BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan analisis yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya maka dapat diambil simpulan sebagai berikut :

1. **Pengaturan hukum bagi pelaku usaha yang melakukan pemasangan iklan melalui media internet berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum Perpajakan merupakan bagian dari pemungutan Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.**

   Hal ini diatur dalam Pasal 35 Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000. Berdasarkan pasal tersebut pengenaan pajak iklan termasuk kepada Pajak Kabupaten/ Kota. Ketentuan tersebut diatur lebih lanjut dalam Pasal 25 Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 tentang Pajak Daerah Pada Pajak Iklan, bahwa tidak semua penyelenggaraan iklan dikenakan pajak. Ada beberapa pengecualian yang tidak termasuk Obyek Pajak salah satunya mengenai penyelenggaraan reklame melalui internet, televise, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan dan sejenisnya.

2. **Implikasi pelaporan Surat Pemberitahuan Pajak (SPT) dalam pemasangan iklan melalui media internet dihubungkan dengan**

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Ketentuan Umum Perpajakan Juncto Surat Edaran Direktur Jendral Pajak Nomor 10/Pj.3/1998 Tanggal 15 Juni 1998 Tentang Perlakuan Perpajakan Perusahaan Periklanan.

Pemungutan pajak iklan merupakan suatu perbuatan melalui suatu media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial digunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan, atau memujikan suatu barang, jasa atau orang, ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa, atau orang yang ditempatkan atau yang dapat dilihat, dibaca, dan atau didengar dari suatu tempat oleh umum, kecuali yang dilakukan oleh pemerintah. Berdasarkan Pasal 55 Undang-undang tersebut ijin penyelenggaraan iklan dilakukan dengan mengajukan surat permohonan penyelenggaraan reklame dan pemasangan iklan yang dilakukan melalui media internet dimana tidak melalui pengenaan pajak sebagaimana pemasangan iklan pada umumnya. Hal ini disebabkan produk atau sesuatu yang dijual biasanya diwakili oleh sebuah *website*.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang penulis kemukakan di atas maka masukan atau saran bagi pemerintah adalah sebagai berikut :

1. Pendataan kembali subjek dan objek subjek dan objek pajak iklan yang sudah ada sehingga dapat diketahui potensi yang sebenarnya melalui pemutakhiran data subjek dan objek pajak iklan. Selain itu proses

penetapan target seharusnya memperhatikan potensi yang sebenarnya sehingga pemerintah akan terpacu untuk mencapai target tersebut dan dapat meningkatkan penerimaan pajak iklan.

2. Sistem pemasangan iklan melalui media internet perlu mendapat pengaturan lebih khusus, sehingga dapat menjadi sumber pendapat bagi negara. Hal ini disebabkan dalam pemasangan iklan pada media internet, wajib pajak seharusnya melaporkan perhitungan dan pembayaran pajak menurut ketentuan peraturan perpajakan yang berlaku, sehingga hendaknya lebih ditingkatkan lagi koordinasi dan pengawasan oleh satuan kerja perangkat daerah dalam hal ini tim penyelenggara perijinan iklan yang dilakukan melalui media internet, sehingga terhadap pelaksanaan pemungutan pajak iklan tidak terjadi penyimpangan dalam pemungutan dan pelaporan penerimaan pajak iklan. Pemberian sanksi yang tegas sesuai peraturan daerah terhadap pelanggaran pajak iklan akan lebih meningkatkan kedisiplinan terhadap wajib pajak.