BAB III

PEMBAHASAN HASIL KERJA PRAKTEK

3.1 Bidang Pelaksanaan Kerja Praktek

Pelaksanaan kerja praktek yang dilakukan penulis yaitu di bidang Kasie Penagihan pada Dinas Pelayanan Pajak (DISYANJAK) Bandung. Pelaksanaan kerja praktek dimaksudkan untuk mengetahui aktivitas atau kegiatan yang dilakukan di Kasie Penagihan yang khususnya mengenai Pemungutan Pajak Reklame pada Dinas Pelayanan Pajak (DISYANJAK) Bandung.

Dalam rangka upaya peningkatan pembinaan, pengaturan, pengendalian dan pengawasan terhadap pembayarannya, pajak terbagi dalam berbagai kelas dan jenis, tergantung dari fungsi dan manfaatnya serta penggunaannya oleh masyarakat. Pajak-pajak tersebut diberi maksud dan kriteria yang memungkinkan masyarakat memahaminya. Seperti halnya pajak reklame.

3.1.1 Pemungutan

Pengertian Pemungutan menurut Pasal 1 Angka 13 UU Nomor 34 Tahun 2000 Tentang Perubahan Atas UU Nomor 18 Tahun 1997 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah adalah suatu rangkaian kegiatan mulai dari penghimpunan data objek dan subjek pajak atau Retribusi, penentuan besarnya pajak atau Retribusi yang terutang sampai kegiatan penagihan pajak atau Retribusi kepada Wajib Pajak atau Wajib Retribusi serta pengawasan penyetorannya.

Dan menurut Pasal 1 Angka 49 UU Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah Dan Retribusi Daerah, pemungutan adalah suatu rangkaian kegiatan mulai

dari penghimpunan data objek dan subjek pajak atau retribusi, penentuan besarnya pajak atau retribusi yang terutang sampai kegiatan penagihan pajak atau retribusi kepada Wajib Pajak atau Wajib Retribusi serta pengawasan penyetorannya.

3.1.2 Pajak Reklame

Menurut Kesit Bambang Prakoso (2005:125) yang dimaksud dengan pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame dan menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah dan Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 08 Tahun 2003 tentang Pajak Reklame, yang dimaksud Pajak Reklame adalah Pajak atas penyelenggaraan reklame sedangkan menurut Peraturan Walikota Bandung Nomor 407 Tahun 2007 sebagaimana telah diubah terakhir menjadi Peraturan Walikota Bandung Nomor 054 Tahun 2010 tentang penyelenggaraan Reklame, yang dimaksud dengan pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame dengan pembayaran pajak dibayar sekaligus dimuka.

3.1.3 Reklame

Pengertian reklame menurut Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 08 Tahun 2003 tentang Pajak Daerah adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersil, dipergunakan 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, sedangkan menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah

dan Retribusi Daerah, yang dimaksud dengan reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersil, dipergunakan 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.

Pengertian Reklame menurut Peraturan Daerah Nomor 20 Tahun 2011 tentang Pajak Daerah, Reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial, memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum.

Penyelenggaraan Reklame menurut Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 08 Tahun 2003 tentang Pajak Reklame, adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan hukum yang menyelenggarakan reklame baik untuk dan atas nama sendiri atau untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya.

3.2 Teknis Pelaksanaan Kerja Praktek

Pelaksanaan kerja praktek yang dilakukan penulis yaitu di Bidang Kasie Penagihan pada Dinas Pendapatan Daerah (DISPENDA) Bandung. Dilaksanakan selama 25 hari tertanggal 15 Juli sampai dengan 15 Agustus 2013 setiap hari Senin sampai dengan hari jumat dari pukul 08:30 – 03:30 WIB.

3.3 Pembahasan Hasil Kerja Praktek

3.3.1 Jenis-jenis Reklame yang dikenakan Pajak

Menurut Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 08 Tahun 2003 tentang Pajak Reklame, Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 17 Tahun 2001 sebagaimana telah diubah terakhir menjadi Peraturan Walikota Bandung Nomor 02 Tahun 2007 tentang Penyelenggaraan Reklame, dan Peraturan Walikota Bandung Nomor 407 Tahun 2007 sebagaimana telah diubah terakhir menjadi Peraturan Walikota Bandung Nomor 054 Tahun 2010 tentang Petunjuk Penyelenggaraan Reklame dan Perda No. 20 Tahun 2011 tentang Pajak Daerah.

A. Objek pajak reklame meliputi hal-hal sebagai berikut:

1. Reklame papan atau *billboard* atau *videotron* atau *megatron*
    a. Reklame papan atau *billboard* adalah reklame yang terbuat dari papan kayu, *collibrite*, *vyril* termasuk seng atau bahan lain yang sejenis dipasang atau digantungkan termasuk yang digambar pada bangunan, halaman, di bahu jalan atau berm, median jalan, Jembatan Pemyebrangan Orang (JPO), Bando Jalan, *Shelter* Bus, Pos Jaga dan Pengatur (Pos Gatur) dan titik lokasi yang sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan Walikota.
    b. Reklame Megatron atau *Videotron* atau *Large Electronik Display (LED)* adalah 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 tenaga listrik.

2. Reklame kain

   Reklame kain adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain, termasuk kertas, plastic, karet atau bahan lain yang sejenis dengan itu.

3. Reklame melekat (*stiker*)

   Reklame melekat (*stiker*) adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebarkan, diberikan atau dapat diminta ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda.

4. Reklame selebaran

   Reklame selebaran adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas diselenggarakan dengan cara disebarkan, diberikan atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempel, dilekatkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda lain.

5. Reklame berjalan termasuk pada kendaraan

   Reklane berjalan atau kendaraan adalah reklame yang ditempelkan atau dilekatkan pada kendaraan.

6. Reklame udara

   Reklame udara adalah reklame yang diselenggarakan di udara dengan menggunakan gas pesawat atau alat lain yang sejenis.

7. Reklame film atau *slide*

   Reklame *slide* atau reklame film adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan klise berupa kaca atau film, atau bahan-bahan lain yang sesuai, sebagai alat untuk diproyeksikan dan/atau diperagakan pada

layar atau benda lain atau dipancarkan dan/atau diperagakan melalui pesawat televisi.

8. Reklame peragaan

   Reklame peragaan adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu produk barang dan/atau merk tertentu dengan atau tanpa disertai suara.

9. Reklame tembok/dinding.

B. Tidak termasuk sebagai objek Pajak Reklame adalah sebagai berikut;

1. Penyelenggaraan reklame melalui internet, televise, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan dan sejenisnya;
2. Label/ merk produk yang melekat pada barang, yang diperdagangkan, yang berfungsi untuk membedakan dari produk sejenis lainnya;
3. Nama pengenal profesi, perusahaan, produk usaha yang dihasilkan yang dipsang melekat pada bangunan atau diatas tanah persil dan diselenggarakan sesuai dengan ketentuan yang mengatur nama pengenal tersebut, dengan ketentuan tidak melebihi 2 m^2 (dua meter persegi)
4. Reklame yang diselenggarakan oleh Pemerintah atau Pemerintah Daerah, dan;
5. Reklame yang dipasang untuk kegiatan-kegiatan amal dan sosial pada lokasi yang diperbolehkan.

Sedangkan menurut Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 08 Tahun 2003 tentang Pajak Reklame, yang dikecualikan dari objek pajak reklame adalah penyelenggaraan reklame melalui internet, televise, radio, warta harian,

warta mingguan, warta bulanan, dab reklame yang diadakan khusus untuk kegiatan social, pendidikan, keagamaan dan politik tanpa sponsor.

Adapun subjek pajak reklame adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan atau melakukan pemesanan reklame dan wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame. Tarif pajak ditetapkan sebesar 25% (dua puluh lima persen).

Berdasarkan Peraturan Walikota Bandung Nomor 207 Tahun 2007 tentang Petunjuk Penyelenggaraan Reklame, reklame dibagi menjadi dua menurut ijin penyelenggaraannya, yaitu:

1. Reklame permanen

   Adalah reklame yang ijin penyelenggaraannya sekurang-kurangnnya 1 (satu) tahun, yang terdiri dari:

   a. Reklame papan atau billboard
   b. Reklame Megatron/ Videotron/ Large Elektronik Display (LED)
   c. Reklame berjalan/kendaraan
   d. Running Text

      Adalah jenis reklame yang menayangkan naskah dan diatur secara elektronik.

   e. Neon Box

      Adalah jenis reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan konstruksi tertentu yang menggunakan lampu penerangan di dalamnya dan memiliki rancangan atau design khusus dengan mengedepankan

aspek estetika serta terintegrasi dengan lingkungannya sebagai aksesoris kota.

f. Gravity

Adalah reklame yang berupa tulisan atau gambar yang dibuat pada dinding bangunan, benteng, bangunan jembatan dan/atau bangunan lainnya.

2. Reklame tidak permanen (reklame incidental)

Adalah reklame yang ijin penyelenggaraannya sekurang-kurangnya 1 (satu) hari, yang terdiri dari:

a. Reklame layar
b. Reklame udara
c. Reklame melekat (stiker)
d. Reklame selebaran
e. Reklame suara
f. Reklame slide atau reklame film
g. Reklame peragaan

Penyelenggaraan reklame menurut Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 17 Tahun 2001 sebagaimana telah diubah terakhir menjadi Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 02 Tahun 2007 tentang penyelenggaraan Reklame, dibedakan menurut:

1. Tempat

Penyelenggaraan reklame pada titik-titik yaitu:

a. Kawasan Bebas adalah kawasan yang sama sekali tidak diperbolehkan diselenggarakan kegiatan reklame yaitu lokasi pemerintahan, lokasi pendidikan, tempat-tempat ibadah dan rumah sakit, lokasi militer, lokasi perumahan dan permukiman, taman kota, Jalan Asia Afrika, Jalan Braga, Jalan R.A.A Wiranatakusumah, Jalan Pajajaran, Jalan Ir. H. Juanda, Jalan Dr. Junjunan serta kawasan bebas lainnya yang berdasarkan aspek teknis dan estetika tidak memungkinkan adanya pemasangan reklame, yang penetapannya lebih lanjut diatur oleh walikota.
b. Kawasan Khusus yaitu kawasan dengan karakter atau ciri tertentu yang memiliki kualitas lingkungan dan arsitektur bangunan yang baik, diperbolehkan diselenggarakan kegiatan reklame dengan menempel dibagian depan bangunan.
c. Kawasan Selektif adalah kawasan yang diperbolehkan diselenggarakan kegiatan dan titik reklame terpilih yang meliputi lokasi bersejarah, lokasi konservasi dan preservasi, lokasi lain yang dipertimbangkan dan ditetapkan oleh Walikota berdasarkan rekomendasi tim teknis.
d. Kawasan Umum yaitu kawasan yang diperbolehkan diselenggarakan kegiatan dan titik reklame di luar kawasan khusus.

2. Jenis
   a. Reklame papan atau billboard, videotron dan megatron;
   b. Reklame layar;
   c. Reklame melekat (Stiker);

d. Reklame selebaran atau brosur;

e. Reklame berjalan termasuk pada kendaraan;

f. Reklame udara;

g. Reklame film atau slide;

h. Running teks.

3. Ukuran, yang diatur lebih lanjut oleh Walikota.

4. Konstruksi

a. Konstruksi berat, untuk reklame jenis megatron, video wall, dinamics board, billboard atau bando jalan, terdiri dari:

1) Kaki tunggal adalah sarana reklame yang sistem kaki konstruksinya hanya satu;

2) Kaki ganda adalah sarana reklame yang sistem kaki konstruksinya terdiri atas dua tiang;

3) Rangka adalah sarana reklame yang sistem kaki konstruksinya berbentuk rangka dengan mempertimbangkan estetika;

4) Menempel adalah sarana reklame yang konstruksinya menyatu pada bagian bangunan dengan memakai konstruksi-konstruksi tambahan yang menyatu dengan konstruksi bangunan tersebut.

b. Konstruksi ringan, untuk jenis reklame yaitu reklame papan atau billboard, videotron dan megatron, reklame layar, reklame melekat (stiker) dan reklame selebaran atau brosur.

5. Kelas Jalan

a. Jalan Arteri;

b. Jalan Kolektor;

c. Jalan Lokal;

d. Jalan Tol;

e. Jalan Kereta Api.

3.3.2 Dasar Pengenaan, Tarif dan Cara Perhitungan Pajak Reklame

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 08 Tahun 2003 tentang Pajak Reklame, dasar pengenaan pajak reklame adalah nilai sewa reklame. Adapun rumus Nilai Sewa Reklame (NSR) adalah:

$$NSR = NJOR + NSPR$$

NJOR = (Ukuran Reklame x Harga Dasar Ukuran Reklame) + (Ketinggian Reklame x Harga Dasar Ketinggian Reklame)

NSPR = (NFR + NSP + NFJ) x Harga Dasar NSPR

Keterangan:

NJOR = Nilai Jual Objek Reklame merupakan keseluruhan pembayaran atau pengeluaran biaya-biaya yang dikeluarkan oleh pemilik dan/atau penyelenggara reklame termasuk dalam hal ini adalah biaya/ harga beli bahan reklame, konstruksi, instalasi listrik, pembayaran atau ongkos perakitan, pemancaran, peragaan, penayangan, pengecetan, pemasangan dan transportasi pengangkutan dan lain sebagainya sampai dengan bangunan

reklame selesai, depancarkan, diperagakan, ditayangkan dan/atau terpasang ditempat yang telah diijinkan. Besarnya NJOR dapat dilihat pada Tabel 3.1.

NSPR = Nilai Strategis Pemasangan Reklame adalah ukuran nilai yang ditetapkan pada titik lokasi pemasangan reklame berdasarkan kriteria kepadatan pemanfaatan tata ruang kota untuk berbagai aspek kegiatan. Besarnya NSPR dapat dilihat pada Tabel 3.2.

NFR = Nilai Fungsi Ruang didapat dengan mengalikan bobot sebesar 60% dengan skor. Secara rinci dapat dilihat pada Tabel 3.2.

NSP = Nilai Sudut Pandang didapat dengan mengalikan bobot sebesar 25% dengan skor. Secara rinci dapat dilihat pada Tabel 3.2.

NFJ = Nilai Fungsi Jalan didapat dengan mengalikan bobot sebesar 15% dengan skor. Secara rinci dapat dilihat pada Tabel 3.2.

Bagi semua objek pajak reklame yang mempromosikan rokok dan minuman beralkohol sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, maka akan dikenakan tambahan sebesar 25% (dua puluh lima persen) dari nilai sewa reklame.

Besarnya pajak reklame dihitung dengan cara mengalikan tarif pajak reklame dengan dasar pengenaan pajak yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

Pajak Reklame = Tarif Pajak Reklame x Dasar Pengenaan Pajak

Pajak Reklame = 25% x (NJOR + NSPR)

Menurut Peraturan Walikota Bandung Nomor 407 Tahun 2007 sebagaimana telah diubah terakhir menjadi Peraturan Walikota Bandung Nomor 054 tahun 2010 tentang Petunjuk Penyelenggaraan Reklame dan Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 17 Tahun 2001 sebagaimana telah diubah terakhir menjadi Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 02 Tahun 2007 tentang Penyelenggaraan Reklame, yang dimaksud tinggi reklame adalah jarak antara ambang paling atas bidang reklame dari permukaan tanah rata-rata atau bidang atap datar/plat beton dan sejenisnya yang memenuhi kelayakan konstruksi tempat kedudukan peletakan konstruksi reklame. Adapun masa pajak adalah jangka waktu tertentu yang lamanya sama dengan jangka waktu penyelenggaraan reklame. Masa pajak untuk setiap jenis reklame sesuai dengan Keputusan Walikota Bandung Nomor 1133 tahun 2003 dapat dilihat pada Tabel 3.3.

Tabel 3.1

Nilai Jual Objek Reklame

No	Jenis Reklame	Nilai Jual Objek Reklame (NJOR)				Harga Dasar Ketinggian Reklame
		Harga Dasar Ukuran Reklame (Rp/m2)				
		<10	10-50	>50	<10	
1	Megatron/ Videotron	1.500.000	2.000.000	2.500.000	/m2	200.000/m
	a. Megatron					
	b. Videotron					
	- Video wall	2.000.000	2.500.000	3.000.000	/m2	200.000/m
	- Dinamics Board	1.000.000	1.500.000	2.000.000	/m2	200.000/m
2	Billboard/ Papan					
	a. bando Jalan/JPO	1.500.000	2.000.000	2.500.000	/m2	100.000/m
	b. Papan/ Neon Sign/Neon	750.000	1.000.000	1.250.000	/m2	100.000/m
	c. Baligo	5.000	5.000	-	/m2	
3	Kain/Spanduk/Umbul-umbul/Banner	3.000	3.000	-	/m2	
4	Selebaran/Brosur/			3.000	/Lbr	

	Leafleat				Folio	
5	Berjalan/kendaraan			3.500.000	/m2	
6	Melekat					
	a. Poster/Melekat/ Stiker			25	/cm2	
	b. Timplate	20.000		-		100.000/m
7	Udara/Balon			3.000.000	/Buah	100.000/m
8	Suara					
	a. Permanen			20.000	/Lokasi	
	b. Tidak Permanen			10.000	/Lokasi	
9	Film/slide			1.000	/10 dtk	
10	Peragaan					
	a. Permanen			50.000	/Lokasi	
	b. Tidak Permanen			30.000	/Lokasi	

Sumber: Keputusan Walikota Bandung Nomor 1133 Tahun 2003

Tabel 3.2

Nilai Strategis Pemasangan Reklame

Nilai Strategis Pemasangan Reklame (NSPR)					
Nilai Fungsi Ruang		**Nilai Fungsi Jalan**		**Nilai Sudut Pandang**	
Bobot 60%	**Skor**	**Bobot 15%**	**Skor**	**Bobot 25%**	**Skor**
Kawasan Khusus					
Kawasan Selektif		Arteri/Primer Jalan Nasional	10	4 Arah	10
Kawasan Umum:					
a. Pusat Kawasan Perdagangan	10				
b. Kawasan Perdagangan		Arteri Sekunder/ Jalan Provinsi	8	3 Arah 2 Arah	6 4
Kawasan Umum:				1 Arah	2
a. Perkantoran	6	Kolektor	6		
b. Campuran					
Kawasan Umum:					
a. Perumahan	2	Lokal/ Lingkungan	4		
b. Industri					
1. Nilai Strategis Pemasangan Reklame (NSPR) adalah sebagai berikut:					

Ukuran Reklame = 50 m2	= Rp 2.500.000
Ukuran Reklame diantara 10-50 m2	= Rp 1.000.000
Ukuran Reklame diantara 3-9,9 m2	= Rp 500.000
Ukuran Reklame = 2,99 m2	= Rp 200.000
Khusus Kain/ Spanduk/ Umbul-umbul/ Banner	= Rp 25.000
2. Sudut Pandang dibedakan berdasarkan lokasi titik reklame terhadap jumlah arah arus lalu lintas disekitar perempatan yang dapat ditentukan dari persimpangan lima, persimpangan empat, jalan dua arah dan jalan satu arah.	
3. Untuk Reklame dalam ruangan (indoor), Jumlah Sudut Pandang = 1	

Sumber: Keputusan Walikota Bandung Nomor 1133 Tahun 2003

Tabel 3.3

Masa Pajak Reklame

No	Jenis Reklame	Masa Pajak
1	Megatron/ Videotron:	Per-tahun
	a. Megatron	
	b. Videotron	
	- Video Wall	Per-tahun
	- Dinamics Board	Per-tahun
2	Billboard/ Papan:	
	a. Bando Jalan /JPO	Per-tahun
	b. Papan/ Neon Sign/ Neon	Per-tahun
	c. Baligo	Per-hari
3	Kain/ Spanduk/ Umbul-umbul/ Banner	Per-hari
4	Selebaran/ Brosur/ Leafleat	Per-Penyelenggaraan
5	Berjalan/ Kendaraan	Per-tahun
6	Melekat:	
	a. Poster/ Melekat/ Striker	Per-bulan
	b. Timplate	Per-bulan
7	Udara/ Balon	Per-bulan
8	Suara	
	a. Permanen	Per-tahun

	b. Tidak Permanen	Per-Penyelenggaraan
9	Film/ Slide	Per-bulan
10	Peragaan	
	a. Permanen	Per-bulan
	b. Tidak Permanen	Per-Penyelenggaraan

Tarif Pajak Reklame untuk kota Bandung yang ditetapkan berdasarkan Undang-undang R.I. No. 28 Tahun 2009 yang merupakan perubahan atas Undang-undang RI No 24 Tahun 2000 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah serta Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 08 Tahun 2003 adalah sebesar 25%.

Mekanisme Pajak

Wajib pajak harus memahami tentang pengertian, fungsi, kedudukan, kegunaan, proses pembayaran, dan perhitungan reklame yang menjadi tanggung jawabnya. Dalam hal ini adalah penyelenggara perusahaan jasa periklanan atau pemasangan reklame (advertising) dan pengusaha pemilik perusahaan pengguna jasa periklanan atau jasa advertising.

Mekanisme pemungutan, penyetoran dan pelaporan pajak reklame ada pada pengusaha pengguna jasa reklame dan pengusaha pengelola jasa reklame. Agar dalam pelaksanaan pembayaran dan pengelolaan pajak tidak menimbulkan satu urusan yang berkenaan dengan sanksi administrasi dan sanksi pidana, karena pelanggaran yang berkenaan dengan pajak dapat dikenakan KUHP. Masyarakat pun harus mengetahui macam-macam pajak yang ada di Indonesia. Komponen yang menentukan potensi reklame (Kesit Bambang Prakoso, 2005:151) adalah:

1. Jumlah reklame

2. Luas atau ukuran reklame
3. Jumlah dari atau waktu pemasangan
4. Tarif

Sedangkan potensi reklame non selebaran atau sejenisnya adalah:

Jumlah reklame dikalikan ukuran/luas, dikalikan dengan jumlah hari dikalikan tarif atau (Kesit Bambang Prakoso, 2005:151)

PPRk = R x S x D x Pr

Keterangan: PPrk : Potensi reklame

R : Jumlah reklame

S : Ukuran/ Luas reklame

D : Jumlah hari

Pr : Tarif reklame

3.3.3 Tata Cara Pembayaran dan Penagihan Pajak Reklame

Menurut Peraturan Walikota Bandung Nomor 389 Tahun 2012 tentang Tata Cara Pemungutan Pajak reklame, yaitu:

1. Pemungutan Pajak Reklame dilarang diborongkan.
2. Hasil pemungutan pajak merupakan penerimaan daerah dan disetor ke Kas Daerah.
3. Kegiatan penghitungan besarnya pajak terutang, pengawasan, penyetoran pajak, dan penagihan pajak dilarang dikerjasamakan dengan pihak ketiga.
4. Dikecualikan dari larangan sebagaimana dimaksud pada ayat (3), adalah kegiatan dalam rangka menunjang proses pemungutan pajak berupa

penerapan teknologi informasi, pencetakan formulir perpajakan, pengiriman surat kepada wajib pajak atau penghimpun data objek dan subjek pajak.

Tata Cara Pendaftaran

1. Setiap wajib pajak yang baru wajib mendaftarkan diri dan/atau melaporkan usahanya kepada Dinas dengan menggunakan formulir pendaftaran wajib pajak.
2. Formulir pendaftaran wajib pajak dapat diperoleh wajib pajak atau penanggung pajak dengan cara:
    a. Mengambil sendiri ke Dinas;
    b. Dikirim oleh petugas dinas; atau
    c. Mengakses secara online pada situs Dinas.
3. Formulir wajib pajak wajib diisi dan ditulis dengan benar, jelas dan lengkap serta ditandatangani oleh wajib pajak atau penganggung pajak dengan melampirkan nota pengantar perhitungan pajak.
4. Terhadap wajib pajak yang telah mendaftarkan diri dan melaporkan usahanya diberikan NPWPD.

Menurut Peraturan Walikota Bandung Nomor 389 Tahun 2012 tentang Pemungutan Pajak reklame pasal 9. Tata cara pembayaran pajak reklame yaitu:

1. Pembayaran pajak dilakukan pada Kas Daerah atau Bendahara Penerima atau tempat lain yang ditunjuk oleh Walikota sesuai waktu yang ditentukan dalam SKPD atau STPD.

2. Apabila pembayaran dilakukan di tempat lain yang ditunjuk, hasil pembayaran pajak harus disetor ke Kas Daerah paling lambat 1 x 24 (satu kali dua puluh empat) jam.
3. Pembayaran pajak sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2), dilakukan dengan menggunakan SSPD atau dokumen lain yang dipersamakan, serta harus dibayar sekaligus atau lunas.
4. Pajak terutang dalam SKPD atau STPD wajib dibayar sekaligus dimuka paling lambat 15 (lima belas) hari kalender setelah tanggal diterbitkan SKPD.
5. Pajak terutang dalam SKPD atau STPD yang tidak atau kurang dibayar setelah jatuh tempo pembayaran sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dikenakan sanksi administrasi berupa bunga sebesar 2% (dua persen) sebulan dan ditagih dengan STPD.
6. Apabila batas waktu pembayaran jatuh pada hari libur maka batas waktu pembayaran jatuh pada hari kerja berikutnya.

Menurut Peraturan Walikota Bandung Nomor 389 Tahun 2012 tentang Pemungutan Pajak reklame pasal 10. Tata cara Penagihan pajak reklame yaitu:

1. Tahapan pelaksanaan penagihan pajak terutang yang tidak atau kurang bayar setelah jatuh tempo pembayaran diatur sebagai berikut:
    a. Surat Peringatan atau Surat Teguran sebagai awal tindakan pelaksanaan penagihan pajak dikeluarkan 7 (tujuh) hari kalender sejak saat jatuh tempo pembayaran;

b. Dalam jangka waktu 7 (tujuh) hari kalender sejak tanggal surat peringatan atau surat teguran atau surat lain yang sejenis, Wajib Pajak harus melunasi pajak yang terutang;
c. Surat peringatan atau surat teguran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a, diberikan sebanyak 3 (tiga) kali;
d. Dalam jumlah pajak yang belum dibayar tidak dilunasi dalam jangka waktu sebagaimana ditetapkan dalam surat peringatan atau surat teguran atau surat lain yang sejenis, Kepala Dinas menerbitkan surat paksa setelah lewat 21 (dua puluh satu) hari kalender sejak surat peringatan atau surat teguran atau surat lain yang sejenis.

2. Dengan surat paksa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.
3. Pelaksanaan penagihan pajak dengan surat paksa tidak mengakibatkan penundaan hak Wajib Pajak mengajukan keberatan pajak serta mengajukan pembetulan, pembatalan, pengurangan ketetapan dan penghapusan atau pengurangan sanksi administrasi.

Dan di dalam Pasal 11 juga dikatakan, bahwa:

1. Penagihan pajak dapat dilakukan seketika dan sekaligus tanpa menunggu jatuh tempo pembayaran apabila:
   a. Wajib Pajak atau Penanggung Pajak akan meninggalkan Daerah untuk selama-lamanya;
   b. Wajib Pajak atau Penanggung Pajak memindahkan barang yang dimiliki atau dikuasai dalam rangka menghentikan atau

mengecilkan kegiatan perusahaan atau pekerjaan yang dilakukan di Daerah;

c. Terdapat tanda-tanda bahwa Wajib Pajak atau Penanggung Pajak akan membubarkan badan usahanya atau menggabungkan usahanya atau memindahtangankan perusahaan yang dimiliki atau dikuasainya atau melakukan perubahan bentuk lainnya;

d. Terjadi penyitaan atas barang Wajib Pajak atau Penanggung Pajak oleh pihak ketiga atau terdapat tanda-tanda kepailitan.

2. Kepala Dinas menetapkan jadwal waktu tindakan penagihan pajak yang menyimpang dari jadwal waktu yang telah ditentukan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dengan memperhatikan situasi dan kondisi Daerah.