# TINJAUAN PENYELENGGARAAN DAN PEMERIKSAAN PAJAK REKLAME ROKOK DI DINAS PENDAPATAN DAERAH KOTA BANDUNG

*REVIEW AND INSPECTION ORGANIZERS*
*CIGARETTE ADVERTISMENT TAX IN BANDUNG DISPENDA*

## TUGAS AKHIR

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian Sidang
Guna Untuk Memperoleh Gelar AHLI MADYA
Program Studi Akuntansi

Oleh :

FRISKA SARI DEWI

21310044




**PROGRAM STUDI AKUTANSI**
**FAKULTAS EKONOMI**
**UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA**
**BANDUNG**
**2013**

# ABSTRAK


| | | |
|---|---|---|
| Nama | : | Friska Sari Dewi |
| Program Studi | : | Akuntansi |
| Judul | : | Tinjauan Penyelenggaraan Dan Pemeriksaan Pajak Reklame rokok Di Dinas Pendapatan Daerah Kota Bandung |



Penelitian ini membahas tentang Penyelenggaraan Dan Pemeriksaan Pajak reklame Rokok Di Dinas Pendapatan Daerah Kota Bandung. Pemberlakuan pemerintah kota bandung membuka peluang bagi penyelenggara reklame rokok untuk menyelenggarakan reklame rokok didaerahnya. Namun pemasangan pada media ini hharus sangat selektif dan diawasi karena sasaran pasar sangat luas. Salah satunya melalui pajak reklame dan tahapan penyelenggaraan reklame harus dilalui. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tahapan proses penyelenggara dan pemeriksaan pajak reklame rokok dengan teori yang dikemukakan para ahli, serta menganalisis kendala penyelenggaraan reklame rokok diatas pendapatan daerah kota bandung.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode pengumpulan data secara observasi dan wawancara mendalam dengan teknik analisis. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa tahapan penyelenggara reklame rokok belum dilaksanakan sesuai teori, dan proses pemeriksaan belum dilaksanakan sesuai standar yang sudah ditetapkan. Namun ada kendala ditemukan dalam tiap tahapan penyelenggara reklame rokok maupun pemeriksaan reklame rokok, baik perizinan maupun pengawasan berpengaruh terhadap hilangnya sejumlah target penerimaan pajak reklame yang sudah ditentukan sebelumnya.

*This study disusses the organizers and cigarete advertisement tax inspection office revenue in Bandung. Implementation of bandung city government an opportunity for organizers to hold cigarete billboard advertising cigaretes in their respective regions. However the installation on the media to be very selective and controlled because, the target market is very board. One through advertisement tax and implementation stages of must be passed billboards. The purpose of this study was to determine how the stages of the process of organizing and advertisement tax examination with the theory suggested by experts. Organizing and analizing constrains billboard in the city revenue department bandung.*

*The approace taken in this study is the method of data collection by observation and in-dept interviews with analytical techniques. Result of this study declare that stage organizer billboard cigarete is implemented according to the theory, and the inspection process is carried out according to standars that have been defined, but there are obstacles found in each stage of the organizer advertisement and examination advertisement cigarete. Both licensing and supervision that influence the loss of a number of targets billboard tax that is predetermined.*

# PENDAHULUAN

## Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara berkembang yang terus-menerus mengembangkan perekonomiannya diantara banyaknya faktor yang dapat mengembangkan perekonomian di Indonesia, periklanan memegang peranan yang cukup penting dalam perkembangan perekonomian di Indonesia keberhasilan dari sesuatu perekonomian secara nasional banyak ditentukan oleh kegiatan-kegiatan periklanan (Purwaningwulan,2010). Keberadaan periklanan ini sangat menunjang usaha penjualan yang menentukan kelangsungan produksi serta mendukung terciptanya lapangan pekerjaan. Jika periklanan tidak ada, maka produsen dan distributor tidak dapat menjual produknya dan sebaliknya konsumen tidak memiliki informasi yang cukup mengenai produk barang dan jasa yang tersedia. Salah satu bentuk periklanan yang banyak digunakan sekarang dalam bentuk reklame. Itulah sebabnya periklanan merupakan salah satu faktor penting dalam mengembangkan perekonomian Indonesia.

Salah satu produsen yang menggunakan reklame dalam memasarkan produknya adalah produsen rokok. Jika dilihat dari produksi rokoknya, produksi rokok di Indonesia masih cenderung tinggi walaupun kampanyenya anti rokok sedang gencar dilakukan pemerintah. Dinas Pendapatan kota Bandung merupakan unsur pelaksanaan teknis kewenangan otonomi dalam merumuskan kebijaksanaan teknis dalam melaksanakan kegiatan teknis operasional dibidang pendapatan kota Bandung, sedangkan dinas pendapatan kota Bandung mempunyai tugas mensukseskan seluruh penerimaan pajak Reklame berdasarkan peraturan daerah No.4 tahun 1999. Pajak reklame merupakan salah satu sumber penerimaan yang berasal dari sektor pajak daerah yang ada di kota bandung. Diterapkannya peraturan daerah No.4 tahun 1999 tentang pajak reklame merupakan wujud kebijakan pemerintah daerah yang harus di implementasikan dalam rangka pencapaian target penerimaan pendapatan daerah. Dalam pelaksanaan kebijakan tersebut diperlukan adanya suatu peningkatan dalam pemungutan pajak reklame, sehingga dapat membantu terlaksananya program pembangunan daerah demi terciptanya keadilan dan kesejahteraan masyarakat.

Pajak reklame merupakan pajak yang dipungut atas semua penyelenggaraan reklame baik oleh orang pribadi maupun semua penyelenggaraan badan. Alasan kenapa mengambil pajak reklame ialah dikarenakan pajak reklame dikota Bandung cukup potensial, serta reklame mudah ditemui setiap ruas jalan yang ada di kota Bandung. Pemerintah kota Bandung melihat hal tersebut merupakan potensi yang dapat dipergunakan bagi pembangunan daerah kota bandung dengan mengeluarkan Perda No.4 Tahun 1999 tentang pajak reklame dengan tujuan untuk dapat memberikan penerimaan bagi PAD kota Bandung sehingga diberikan target-target pada setiap tahunnya, tugas dan kewenangan pengimplementasianya diserahkan kepada dinas pendapatan daerah kota bandung. Hasil kebijakan yang dilakukan oleh dinas pendapatan daerah menyangkut pelaksanaan mulai dari penghimpunan data objek dan subjek pajak reklame, penentuan besarnya pajak, sampai kegiatan penagihan pajak reklame serta pengawasan penyetoraannya. Langkah-langkah yang dilakukan dalam hasil oleh dinas pendapatan daerah dapat meningkatkan dalam pencapaian target pajak reklame.

## Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang penelitian tersebut diatas, maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana tata cara permohonan izin penyelenggara pajak reklame rokok di Kota Bandung ?
2. Bagaimana proses pemeriksaan pajak reklame rokok di kota Bandung ?

**Maksud Penelitian**

Maksud yang ingin dicapai dalam penelitian ini :

1. Untuk menanamkan rasa tanggung jawab, profesionalisme, serta kedisiplinan yang nantinya akan sangat menentukan kewajiban karirnya nanti untuk mempraktikan dan menerapkan ilmu pengetahuan serta mengaplikasikan kedalam kehidupan nyata yang telah diperoleh selama masa perkuliahan.
2. Guna memberikan motivasi dalam belajar untuk memperoleh pencapaian yang lebih besar dari pada yang dicita-citakan saat ini.
3. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mahasiswa tentang ilmu perpajakan terutama sanksi atas keterlambatan pajak reklame.
4. Menerapkan materi-materi yang telah diperoleh dalam perkuliahan kedalam permasalahan yang terjadi dilapangan.

**Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitan ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana proses penyelenggaraan pajak reklame di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui bagaimana proses pemeriksaan pajak reklame rokok di Kota Bandung.

# KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

## KAJIAN PUSTAKA

Dalam kajian pustaka ini, akan dijelaskan mengenai pengertian pajak, fungsi pajak, objek dan subjek dan seterusnya yang berkaitan dengan judul yang diteliti. Kajian pustaka ini penulis ambil dari beberapa referensi yang berkaitan dengan judul penelitian.

## KERANGKA PEMIKIRAN

Dalam membiayai pembangunan salah satu upaya pemerintah daerah adalah menyerap dari sektor pajak. Hal demikian dilakukan oleh pemerintah kota bandung melalui Dinas Pendapatan dan pengelolaan keuangan dilakukan usaha-usaha peningkatan pajak reklame secara optimal untuk mengisi kas daerah yang membiayai pembangunan.

Potensi reklame di kota bandung dipandang potensial, mengingat gairah usaha dan perdagangan yang semakin meninngkat. Apabila pendapatan pajak reklame besar, kontribusi terhadap pendapatan asli daerah besar. Apabila pendapatan pajak reklame kecil, kontribusi terhadap pendapatan asli daerah juga kecil. Pajak daerah adalah satu berbagai sumber penerimaan daerah yang termasuk dalam pendapatan asli daerah juga termasuk dalam golongan pajak menurut lembaga yang memungutnya.

## TEORI

Pengertian Pajak

Istilah pajak berasal dari bahasa jawa yaitu “ajeg” yang berarti pungutan teratur pada waktu tertentu. Kemudian berangsur-angsur mengalami perubahan, maka sebutan semua “ajeg” menjadi sebutan Pa-ajeg (pengertian pajak menurut ahli Rochmat Suemitro (2010:1) yang dikutip oleh Siti Kurnia Rahayu dan Ely Suhayati. Pa-ajeg memiliki pungutan yang dibebankan kepada rakyat secara teratur, terhadap hasil bumi. Pungutan tersebut sebesar 40% dari yang dihasilkan petanni untuk diserahkan kepada raja dan pengurus desa. Penentuan besar kecilnya bagian yang diserahkan tersebut hanyalah berdasarkan adat kebiasaan semata yang berkembang pada saat itu.

Pajak merupakan iuran yang pungut oleh pemerintah kepada rakyat yang sifatnya dipaksakan, tanpa dipandang kaya ataupun miskin. Iuran pajak yang dapat dipungut oleh pemerintah ini akan digunakan untuk membiayai pengeluaran Negara. Adapun pengertian pajak yang dikemukakan para ahli dari sudut pandang yang berbeda. Bebeerapa pendapat mengenai definisi pajak yang dikemukakan para ahli sebagai berikut :

Pengertian pajak menurut S.I Djadiningrat yang dikutip oleh Siti Resmi (2009;1),menyatakan bahwa :

“ Pajak sebagai suatu kewajiban menyerahkan sebagian dari kekayaan ke kas Negara yang disebabkan suatu keadilan, kejadian dan perbuatan yang memberikan kedudukan tertentu, tetapi bukan sebagai hukuman, memurut peraturan yang ditetapkan pemerintah serta dapat dipaksakan tetapi tidak ada jasa timbal balik dari negara secara langsung untuk memelihara kesejahteraan secara umum.”

Dari pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pajak adalah iuran kepada kas Negara berdasarkan undang-undang yang dapat dipaksakan dengan tidak mendapat jasa kontraprestasi yang langsung dapat ditunjukan dan digunakan untuk membayar pengeluaran umum Negara.

Sedangkan menurut Sumarni Soehamidja yang dikutip oleh Wahluyo (2009:2) menyatakan bahwa :

" Pajak adalah iuran kepada negara (yang dapat dipaksakan) yang terutang membayarnya menurut peraturan-peraturan, dengan tidak mendapat prestasi kembali yang langsung dapat ditunjuk dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran umum berhubung dengan tugas negara yang menyelenggarakan pemerintahan."

Dari pengertian tersebut, penulis menyimpulkan bahwa pajak adalah iuran kepada Negara yang wajib dibayar menurut peraturan yang digunakan untuk membiayai pengeluaran umum yang berhubungan dengan tugas Negara untuk menyelenggarakan pemerintahan. Dari kedua definisi diatas penulis mengambil suatu kesimpulan mengenai pengertian pajak, bahwa pajak adalah iuran kepada kas Negara yang diwajibkan kepada seseorang untuk memenuhi syarat-syarat yang ditentukan oleh undang-undang yang dapat dipaksakan tanpa mendapatkan imbalan yang secara langsung dapat ditunjukan dan digunakan untuk membiayai pengeluaran umum yang berhubungan dengan tugas Negara unntuk menyelenggarakan pemerintahan.

Pengertian Reklame

Banyak ahli yang sudah mengemukakan teorinya mengenai reklame, salah satunya menurut Peraturan Daerah Kota Bandung No.19 Tahun 2009 yaitu :

" Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk, susunan dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, dipergunakan untuk memperkenalkan, atau mengujikan suatu barang, jasa, atau orang ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau yang dapat dilihat, dibaca dan didengar dari suatu tempat oleh umum, kecuali yang dilakukan oleh pemerintah."

Bentuk reklame bermacam-macam. Berdasarkan tujuan, reklame dibagi menjadi beberapa jenis reklame, antara lain :

1. Reklame Komersial (Ekonomis)

Reklame yang dibuat untuk menawarkan brang dan jasa. Dengan reklame diharapkan pembeli lebih tertarik untuk menggunakan produk yang ditawarkan dan keuntungan yang diperoleh lebih banyak. Jenis reklame ini banyak digunakan para pedagang atau pengusaha dalam meningkatkan keuntungan.

2. Reklame Non komersial (Sosial)

Reklame yang dibuat untuk mengajak atau mengimbau orang lain untuk mau melakukan sesuatu. Keuntungan yang diperoleh biasanya bukan dalam bentuk materi secara langsung.

Pajak Reklame

Pajak reklame merupakan bagian atau unit dari pajak Kabupaten / Kota yang merupakan salah satu hasil pajak daerah. Pajak reklame biasanya dipasang disetiap jalan ada pula yang melalui selebaran, stiker ataupun yang lainnya. Setiap pemasangan harus izin terlebih dahulu kepada pihak yang bersangkutan.

Pengertian Pajak Reklame menurut Peraturan Daerah Kabupaten Bandung No 19 Tahun 2009 (2009:4) yaitu:

"Pajak Reklame, adalah pungutan daerah atas penyelenggaraan reklame."

Berdasarkan uraian tersebut, pajak reklame merupakan pungutan daerah atas penyelenggaraan reklame yang dipungut berdasarkan Undang-Undang yang berlaku. Menurut Dinas pendapatan Kota bandung pajak reklame terdiri dari 2 pajak, yaitu:

1. Pajak Reklame Tetap adalah jangka waktu yang lamanya 1 (satu) bulan kalender.

2. Pajak Reklame Insidentil masa waktu lamanya penyelenggaraan reklame.

Objek pajak reklame adalah semua penyelenggaraan reklame, yaitu meliputi

a. Reklame papan/billboard/vidiotron/megatron

Reklame yang terbuat dari papan kayu, termasuk seng atau bahan lain yang sejenis, dipasang atau digantung atau dibuat pada bangunan, tembok, dinding, pagar, pohon, tiang, dan sebagainya baik yang bersinar maupun yang disinari.

b. Reklame megatron/vidiotron/large electronic display (LED)

Reklame yang menggunakan layar monitor besar berupa program reklame atau iklan bersinar dengan gambar dan atau tulisan berwarna yang dapat berubah- ubah, terprogram, dan difungsikan dengan listrik.

c. Reklame kain

Reklame yang diselenggarakan menggunakan kain, termasuk kertas, plastik, karet atau bahan lainnya yang sejenis dengan itu.

d. Reklame melekat/stiker

Reklame yang berbentuk lembaran yang lepas, diselenggarakan dengan cara disebarkan, dipasang atau digantung pada suatu benda dengan ketentuan luasnya tidak lebih dari 200 cm2 per lembar.

e. Reklame selebaran

Reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebarkan, diberikan atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempelkan, diletakkan, dipasang atau digantungkan pada suatu benda lain.

f. Reklame berjalan termasuk pada kendaraan

Reklame yang ditempatkan atau ditempelkan pada kendaraan yang diselenggarakan dengan menggunakan kendaraan atau dengan cara dibawa oleh orang.

g. Reklame udara

Reklame yang diselenggarakan di udara dengan menggunakan gas, laser, Pesawat, atau alat lain yang sejenis.

h. Reklame suara

Reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari atau oleh peralatan lain.

i. Reklame film/slade

Reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan klise berupa kaca atau film, ataupun bahan yang sejenisnya, sebagai alat untuk diproyeksikan dan atau dipancarkan pada layar atau benda lainnya yang ada di ruangan.

j. Reklame peragaan

Reklame yang diselenggarakan dengan cara peragaan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara Siahaan (Ariani,2007:22)

Pengertian Pendapatan Asli Daerah

Sebelum meninjau lebih jauh tentang pajak yang menjadi sumber pendapatan asli daerah (PAD), pada sub bab ini penulis akan menjelaskan terlebih dahulu mengenai pendapatan asli daerah (PAD). Pengertian tersebut telah diatur dalam UU No 25 tahun 1999 tentang perimbangan Keuangan Pusat dan Daerah yang dikutip oleh Dida Kurnia (2010:2), yaitu :

"Pengertian Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan semua penerimaan daerah yang berasal dari sumber-sumber ekonomi daerah."

Dari definisi tersebut penulis mengambil kesimpulan bahwa pendapatan asli daerah adalah penerimaan yang berasal dari sumber-sumber ekonomi daerah. Sedangkan pengertian Pendapatan Asli Daerah (PAD) menurut Djamu Kertabudi (2009:2), menyatakan bahwa :

"Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan penerimaan yang diperoleh daerah dari sumber-sumber dalam wilayahnya sendiri yang dipungut berdasarkan Undang-undang."

Dari definisi diatas penulis mengambil kesimpulan bahwa pendapatan asli daerah adalah penerimaan yang dipungut berdasarkan peraturan daerah yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku yang diperoleh daerah dari wilayahnya sendiri.

Pengertian Penyelenggaraan Pajak Reklame

Penyelenggaraan reklame adalah orang atau badan yang menyelenggarakan reklame baik dan atas namanya sendiri atau untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya. Sebagaimana yang diatur dalam PERDA Nomor 19 Pasal 6 Tahun 2009 tentang tata cara penyelenggaraan reklame Pajak Daerah

"penyelenggara reklame adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame, untuk itu penyelenggara harus memilik surat permohonan izin"

Pengertian Pemeriksaan Pajak Reklame

Pemeriksaan pajak reklame yang dilakukan dengan melihat prosedur pemeriksaan terhadap wajib pajak maupun objek pajak yang dilakukan oleh pemerintah melalui instansi terkait. Pengertian tersebut diatur dalam Peraturan Daerah No 19 Pasal tahun 2009

"Pemeriksaan adalah serangkaian kegiatan utuk mencari, mengumpulkan, mengolah dan/atau keterangan lainnya untuk menguji kepatuhan pemenuhan kewajiban dan untuk tujuan lain dalam rangka melaksanakan ketentuan pajak reklame"

# OBJEK DAN METODE PENELITIAN

## OBJEK PENELITIAN

Dalam melakukan sebuah penelitian yang pertama kali diperhatikan adalah objek penelitian yang akan diteliti. Dimana objek penelitian tersebut terkandung masalah yang akan dijadikan bahan penelitian untuk dicari pemecahannya.

Objek penelitian merupakan sasaran untuk mendapatkan suatu data. Sesuai dengan pendapat Sugiyono (2009:38), mendefinisikan objek penelitian sebagai berikut:

"Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya."

Sedangkan menurut Husein Umar (2008:303):

"Objek penelitian menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian. Juga dimana dan kapan penelitian dilakukan. Bisa juga ditambahkan hal-hal lain jika dianggap perlu".

Berdasarkan uraian diatas objek dalam penelitian ini adalah pajak reklame. Objek penelitian yang diambil oleh penulis dalam penelitian ini karena prosedur kontribusi penerimaan Pajak Reklame yang dilaksanakan di Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan Kota Bandung. Penulis menjadikan Pajak Reklame sebagai objek penelitian karena pajak reklame merupakan salah satu pendapatan daerah, selain itu penulis sangat tertarik untuk mengetahui lebih lanjut lagi mengenai Pendapatan Asli Daerah Dari Pajak Reklame yang merupakan salah satu pajak yang berperan dalam meningkatkan pendapatan asli daerah.

## METODE PENELITIAN

Metode yang dilakukan penulis dalam penyusunan laporan ini adalah menggunakan metode deskriptif yaitu suatu bentuk pengumpulan data yang bertujuan menggambarkan dan memaparkan suatu masalah yang dihadapi kemudian penulis menguraikan dan mengemukakan data selama masih actual. Kemudian data tersebut penulis analisis berdasarkan pemikiran yang logis, objektif dan sistematis.

Dalam melaksanakan penelitian ini, metode penelitian yang akan digunakan peneliti adalah metode deskriptif dengan menggunakan metode analisis kualitatif.

Menurut Sugiyono (2009:35), menyatakan bahwa:

"Metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel yang lain.

Sedangkan menurut Sujoko, Stevanus dan Yuliawati (2008:7) :

"Metode penelitian merupaka bagian dari metodologi yang secara khusus mendeskripsikan tentang cara mengumpulkan data dan menganalisis data."

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif karena metode penelitian untuk membuat gambaran mengenai situasi atau kejadian yang ada, sehingga metode ini harus diadakan akumulasi data. Sedangkan penelitian kualitatif merupakan data yang dinyatakan dalam bentuk kata, kalimat, dan gambar.

**TEKNIK PENGUMPULAN DATA**

Kegiatan penelitian yang akan dilaksanakan terdapat beberapa metode yang digunakan dalam pengumpulan data. Metode yang digunakan dibawah ini dimaksudkan agar mempermudah dalam penelitian lebih dekatnya pada pengumpulan data diantaranya :

1. Studi lapangan (Field Research)

Studi lapangan adalah melakukan penelitian secara langsung. Penelitian ini dilakukan terhadap kegiatan dari seluruh objek penelitian yang meliputi :

a. Observasi (Pengamatan)

Observasi yaitu pengamatan secara langsung dengan melihat beberapa kegiatan yang dilakukan pada Dinas Pendapatan dan Pengelolaan Keuangan terutama di bidang pendapatan.

b. Interview (wawancara)

Interview dilakukan dengan staf bidang pendapatan pada Dinas Pendapatan dan Pengelolaan Keuangan. Hal ini dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai data prosedur penerimaan pajak reklame, realisasi penerimaan pajak reklame dan pendapatan asli daerah.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mengumpulkan bahan-bahan tertulis berupa data yang diperoleh dari Dinas Pendapatan dan Pengelolaan Keuangan, yaitu data laporan realisasi penerimaan pajak reklame, pendapatan asli daerah dan pajak daerah.

2. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah penelitian yang dimaksudkan untuk mempelajari serta mengumpulkan teori-teori yang relevan dengan materi pembahasan yaitu metodologi penelitian, perpajakan, peraturan undang-undang pemerintah daerah dan Akuntansi Sektor publik guna dijadikan dasar dalam melakukan penilaian dan perbandingan dari penelitian yang telah dilakukan pada instansi yang bersangkutan. Dengan metode ini akan diperoleh gambaran mengenai Prosedur Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah.

# HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

## HASIL PENELITIAN

Pemeriksaan dilakukan dalam bentuk pemeriksaan lengkap atau pemeriksaan sederhana. Pemeriksaan lengkap merupakan pemeriksaan lapangan terhadap seluruh kegiatan wajib pajak reklame yang bersifat komprehensif. Pemeriksaan lengkap dilakukan ditempat domisili atau lokasi usaha wajib pajak. Pemeriksaan sederhana merupakan pemeriksaan singkat dapat berupa pemeriksaan sederhana di kantor maupun pemeriksaan sederhana dilapangan. Pemeriksaan sederhana dapat dilakukan :

a. Dilapangan

Pemerikasaan lapangan dilakukan oleh tim teknis dari pemerintah daerah. Memeriksa reklame lama yang belum melakukan perpanjangan izin reklame, dengan belum diperpanjangnya izin pemasangan reklame lama yang masa pajaknya telah habis, dan reklame tersebut masih tetap berada dititik reklame (belum dibongkar) maka reklame tersebut akan menjadi reklame liar, dan reklame liar akan menurunkan penerimaan pajak reklame. Oleh karena itu petugas pajak harus mengkonfirmasi kepada wajib pajak dengan surat dengan surat pemberitahuan atas reklame yang belum diperpanjang izinnya, apakah akan diperpanjang izinnya atau tidak.

b. Dikantor

Memeriksa berkas perizinan penyelenggara reklame yang diajukan wajib pajak sudah lengkap.

## PEMBAHASAN

Pajak reklame rokok di kota Bandung merupakan salah satu tahapan yang harus dipenui oleh penyelenggara reklame rokok sebelum reklame rokok diselenggarakan. Sebagaimana yang diatur dalam perda Undang-undang Nomor 19 pasal 6 Tahun 2009 tentang tata cara penyelenggaraan reklame Pajak Daerah

“penyelenggara reklame adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame, untuk itu penyelenggara harus memilik surat permohonan izin dengan berbagai persyaratan”

Seperti yang sudah dijelaskan dalam proses tata cara penyelenggaraan pajak reklame rokok, dari 5 tahapan proses tata cara penyelenggaraan pajak reklame rokok dengan tahapan perhitungan pajak reklame rokok bahwa izin tidak dikeluarkan jika pajak reklame belum dilunasi. Dengan ketentuan tersebut, terlihat jelas bahwa pajak reklame dikota bandung, khususnya pajak reklame rokok sebagai salah satu sumber pemasukan daerah dari penyelenggaraan reklame rokok di Kota Bandung.

Dari ke 5 tahapan proses tata cara penyelenggaraan pajak reklame rokok masih ada yang belum sesuai dengan prosedur pada seksi penetapan bidang Pendapatan Asli Daerah bahwa masih adanya keterlambatan dalam penyerahan surat peringatan pada wajib pajak yang terlambat membayar pajak reklame, petugas penagihan baru menyerahkan surat tersebut lewat dari tujuh hari, seharusnya surat peringatan diberikan sebagai awal tindakan pelaksanaan penagihan pajak yang dikeluarkan tujuh hari sejak saat jatuh tempo. Reklame rokok yang terpasang jelas merupakan salah satu objek pajak reklame di Kota Bandung. Dengan begitu pajak reklame dapat dikenakan kepada reklame yang digunakan untuk kepentingan komersil dalam bentuk/jenis dan tempat apapun. Dengan pengertian tersebut, maka objek pajak reklame rokok di Kota Bandung dapat dipersempit lagi berdasarkan jenis reklame rokok yang ada seperti yang sudah terlampir di tahapan ke 5 proses tata cara penyelenggaraan reklame tentang jenis pajak reklame yang dikenakan pajak daerah. Jenis reklame rokok tersebut antara lain berupa reklame billboard tempel, billboard tanam, spanduk dan rombong.

Identifikasi merupakan awal dari dari pelaksanaan tahapan pajak reklame, khususnya pajak reklame atas reklame rokok. Pengidentifikasian dilakukan terhadap objek dan subjek pajak, terutama subjek pajak yang menjadi wajib pajak. Tanpa adanya identifikasi yang baik akan menyebabkan Kota Bandung kehilangan potensi penerimaan pajak reklame. Terutama dari reklame rokok, karena sekitar 35% reklame yang ada di Kota Bandung merupakan reklame rokok dan jumlah reklame rokok yang terdata selama tahun 2012 sebesar 728 unit.

Hal pertama yang dapat dinilai untuk mengetahui bahwa proses identifikasi pajak reklame sudah dilaksanakan dengan benar adalah dengan melihat kelengkapan data mengenai subjek pajak terutama yang sedang berstatus sebagai wajib pajak reklame. Data mengenai wajib pajak reklame sangat penting dalam administrasi pajak reklame, karena jika data tidak lengkap maka Dispenda tidak memiliki informasi yang cukup sehingga tahapan administrasi pajak reklame selanjutnya tidak dapat dilanjutkan.

Reklame merupakan salah satu potensi bagi kota Bandung. Sebagaimana yang diatur dalam Undang-undang Nomor 19 tentang Pajak Daerah, reklame dapat dikenakan pajak oleh pemerintah kota karena potensinya memadai untuk dapat dipungut pajaknya. Untuk pemeriksaannyapun pajak reklame di kota Bandung diatur dalam Peraturan Daerah No 19 Pasal 8 Tahun 2009 sebagai landasan hukumnya

“pemeriksaan pajak reklame rokok kegiatan untuk mencari dan mengumpulkan, mengolah data dan/atau keterangan lainnya untuk menguji kepatuhan pemenuhan kewajiban dan untuk tujuan lain dalam rangka melaksanakan ketentuan pajak reklame.”

Pemeriksaan pajak reklame dikota Bandung dijalankan tim teknis oleh dinas pendapatan keuangan daerah kota bandung. Dari analisis pemeriksaan Pajak Reklame pada Dinas Pendapatan Kota Bandung dari pemeriksaan dilapangan masih ada kendala diantaranya pada seksi pendaftaran dan pendapatan bidang pendapatan Asli Daerah, masih kurangnya aparat yang melakukan pemeriksaan terhadap lokasi-lokasi strategis, yang seharusnya dilakukan setiap hari dalam hal ini dilakukan minimal seminggu sekali.. Dampak dari pemeriksaan minimal seminggu sekali ini dapat berpengaruh terhadap tercapainya target penerimaan pajak reklame dalam jangka waktu yang telah ditentukan sebelumnya.

# KESIMPULAN DAN SARAN

## KESIMPULAN

a. Berdasarkan hasil tinjauan Perda Nomor 19 Tahun Pasal 6 Tahun 2009 proses tata cara permohonan izin penyelenggaraan pajak reklame rokok di kota bandung, bahwa penyelenggaraan reklame rokok di kota bandung pada praktiknya belum dilaksanakan sesuai teori bahwa masih adanya keterlambatan dalam penyerahan surat peringatan pada wajib pajak yang terlambat membayar pajak reklame.
b. Berdasarkan hasil tinjauan proses pemeriksaan pajak reklame rokok di Kota Bandung secara praktek dikantor dan dilapamgan, belum dilaksanakan sesuai teori tahapan yang digunakan. Dari pemeriksaan dilapangan masih ada kendala diantaranya masih kurangnya aparat yang melakukan pemeriksaan terhadap lokasi-lokasi strategis.

## SARAN

a. Pemerintah kota sebaiknya lebih tegas dalam pemberian izin reklame rokok, karena reklame rokok bersifat sporadic dalam artian jumlah reklame rokok khususnya di Kota Bandung terus menungkat sehingga sulit untuk diawasi.

b. Pemerintah pun sebaiknya lebih gencar dalam penertiban reklame yang sudah kadaluarsa atau sudah tidak sesuai atauran agar penyelenggaraan reklame rokok di Kota Bandung menjadi lebih tertib dan penerimaan pajak reklame rokok di Kota Bandung menjadi optimal. Pemerintah juga harus tegas dalam pelaksanaan penagihan pajak untuk meningkatkan potensi penerimaan pajak.

# DAFTAR PUSTAKA

**DAFTAR PUSTAKA**

Bambang Supomo.2002. Metode Penelitian. Jakarta: Garasindo

Dida kurnia. 2010. Pendapatan Asli Daerah. Bandung: Refika Aditama

Djamu Kertabudi.2009. Peraturan Pendapatan Asli Daerah. Bandung:
Mandar Maju

Siti Kurnia Rahayu dan Ely Suhayati.2010. Perpajakan: Teori dan perhitungan.Yogyakarta. Graha ilmu

Irwan.2008.Rancangan Analisis. Yogyakarta: Graha Ilmu

Nurlan Darise. 2009. Pengertian Pajak. Bandung:Granit

Nur Indriantoro.2002. Desain Penelitian.Yogyakarta:Graha Ilmu

Rochmat Suemitro.2010. Perpajakan. Yogyakarta:Mandar Maju

S.I Djadiningrat.2009. Pajak Daerah. Yogyakarta:Kencana

Sugiono.2009. Objek penelitian. Bandung.:Graha Ilmu

Sugiono. 2009.Metode penelitian akuntansi.Bandung:Graha Ilmu

Sugiono.2009. Operasionalisasi Variabel.Yogyakarta:Granit

Surmarni Soehamidja.2009. Pajak Daerah. Yogyakarta:Graha Ilmu

Sujoko, Stevanus dan Yuliawati. 2008. Metode Penelitian Akuntansi.
Yogyakarta. Graha ilmu

Peraturan Daerah kota Bandung No.19 tahun 2009

Undang-Undang Republik Indonesia No.28 Tahun 2009 : Pajak Daerah dan Retribusi Daerah : 2009:4

Sumber : Arsip Bidang Pembukuan Dan Verivikasi Dispenda Kota Bandung
Ibu Erni Bagian Tata Usaha DISPENDA

Sumber Internet:

Dinas Pendapatan Daerah Kota Bandung:Pajak Daerah

http://id.wikipedia.org/wiki/Pajak_Reklame 20 Juni 2013 22:41