oleh para pengiklan dan pemasar. Penelitian dengan fokus pada pengaruh

[13] Laporan Kinerja Satu Tahun Departement Keuangan, Jakarta, 19 Oktober 2005, hlm 89.

efek ekonomi dari internet yang diselenggarakan oleh Departemen Perdagangan. Iklan selalu dibutuhkan dalam dunia bisnis untuk mengenalkan suatu produk atau jasa pada masyarakat luas, sehingga dibutuhkan iklan untuk mempromosikannya. Jika kita lihat di pinggir jalan, banyak bertebaran papan-papan iklan mulai dari kecil sampai besar. Spanduk, plakat, sampai kertas selebaran, juga bisa dijadikan iklan.radio dan televisi juga tak lepas dari pemasangan iklan.

Internet sebagai media informasi yang tanpa batas, saat ini sudah berkembang dengan pesat. Saat ini, beberapa orang mengetahui internet. Melalui perkembangan yang pesat tersebut, internet merupakan tempat pemasangan iklan yang favorit saat ini. Bisnis iklan di internet juga berkembang dengan pesat saat ini selaras dengan banyaknya permintaan iklan yang dipasang di internet. Pemasangan iklan di *google* dan *facebook* merupakan favorit bagi mereka yang ingin beriklan di internet. Namun pemasangan iklan di *google* dan *facebook* tersebut kuranglah akurat terutama bagi mereka yang beriklan di internet dengan target lokal indonesia.

Pemasangan iklan yang benar dan tepat sasaran, menjadi idaman bagi meraka yang beriklan di internet. Jenis dan macam iklan banyak bertebaran di internet seperti iklan *pay per click,* cost per click*,* pay per review*,* cost per impression*, cost per action,* cost per lead*,* cost per *engagement*, kadang membuat bingung calon pemasang iklan di internet.[14] Cara beriklan di internet ini, masing-masing memiliki kelebihan dan

[14] Adrian sutedi, *Hukum Pajak dan Rretribusi Daerah,* Ghalia Indonesia, Bogor, hal 102

kekurangan jika dibanding dengan lainnya. Pemilihan untuk beriklan di internet harus disesuaikan dengan target dan sasaran iklan yang akan dipasarkan tersebut.

Iklan di internet harus di sesuaikan dengan target dan sasaran pemasaran iklan tersebut. Jika target pemasaran iklan di kota, harus juga mengikuti suasana kota. Demikian juga jika sasaran pemasaran iklan di desa, harus disesuaikan dengan suasana desa pula. Sebagai contoh, jika target dan sasaran iklan tersebut adalah umum dan *targeting* bisa berubah-ubah bisa laki-laki, bisa perempuan, bisa tua, bisa muda, bisa penduduk kota, bisa juga penduduk desa.

Pelaku usaha iklan membutuhkan perencanaan yang matang untuk membuat iklannya dan juga penyebaran iklannya akan mengalami banyak kendala. Dengan banyaknya kendala pada cara beriklan di *internet*, maka saat ini banyak juga bermunculan jasa pemasangan iklan di *internet*. Beriklan di *internet* yang seharusnya mudah, karena banyak permasalahan dan kendala yang muncul, masih memerlukan jasa pemasangan iklan. Baik beriklan di internet melalui google atau beriklan di internet melalu *facebook* membutuhkan jasa pemasangan iklan.

Jasa pemasangan iklan di internet tersebut, asalnya juga muncul dari permasalahan yang sering terjadi pada beriklan di internet terutama di *google* dan *facebook*. Pemasangan Iklan melalui Internet juga membutuhkan pengalaman yang banyak tentang cara pemasangan iklan di *internet* Pemasang iklan harus tahu macam dan sistem dari iklan yang nantinya di

ikuti. Tidak ada sistem yang sempurna. Semua sitem beriklan di internet ada kelebihan dan kekurangan masing-masing. Tapi cara beriklan di internet secara cepat dan tepat tanpa peraturan yang menyulitkan harus di telaah lebih jauh.

Contoh kasus pemasangan iklan yang dilakukan melalui media internet dimana tidak melalui pengenaan pajak sebagaimana pemasangan reklame pada umumnya, yaitu: terdapat produk atau bisnis, untuk dilakukan penjualan. Bisnis di internet juga begitu. Produk atau sesuatu yang dijual biasanya diwakili oleh sebuah *website* (baik berupa jualan produk sendiri atau produk orang lain). Jika menjual produk orang lain, biasanya akan diberikan sebuah *web* replika, yang akan mencatat semua transaksi yang terjadi di *web* replika itu. Selanjutnya untuk menghasilkan penjualan, perlu marketing atau promosi. Disini yang dipromosikan adalah *website* atau *web* replika itu baik dengan cara cepat (misalnya pasang iklan berbayar atau *email broadcast* ke *list member)* ataupun dengan cara lambat. cara cepat mendatangkan pengunjung ke *website* atau *web* replika yang dilakukan melalui iklan berbayar[15]. Pada prinsipnya sama juga dengan cara promosi dalam dunia bisnis pada umumnya, yaitu untuk mendapatkan hasil penjualan yang cepat, maka pilihan yang paling baik adalah dengan cara memasang iklan, entah itu di surat kabar, majalah, radio, televisi, dan lain sebagainya.

Sedangkan tentang iklan *Pay Per Click (PPC),* ada beberapa model atau cara memasang iklan berbayar. Namun yang paling banyak digunakan

[15] http://internetbisnis.net/panduan-cara-memasang-iklan-di-internet/ Data diakses pada hari Jumat, tanggal 29 April 2011, pukul 16.20 wib

adalah versi atau model iklan *Pay Per Click advertising (PPCA)*. Sistem perhitungan biayanya adalah berdasarkan_berapa banyak jumlah klik yang terjadi pada Iklan. Itu sebabnya jenis iklan ini disebut iklan pay per click, atau iklan yang dibayar per jumlah klik yang terjadi. Rata-rata biaya *Pay Per Click (PPC)* berbagai cara pemasaran pada media internet sebagai berikut :

a. Iklan *Banner Situs Web* bisnis ke Bisnis = $2,10
b. Iklan kata kunci *Search Engine* = $1,70
c. Iklan *Banner* Situs *Web* Konsumen = $0,93
d. Program-Program Undian Internet = $0,45.[16]

[16] Monle Lee dan Carla Johnson, Prinsip-Prinsip pokok Periklanan dalam Perspektif Global, Kencana, Jakarta, 2004, hal 37