

Pemisahan Peraturan Daerah Tentang Pajak dan Izin Reklame Sebagai Upaya Memaksimalkan Penerimaan Pajak

Amelia Cahyadi*

DOI: <https://doi.org/10.22304/pjih.v4n1.a5>

Abstrak

Pemanfaatan media iklan melalui reklame saat ini semakin diminati oleh pengusaha. Hal ini menimbulkan konsekuensi dalam hal izin penyelenggaraan reklame dan pembayaran pajaknya. Pajak Reklame sebenarnya dapat menjadi potensi pendapatan asli daerah yang cukup menjanjikan, namun banyak daerah di Indonesia yang belum dapat memanfaatkan potensi ini. Banyak daerah yang belum memiliki peraturan khusus tentang pajak reklame serta masih menyatukan instrumen izin dan pajak. Tulisan ini akan membahas permasalahan pengaturan pajak reklame di Indonesia dengan mengambil contoh pengaturan pajak reklame pada beberapa daerah yaitu di Kota Pekanbaru, Bekasi, dan Mataram. Pajak dan izin merupakan rezim yang berbeda, sehingga pengaturannya juga perlu dipisahkan. Pemisahan ini juga dapat menjadi upaya peningkatan PAD sebab setiap rezim dapat diatur secara lebih rinci.

Kata Kunci: izin, pajak, penyelenggaraan reklame, perda, reklame.

Optimizing Advertising Tax Income in the City of Indonesia through Advertisement License and the Separation of Municipal Law on Taxes Regulation

Abstract

The use of media advertising through billboards is increasingly used by entrepreneurs. This situation has caused the consequences to obtain the advertisement license and paying the advertisement tax. The advertisement tax might become a potential addition to boost local government revenue, yet unfortunately this practice has yet to be maximized by most of the local government in Indonesia due to the lack of local regulations governing it. This paper will discuss the problem in regulating advertisement tax by using several municipal laws on taxes regulation in Pekanbaru City, Bekasi City, and Mataram City. Taxes and licenses fell under different regimes, therefore the legal regulations governing both topics should be separated as well. This separation might also be an effective attempt to increase local government revenue by specifically regulates each regime.

Key word: license, tax, advertisement practice, municipal regulation, advertisement.

PADJADJARAN Jurnal Ilmu Hukum Volume 4 Nomor 1 Tahun 2017 [ISSN 2460-1543] [e-ISSN 2442-9325]

* Dosen Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran, Jl. Dipati Ukur No. 35 Bandung, amelia.cahyadi@unpad.ac.id, S.H., M.H. (Universitas Padjadjaran).

A. Pendahuluan

Pajak merupakan komponen penting dalam menunjang jalannya pemerintahan di Indonesia. Berdasarkan kewenangan memungut pajak, pajak dapat digolongkan sebagai pajak pusat dan pajak daerah. Pajak pusat menjadi penerimaan pemerintah pusat dan menjadi bagian dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN). Pajak sebagai salah satu sumber pendapatan negara merupakan komponen paling besar penyumbang pendapatan negara dari yang bertambah jumlahnya dari tahun ke tahun, yaitu sebesar 980.518,10 miliar rupiah pada tahun 2012, 1.077.306,70 miliar rupiah pada tahun 2013, 1.146.865,80 miliar rupiah pada tahun 2014, 1.489.865,80 miliar rupiah pada tahun 2015, dan 1.539.166,20 miliar rupiah pada tahun 2016.¹

Pemungutan daerah berupa pajak dan retribusi diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak dan Retribusi Daerah (UU PDRD). Pajak daerah dan retribusi daerah merupakan salah satu sumber pendapatan daerah yang penting guna membiayai pelaksanaan pemerintahan daerah. Pajak daerah dibagi menjadi dua jenis, yaitu pajak provinsi, yang terdiri dari lima jenis pajak dan pajak kabupaten/kota, yang terdiri dari 11 (sebelas) jenis pajak, yang salah satunya adalah pajak reklame.

Sementara itu, Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) terdiri dari hasil pajak daerah, hasil retribusi daerah, hasil perusahaan daerah, dan lain-lain hasil usaha daerah yang sah.² Berbeda dengan pendapatan negara dari pajak, hasil penerimaan pajak dan retribusi daerah diakui belum memadai dan memiliki peran yang relatif kecil terhadap APBD, khususnya bagi daerah kabupaten dan kota.³ Sebagian besar pengeluaran APBD dibiayai dana alokasi dari pusat, yang tidak sepenuhnya dapat diharapkan menutup seluruh kebutuhan pengeluaran daerah.⁴ Dengan demikian diperlukan upaya peningkatan pendapatan dari pajak daerah dengan mulai memberi perhatian lebih pada sektor-sektor yang strategis untuk dipungut pajak.

Salah satu sektor strategis untuk dipungut pajak adalah sektor reklame. Reklame merupakan media promosi barang dan jasa yang saat ini cukup banyak diminati oleh pengusaha hampir di seluruh kota di Indonesia. Menurut Berhouwer, reklame merupakan setiap pernyataan yang secara sadar ditujukan kepada publik dalam bentuk apapun juga yang dilakukan oleh seorang peserta lalu lintas perdagangan, yang diarahkan kearah sasaran memperbesar penjualan barang-

¹ Badan Pusat Statistik (BPS), "Realisasi Penerimaan Negara (Milyar Rupiah) dari Tahun 2007-2016", <https://www.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/1286>, diakses 21 Agustus 2016.

² Pasal 285 ayat (1) huruf a Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah (UU Pemda).

³ Irwansyah Lubis, *Kreatif Gali Sumber Pajak Tanpa Beban Rakyat*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2011, hlm. 14.

⁴ *Ibid.*

barang atau jasa yang dimasukkan oleh pihak yang berkepentingan dalam perniagaan.⁵ Reklame menjadi cara yang efektif untuk memperkenalkan atau mempromosikan suatu barang, jasa, orang, atau badan kepada masyarakat umum, khususnya di kota besar. Majunya sebuah kota seringkali dilihat dari banyaknya reklame yang ada di pinggir jalan strategis di kota tersebut. Keberadaan reklame menimbulkan kesan ramai dan merupakan alat promosi yang paling efektif untuk diingat masyarakat.

Namun demikian, banyak daerah di Indonesia yang belum dapat memanfaatkan dengan baik sektor reklame ini dalam hal pemungutan pajaknya. Banyak daerah yang terjebak pada instrumen izin dalam pengaturan tentang pajak reklame sehingga pendapatan pajaknya tidak mencapai target. Tulisan ini akan membahas permasalahan pengaturan pajak reklame di Indonesia dengan mengambil contoh pengaturan pajak reklame pada beberapa kota di Indonesia yaitu di Kota Pekanbaru, Kota Bekasi, dan Kota Mataram. Tiga kota tersebut mewakili praktek pengaturan pajak reklame yang masih bermasalah dan akan dikemukakan contoh dari dua daerah lain yaitu DKI Jakarta dan Bandung sebagai perbandingan.

Kota Pekanbaru, Bekasi, dan Mataram memiliki permasalahan yang kurang lebih serupa dalam pengaturan pajak reklamenya, yaitu jauhnya pendapatan asli daerah dari sektor pajak reklame dari yang sudah ditargetkan oleh pemerintah dan tidak tertibnya pemasangan reklame di kota-kota tersebut.

Pekanbaru adalah ibu kota provinsi Riau. Pada tahun 2016 diketahui bahwa jumlah tiang reklame di Kota Pekanbaru mencapai ribuan, namun berbanding terbalik dengan realisasi Pendapatan Asli Daerah dari sektor pajak reklame.⁶ Pada Oktober 2016 realisasi pajak yang dapat dipungut mencapai Rp16,1 miliar atau hanya sekitar 17,5% dari target, yaitu senilai Rp92 miliar.⁷ Hal ini disebabkan banyaknya reklame yang tidak memiliki izin, sehingga Pemerintah Daerah Kota Pekanbaru tidak dapat memungut pajaknya.⁸ Saat ini pajak reklame di Kota Pekanbaru diatur dengan Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 4 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame.

Tidak jauh berbeda dengan Kota Pekanbaru, hal yang sama juga dialami Pemerintah Kota Bekasi. Kota Bekasi merupakan salah satu kota yang terdapat di provinsi Jawa Barat dan merupakan bagian dari megapolita Jabodetabek, serta menjadi kota dengan jumlah penduduk terbanyak ke-4 di Indonesia. Saat ini Kota

⁵ Administrator, "Pengertian Reklame Definisi, Jenis, dan Macam Izin Pemasangan dan Akibat Hukumnya", <http://www.landasanteori.com/2015/10/pengertian-reklame-definisi-jenis-macam.html>, diakses pada 6 September 2016.

⁶ Awwaliatul Mukarromah, "Pajak Reklame Baru 17,5%, Ini Penyebabnya", <http://news.ddtc.co.id/artikel/8323/kota-pekanbaru-pajak-reklame-baru-175-ini-penyebabnya/>, diakses pada 6 Agustus 2017.

⁷ *Ibid.*

⁸ *Ibid.*

Bekasi berkembang menjadi tempat tinggal kaum urban dan sentra industri. Pajak reklame di Kota Bekasi diatur Peraturan Daerah Kota Bekasi Nomor 14 Tahun 2012 tentang Pajak Reklame (Perda Kota Bekasi 14/2012) dan Peraturan Walikota Bekasi Nomor 52 Tahun 2013 Tentang Perubahan Atas Peraturan Walikota Bekasi Nomor 48 Tahun 2012 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Bekasi Nomor 14 Tahun 2012 Tentang Pajak Reklame (Perwal Bekasi 48/2012), yang mengacu pada UU PDRD.

Diketahui sampai saat ini, Pemerintah Kota Bekasi mengalami kesulitan untuk memungut pajak di sektor reklame. Target penerimaan pajak reklame Kota Bekasi tidak terpenuhi berturut-turut sejak tahun 2015 sampai 2016.⁹ Perolehan pajak reklame pada tahun 2015 adalah Rp26 miliar, yaitu lebih rendah dari target yang ditentukan mencapai Rp55 miliar. Sementara pada tahun 2016 dari target Rp79 miliar, hanya tercapai Rp30 miliar.¹⁰ Meskipun target pada tahun 2015 dan 2016 tidak tercapai, namun pemerintah Kota Bekasi menaikkan target penerimaan pajak reklame pada tahun 2017 yaitu sebesar Rp80 miliar.¹¹ Selain tidak tercapainya target penerimaan negara dari sektor pajak reklame, pemerintah Kota Bekasi juga mengalami kesulitan dalam menertibkan dan mengawasi pemasangan reklame karena diketahui sampai saat ini, Kota Bekasi belum memiliki peraturan daerah mengenai penyelenggaraan reklame.

Pada Kota Mataram, pengaturan pajak reklame terdapat dalam Perda Kota Mataram Nomor 7 Tahun 2010 tentang Pajak Reklame. Reklame memiliki peluang memberi sumbangan bagi pendapatan asli daerah yang tidak kecil bagi Kota Mataram. Status Kota Mataram sebagai ibukota Provinsi Nusa Tenggara Barat merupakan daya tarik bagi dunia usaha untuk menanamkan modalnya di Mataram, terlebih Kota Mataram memang diarahkan menjadi kota jasa perdagangan,¹² sehingga tidak mengherankan banyak pengusaha yang menggunakan jasa reklame untuk mempromosikan usahanya.

Tidak jauh berbeda dengan Kota Pekanbaru dan Kota Bekasi, Pemerintah Kota Mataram juga mengalami permasalahan yang sama dalam hal pemungutan pajak reklame. Banyaknya reklame tidak berizin di Kota Mataram menyebabkan hilangnya potensi pajak reklame yang seharusnya dapat dipungut oleh Pemerintah Kota Mataram. Pada Oktober 2016, target pajak reklame Kota Mataram sebesar Rp2,5 miliar tidak terpenuhi.¹³ Pemerintah Kota Mataram menyatakan akan

⁹ Admin88-07, "Bekasi Evaluasi Target Pajak Reklame Tidak Terpenuhi", <http://m.harian88.com/bekasi-evaluasi-target-pajak-reklame-tidak-terpenuhi/>, diakses pada 5 Agustus 2017.

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ *Ibid.*

¹² Administrator, "Potensi dan Kawasan Bisnis di Kota Mataram", <http://mataramkota.go.id/kawasan-bisnis>, diakses pada 6 Agustus 2017.

¹³ Administrator, "Pemkot Mataram Segera Lakukan Penertiban Reklame Nakal", <http://www.seputarntb.net/2016/10/pemkot-mataram-segera-lakukan-penertiban-reklame-nakal.html>, diakses pada 6 Agustus 2017.

melakukan penertiban dan penindakan tegas terhadap penyelenggara reklamasi yang tidak memiliki izin.¹⁴

Peraturan Daerah pajak reklame di beberapa daerah kurang lebih mengalami hambatan yang sama, yaitu terdapat instrumen izin dan penyelenggaraan reklame dalam peraturan pajak reklame. Berdasarkan hal tersebut, tulisan ini akan menelaah problematika pengaturan pajak reklame dalam penyelenggaraan reklame dan solusi untuk peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari sektor Pajak Reklame.

B. Pengertian dan Pengaturan Pajak Daerah pada Penyelenggaraan Reklame di Indonesia

Rochmat Soemitro mendefinisikan pajak adalah perikatan yang timbul karena undang-undang yang mewajibkan seseorang yang memenuhi syarat-syarat yang telah ditentukan oleh undang-undang (*tatbestand*) untuk membayar sejumlah uang kepada kas negara, yang dapat dipaksakan, tanpa mendapatkan suatu imbalan yang secara langsung dapat ditunjuk, yang digunakan untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran negara (rutin dan pembangunan) dan digunakan sebagai alat (pendorong, penghambat) untuk mencapai tujuan di luar bidang keuangan.¹⁵ Penyusunan peraturan perundang-undangan untuk pemungutan pajak harus memperhatikan berbagai hal, misalnya keadilan, kepastian hukum, kondisi ekonomi masyarakat dan sebagainya. Adam Smith dalam bukunya "*An Inquiry Into the Nature and Causes of the Wealth of Nation*" dengan ajaran "*The Four Maxims*"¹⁶ menyatakan bahwa pemungutan pajak hendaknya didasarkan pada *equality* (keadilan), *certainty* (kepastian), *convenience of payment* (ketepatan waktu pembayaran), dan *economies of collection* (ekonomis dan efisien). Kepastian yang dimaksud dalam *four maxims* adalah pajak yang harus dibayar individu hendaknya pasti dan tidak sewenang-wenang.¹⁷ Waktu pembayaran, cara pembayaran, serta jumlah yang harus dibayar sebaiknya jelas dan tegas bagi pembayar dan semua orang yang lain.¹⁸

Prinsip pengaturan pajak tersebut penting untuk diperhatikan sebab pajak merupakan sumber pendapatan utama bagi negara, baik di tingkat pusat maupun daerah, dan pengaturan yang tidak baik dapat meningkatkan potensi korupsi. Berkaitan dengan pembiayaan otonomi daerah, Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 Tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah memberikan kewenangan kepada pemerintah daerah untuk membuat

¹⁴ *Ibid.*

¹⁵ Rochmat Soemitro, *Pengantar Singkat Hukum Pajak*, Bandung: Eresco, 1992, hlm. 13.

¹⁶ Adam Smith, *An Inquiry Into The Nature and Causes of The Wealth of Nation*, New York: Random House Inc, 1937, hlm. 777.

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ *Ibid.*

kebijakan di sisi penerimaan dalam rangka memperkuat pembangunan dan penyelenggaraan pemerintah daerah melalui peningkatan penerimaan, khususnya yang berasal dari pendapatan asli daerah.¹⁹ Salah satu sumber pendapatan asli daerah adalah pajak daerah.

Pajak daerah berdasarkan ketentuan Pasal 1 angka 10 UU PDRD adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Pajak daerah dipungut oleh pemerintah daerah. Pemerintahan daerah adalah penyelenggaraan urusan pemerintahan oleh pemerintah daerah dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) menurut asas otonomi dan tugas pembantuan dengan prinsip otonomi seluas-luasnya dalam sistem dan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) sebagaimana dimaksud dalam Pasal 18 UUD 1945.²⁰

Wewenang mengenakan pungutan pajak pada masyarakat merupakan unsur yang penting dalam pelaksanaan pemerintahan daerah, meskipun penerimaan daerah dari pajak, baik di tingkat provinsi maupun kota/kabupaten, masih relatif lebih rendah dibandingkan dengan penerimaan pajak di tingkat nasional. Kewenangan daerah dalam memungut pajak daerah berdasarkan UU PDRD antara lain ditetapkannya jenis pajak provinsi, yang terdiri atas Pajak Kendaraan Bermotor; Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor; Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor; Pajak Air Permukaan; dan Pajak Rokok.²¹ Selain pajak provinsi, ditetapkan juga jenis pajak kabupaten/kota yang terdiri atas Pajak Hotel; Pajak Restoran; Pajak Hiburan; Pajak Reklame; Pajak Penerangan Jalan; Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan; Pajak Parkir; Pajak Air Tanah; Pajak Sarang Burung Walet; Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan; dan Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan.²²

Jenis pajak yang telah ditentukan tersebut dapat tidak dipungut apabila potensinya kurang memadai dan/atau disesuaikan dengan kebijakan daerah yang ditetapkan dengan peraturan daerah.²³ Selain pajak-pajak yang disebutkan di atas, Daerah dilarang memungut jenis pajak lain.²⁴ Menurut Undang-Undang PDRD dan berdasarkan potensi yang ada, jenis pajak yang dikelola oleh Dinas Pelayanan Pajak Kota Bekasi terdiri dari Pajak Hotel; Pajak Restoran; Pajak Hiburan; Pajak Reklame; Pajak Penerangan Jalan; Pajak Parkir; Pajak Air Tanah; Bea Perolehan Hak Atas Tanah dan Bangunan (BPHTB); dan Pajak Bumi dan Bangunan Pedesaan dan Perkotaan.²⁵

¹⁹ Tjip Ismail, *Pengaturan Pajak Daerah di Indonesia*, Jakarta, 2008, hlm. 12.

²⁰ Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak dan Retribusi Daerah (UU PDRD).

²¹ Pasal 2 ayat (1) UU PDRD.

²² Pasal 2 ayat (2) UU PDRD.

²³ Pasal 2 ayat (4) UU PDRD.

²⁴ Pasal 2 ayat (3) UU PDRD.

²⁵ Pemerintah Kota Bekasi, "Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah Tahun 2014",

Pajak reklame adalah salah satu contoh pajak kabupaten/kota. 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.²⁶ Pajak reklame diatur dalam Bagian Kesepuluh Pasal 47 sampai dengan Pasal 51 UU PDRD. Subjek pajak reklame adalah orang atau badan yang menggunakan reklame²⁷ dan wajib pajak reklame adalah orang atau badan atau pihak ketiga yang menyelenggarakan reklame.²⁸ Yang menjadi objek pajak reklame adalah semua penyelenggaraan reklame, meliputi reklame papan atau billboard atau videotron atau megatron dan sejenisnya; reklame kain; reklame melekat atau stiker; reklame selebaran; reklame berjalan, termasuk pada kendaraan; reklame udara; reklame apung; reklame suara; reklame film/slide; dan reklame peragaan.²⁹

Di samping jenis-jenis reklame yang menjadi objek pajak reklame, terdapat jenis reklame yang dikecuali dari objek pajak reklame, yaitu:³⁰

1. penyelenggaraan reklame melalui internet, televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan, dan sejenisnya;
2. label/merek produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan, yang berfungsi untuk membedakan dari produk sejenis lainnya;
3. nama pengenal usaha atau profesi yang dipasang melekat pada bangunan tempat usaha atau profesi diselenggarakan sesuai dengan ketentuan yang mengatur nama pengenal usaha atau profesi tersebut;
4. reklame yang diselenggarakan oleh pemerintah atau pemerintah daerah;
5. reklame yang diselenggarakan oleh Organisasi Kemasyarakatan Partai (OKP) paling lama 2 (dua) minggu; dan
6. penyelenggaraan reklame lainnya yang ditetapkan dengan peraturan daerah.

Dasar pengenaan pajak reklame adalah nilai sewa reklame.³¹ Dalam hal reklame diselenggarakan oleh pihak ketiga, nilai sewa reklame yang akan menjadi dasar pengenaan pajak ditetapkan berdasarkan nilai kontrak reklame.³² Dalam hal reklame diselenggarakan sendiri, nilai sewa reklame yang akan menjadi dasar pengenaan pajak dihitung dengan memperhatikan faktor jenis, bahan yang

<http://bekasikota.go.id/files/fck/Lakip%20Kota%20Bekasi%202014.pdf>, diunduh 13 September 2016.

²⁶ Pasal 1 angka 27 UU PDRD

²⁷ Pasal 48 ayat (1) UU PDRD jo. Pasal 5 ayat (1) Peraturan Daerah Kota Bekasi Nomor 14 Tahun 2012 Tentang Pajak Reklame (Perda Kota Bekasi 14/2012).

²⁸ Pasal 48 ayat (2) jo. ayat (3) dan (4) UU PDRD jo. Pasal 5 ayat (2) Perda Kota Bekasi 14/2012.

²⁹ Pasal 47 ayat (1) dan (2) UU PDRD jo. Pasal 3 ayat (1) dan (2) Perda Kota Bekasi 14/2012.

³⁰ Pasal 47 ayat (3) UU PDRD jo. Pasal 3 ayat (1) dan (2) Perda Kota Bekasi 14/2012.

³¹ Pasal 49 ayat (1) UU PDRD .

³² Pasal 49 ayat (2) UU PDRD .

digunakan, lokasi penempatan, waktu, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah, dan ukuran media reklame.³³ Apabila nilai sewa reklame tidak diketahui dan/atau dianggap tidak wajar, nilai sewa reklame ditetapkan dengan menggunakan faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, waktu, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah, dan ukuran media reklame.³⁴ Cara perhitungan nilai sewa reklame ditetapkan dengan peraturan daerah dan hasil perhitungan nilai sewa reklame ditetapkan dengan peraturan kepala daerah.³⁵ Mengenai tarif pajak reklame, Pasal 50 UU PDRD menetapkan tarif maksimum untuk pajak reklame adalah 25%.

Berbagai hal yang telah disebutkan di atas terkait dengan pengenaan pajak reklame merupakan bagian tersendiri dari penyelenggaraan reklame. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa pengaturan pengenaan pajak reklame memerlukan instrumen hukum tersendiri yang dapat mengakomodir politik hukum pajak daerah dan tujuan utamanya. Hal yang menjadi masalah di beberapa daerah di Indonesia adalah, masih bercampurnya instrumen pengaturan pajak reklame dan izin. Sub bab berikutnya akan mendeskripsikan persoalan pengaturan perda pajak reklame pada beberapa daerah.

C. Tinjauan terhadap Perda Pajak Reklame Kota Bekasi, Pekanbaru, dan Mataram

Bab III Perda Kota Bekasi 14/2012 mencantumkan masa berlakunya izin reklame. Pada Pasal 6 ayat (1) Perda Kota Bekasi 14/2012, dinyatakan bahwa untuk masa berlaku izin reklame papan/*billboard*, bando, dan jembatan penyebrangan orang (JPO) ditentukan sebagai berikut:

- a. Papan/Billboard:
 1. yang luasnya < 5 M² izinnya selama 1 tahun;
 2. yang luasnya 5 s/d 10 M² izinnya selama 2 tahun;
 3. yang luasnya 11 s/d 15 M² izinnya selama 3 tahun;
 4. yang luasnya 16 s/d 20 M² izinnya selama 4 tahun;
 5. yang luasnya > 20 M² izinnya selama 5 tahun;
- b. Bando izinnya selama 7 tahun;
- c. JPO izinnya selama 10 tahun.
- d. Halte izinnya selama 1 tahun.

Selanjutnya, dalam Pasal 6 ayat (2) Perda Kota Bekasi 14/2012, dinyatakan bahwa masa berlaku izin tersebut sebagaimana dimaksud pada ayat (1) sesuai ketentuan yang ada bila habis masa berlakunya menjadi aset Pemerintah Kota Bekasi, yang dibuatkan dalam Berita Acara dan ditetapkan dalam keputusan walikota.

³³ Pasal 49 ayat (3) UU PDRD.

³⁴ Pasal 49 ayat (4) UU PDRD.

³⁵ Pasal 49 ayat (5) dan (6) UU PDRD.

Selain itu, dalam peraturan pelaksana Perda Kota Bekasi 14/2012, yaitu Perwal Bekasi 48/2012 juga mengatur mengenai tata cara pemberian izin penyelenggaraan/pemasangan reklame, yaitu setiap penyelenggaraan/ pemasangan reklame baik atas nama perseorangan maupun badan terlebih dahulu harus mendapat izin penyelenggaraan/pemasangan reklame dari walikota yang harus memperhatikan tata ruang kota, faktor estetika, norma agama, norma sosial, keindahan, dan ketertiban umum.³⁶ Untuk mendapatkan izin penyelenggaraan/ pemasangan reklame dari walikota, penyelenggara reklame harus mengajukan permohonan secara tertulis kepada walikota melalui Satuan Kerja Perangkat Daerah.³⁷

Pada Perwal Bekasi 48/2012 juga diatur mengenai syarat permohonan izin penyelenggaraan/pemasangan reklame baik oleh penyelenggara reklame perorangan maupun penyelenggara reklame berbadan hukum sebagaimana diatur dalam Pasal 4 ayat (4) Perwal Bekasi 48/2012. Prosedur permohonan izin reklame selanjutnya adalah berkas permohonan akan diteliti kelengkapan persyaratannya oleh Satuan Kerja Perangkat Daerah yang mempunyai kewenangan di bidang perizinan dan selanjutnya dilakukan pembahasan oleh Tim Teknis.³⁸ Selanjutnya, Perwal Bekasi 48/2012 juga mengatur mengenai masa berlaku izin reklame, jangka waktu perizinan, perpanjangan izin, pengawasan pengelolaan izin, penataan, pengawasan, dan pengendalian penyelenggaraan reklame.

Demikian halnya dengan yang terdapat pada Perda Kota Pekanbaru 4/2011 tidak hanya mengatur izin, namun juga terdapat bab tersendiri yang mengatur penyelenggaraan reklame, yaitu Bab VI. Pada Bab VI penyelenggaraan reklame dinyatakan bahwa setiap penyelenggaraan reklame dalam wilayah Kota Pekanbaru yang dilakukan oleh pemilik atau penyelenggara atau kuasanya, wajib memiliki izin dari walikota atau pejabat yang ditunjuk.³⁹ Izin sebagaimana dimaksud diajukan secara tertulis kepada walikota atau pejabat lain yang ditunjuk dengan mengisi formula dan melengkapi persyaratan yang ditetapkan dengan Peraturan Walikota.⁴⁰

Sebelum izin diterbitkan oleh walikota atau pejabat yang ditunjuk, pemilik atau penyelenggara atau kuasanya diwajibkan membayar dan melunasi pajak reklame dan uang jaminan bongkar, yang ditetapkan sebesar 10% dari jumlah ketetapan pajak, ke kas daerah atau tempat lain yang ditunjuk.⁴¹ Pada Kota Pekanbaru tidak ada peraturan daerah yang mengatur secara khusus mengenai penyelenggaraan reklame. Sementara itu rumusan penyelenggaraan reklame yang ada dalam Perda Kota Pekanbaru 4/2011 tidak dijelaskan lebih lanjut.

³⁶ Pasal 4 ayat (1) dan (2) Peraturan Walikota Bekasi Nomor 48 Tahun 2012 tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Bekasi Nomor 14 Tahun 2012 tentang Pajak Reklame (Perwal Bekasi 48/2012).

³⁷ Pasal 4 ayat (3) Perwal Bekasi 48/2012.

³⁸ Pasal 4 ayat (6) Perwal Bekasi 48/2012.

³⁹ Pasal 7 ayat 1 Perda Kota Pekanbaru 4/2011.

⁴⁰ Pasal 7 ayat 2 Perda Kota Pekanbaru 4/2011.

⁴¹ Pasal 7 ayat 3 dan 4 Perda Kota Pekanbaru 4/2011.

Tidak berbeda jauh dengan Perda Pekanbaru, Perda Mataram 7/2010 juga terdapat instrumen izin untuk penyelenggaraan reklame. Pada Bab III Perda Mataram 7/2010 diatur mengenai lokasi pemasangan reklame, yang menyatakan bahwa pada dasarnya seluruh wilayah daerah dapat dijadikan sebagai tempat pemasangan reklame, kecuali beberapa lokasi yang dinyatakan sebagai kawasan atau lokasi yang dilarang sebagai tempat pemasangan reklame. Ketentuan lebih lanjut mengenai larangan tempat pemasangan reklame diatur dengan Peraturan Kepala Daerah.⁴² Kawasan atau lokasi tempat pemasangan reklame dikelompokkan berdasarkan nilai strategis.⁴³

Pada Pasal 7 Perda Kota Mataram 7/2010 diatur mengenai tender titik reklame. Pemanfaatan titik lokasi tempat pemasangan reklame berdasarkan nilai strategis dapat dilakukan dengan tender.⁴⁴ Peserta tender harus menyerahkan uang jaminan tender sebesar 25 % (dua puluh lima per seratus) dari nilai tender.⁴⁵ Pemenang tender harus menyerahkan jaminan pelaksanaan pembangunan sebesar 25 % (dua puluh lima per seratus) dari nilai biaya konstruksi.⁴⁶

Jangka waktu pemanfaatan titik lokasi tempat reklame di Kota Mataram ditetapkan paling lama 3 (tiga) tahun sejak penetapan pemenang tender, kecuali dititik lokasi tersebut menggunakan reklame dengan spesifikasi dan teknologi tinggi diatur lebih lanjut dengan Peraturan Kepala Daerah.⁴⁷ Jika dalam jangka waktu paling lama 60 (enam puluh) hari terhitung sejak tanggal berita acara hasil pelaksanaan tender, pemenang tender belum melunasi harga tender maka penetapan pemenang tender dapat dibatalkan dan uang jaminan tender tidak dapat dikembalikan.⁴⁸ Jika pemenang tender belum atau tidak melaksanakan pembangunan bangunan reklame dan/ atau pemasangan reklame dalam jangka waktu 3 (tiga) bulan sejak tanggal ditetapkannya keputusan pemenang tender, maka keputusan tersebut batal demi hukum dan uang jaminan tender tidak dapat dikembalikan.⁴⁹ Setelah berakhirnya masa pemanfaatan titik lokasi reklame, maka terhadap titik lokasi reklame tersebut dapat dilakukan tender kembali.⁵⁰

Selanjutnya diatur juga mengenai izin dan standar reklame dalam Perda Kota Mataram 7/2010 yang seharusnya hanya mengatur mengenai pajak reklame saja. Pada Pasal 10 Perda Kota Mataram 7/2010 dinyatakan bahwa penyelenggaraan reklame dalam Wilayah Daerah wajib memperoleh izin tertulis dari Kepala Daerah

⁴² Pasal 5 Perda Kota Mataram 7/2010.

⁴³ Pasal 6 ayat 1 Perda Kota Mataram 7/2010.

⁴⁴ Pasal 7 ayat (1) Perda Kota Mataram 7/2010.

⁴⁵ Pasal 7 ayat (2) Perda Kota Mataram 7/2010.

⁴⁶ Pasal 7 ayat (3) Perda Kota Mataram 7/2010.

⁴⁷ Pasal 8 ayat (1) Perda Kota Mataram 7/2010.

⁴⁸ Pasal 8 ayat (2) Perda Kota Mataram 7/2010.

⁴⁹ Pasal 8 ayat (3) Perda Kota Mataram 7/2010.

⁵⁰ Pasal 8 ayat (4) Perda Kota Mataram 7/2010.

yang tidak dikenakan pungutan.⁵¹ Pasal 11 Perda Kota Mataram 7/2010 menyatakan bahwa setiap pemasangan reklame harus memenuhi standar reklame, meliputi:⁵²

- a. Standar etik yaitu isinya tidak mempertentangkan unsur SARA (Suku, Agama, Ras dan Antar Golongan) dan menjaga norma kesopanan;
- b. Standar estetis yaitu bentuk dan penampilannya memperhatikan aspek keindahan;
- c. Standar teknis yaitu reklame yang dipasang memenuhi ketentuan standar konstruksi;
- d. Standar fiskal yaitu reklame yang dipasang telah melunasi seluruh kewajiban perpajakan;
- e. Standar administrasi yaitu reklame yang dipasang memenuhi perizinan sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
- f. Standar keselamatan yaitu reklame yang dipasang tidak mengganggu lalu lintas dan tidak membahayakan masyarakat sekitarnya.

Berdasarkan ketentuan Pasal 12 Perda Kota Mataram 7/2010, penyelenggara reklame diwajibkan untuk:

- a. Memasang plat izin atau stempel masa berlaku izin dan ukuran bidang reklame yang dapat terlihat dengan jelas oleh umum;
- b. Memelihara benda-benda dan alat-alat yang dipergunakan untuk reklame agar selalu dapat berfungsi dan dalam kondisi baik;
- c. Menyelesaikan pembongkaran reklame paling lambat 7 (tujuh) hari setelah izin berakhir;
- d. Menanggung segala akibat jika penyelenggaraan reklame yang bersangkutan menimbulkan kerugian pada pihak lain;
- e. Membayar biaya jaminan bongkar reklame.

Selain itu diatur juga dalam Perda Kota Mataram 7/2010 mengenai hal-hal terkait penyelenggaraan reklame yang seharusnya diatur dalam peraturan daerah yang berbeda, yaitu reklame diselenggarakan dengan tidak menutup pandangan rambu, lampu pengatur dan kamera lalu lintas; konstruksi reklame dapat dipertanggungjawabkan menurut persyaratan teknis sesuai ketentuan yang berlaku; lampu reklame yang dipasang diarahkan ke bidang reklame sehingga tidak menyilaukan pandangan pemakai jalan; dan instalasi listrik yang dipasang harus memenuhi persyaratan teknis sehingga tidak membahayakan keselamatan umum.⁵³ Pada Pasal 16 ayat (1) Perda Kota Mataram 7/2010 dinyatakan bahwa Izin penyelenggaraan reklame dicabut dan dinyatakan tidak berlaku apabila dilaksanakan tidak sesuai dengan izin yang telah diberikan, yang seharusnya tidak diatur bersama dalam perda pajak reklame.

⁵¹ Pasal 10 ayat 1 dan 2 Perda Kota Mataram 7/2010.

⁵² Pasal 11 ayat 2 Perda Kota Mataram 7/2010.

⁵³ Pasal 13 Perda Kota Mataram 7/2010.

Pencantuman bab tersendiri mengenai masa berlakunya izin dan hal-hal terkait penyelenggaraan reklame dalam Perda Kota Bekasi 14/2012, Perwal Bekasi 48/2012, Perda Kota Pekanbaru 4/2011, serta Perda Kota Mataram 7/2010 menimbulkan permasalahan tersendiri. Mekanisme izin dan pajak merupakan hal yang membutuhkan pengaturan yang berbeda. Pengaturan mengenai pajak, dalam hal ini pajak reklame, diatur dalam UU PDRD.

Dalam Perda Pajak Reklame setiap kota seharusnya mengatur hal-hal mengenai subjek pajak reklame; wajib pajak reklame; objek pajak reklame; penyelenggaraan reklame yang dikecualikan dari objek pajak reklame; dasar pengenaan pajak reklame; tarif pajak reklame; cara perhitungan pajak reklame; wilayah pemungutan pajak reklame; masa pajak; pajak terutang; surat pemberitahuan pajak daerah; penetapan pajak; tata cara pembayaran dan penagihan pajak; kadaluwarsa; upaya administrasi yang dapat dilakukan wajib pajak, yaitu keberatan dan banding; pengurangan, keringanan, dan pembebasan pajak; pembetulan, pembatalan, pengurangan ketetapan, dan penghapusan atau pengurangan sanksi administrasi; pengembalian kelebihan pembayaran pajak; pemeriksaan kepatuhan kewajiban pembayaran pajak; serta ketentuan sanksi, baik sanksi administrasi maupun sanksi pidana.

Pemisahan tersebut dapat dilihat dalam Peraturan Pajak Daerah Provinsi Ibukota Jakarta Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame dan Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 8 Tahun 2003 tentang Pajak Reklame. DKI Jakarta dan Bandung telah memiliki pengaturan daerah yang terpisah mengenai pajak reklame dengan penyelenggaraan reklame. Hal-hal terkait pajak diatur dalam peraturan daerah mengenai pajak reklame, sedangkan terkait segala hal mengenai izin dan penyelenggaraan reklame sebaiknya diatur dalam Peraturan daerah penyelenggaraan reklame.

D. Upaya Memaksimalkan Pendapatan Asli Daerah dari Sektor Pajak Reklame

Kota-kota besar di Indonesia pada umumnya selain menjadi wilayah pemukiman, juga berkembang sebagai kota perdagangan, jasa dan industri. Pemerintah kota yang berkembang pada umumnya terus berusaha mengembangkan fasilitas-fasilitas yang mendukung aktivitas masyarakat, seperti pasar tradisional dan modern, perumahan, tempat ibadah, perbankan, sarana pendidikan dan kesehatan. Pertumbuhan penduduk dan perkembangan ekonomi pada suatu kota menjadi tujuan bagi pemasaran berbagai produk, baik barang maupun jasa. Seiring dengan perkembangan sektor perdagangan dan jasa, media yang digunakan untuk pengiklanan produk atau jasa juga berkembang. Pemanfaatan teknologi dan media iklan melalui reklame juga semakin banyak. Penggunaan reklame sebagai media iklan harus dilakukan berdasarkan ketentuan dan peraturan daerah yang berlaku.

Besarnya pertumbuhan ekonomi di daerah menyebabkan penggunaan reklame menjadi cukup diminati. Namun hal ini tidak serta merta menjadi komoditas yang dapat mendatangkan PAD. Pemungutan pajak atas reklame sebenarnya dapat menjadi salah satu sumber PAD yang cukup menjanjikan. Berkembangnya jenis reklame dan tingginya minat masyarakat untuk menggunakan reklame sebagai media promosi barang atau jasa sepertinya tidak diimbangi dengan pembayaran pajak reklame. Beberapa kendala yang dihadapi pemerintah dalam pemungutan pajak reklame diantaranya adalah banyak dari calon pemasang reklame tidak mengetahui ada beberapa hal yang harus dilakukan sebelum memasang reklamenya, yaitu mengajukan permohonan izin reklame dan membayar pajak reklame. Hingga saat ini masih banyak reklame yang dipasang di Kota Bekasi, Pekanbaru, dan Mataram yang tidak memiliki izin dan tidak semua orang tahu bagaimana caranya menghitung pajak reklame.

Sebagai contoh, pada Juni 2014, Pemerintah Kota Bekasi melalui Badan Pelayanan Perizinan Terpadu (BPPT) melakukan pendataan dan penertiban perizinan terhadap pemasangan reklame di Kota Bekasi dan diketahui sekitar 90% reklame di Kota Bekasi tidak berizin.⁵⁴ Pada tahun 2015 sesuai dengan hasil audit Badan Pemeriksa Keuangan (BPK) menemukan sedikitnya ada 1.541 titik reklame *indoor* tidak berizin yang setelah dicocokkan ke BPPT Kota Bekasi diketahui ada 551 titik reklame yang telah mengajukan izin.⁵⁵ Dengan demikian maka reklame *indoor* tidak berizin tercatat ada 990 reklame. Sementara untuk reklame *outdoor* BPK mencatat terdapat 169 reklame yang terpasang. Setelah dicocokkan dengan data perizinan di BPPT ternyata terdapat 110 reklame belum berizin. Dengan demikian maka jumlah reklame tidak berizin yang ada di Kota Bekasi mencapai 1.100 titik dengan rincian 990 reklame jenis *indoor* dan 110 reklame *outdoor*.⁵⁶ Atas temuan tersebut, Pemerintah Kota Bekasi berpotensi merugi sebesar Rp604.044.000 dari sektor pajak reklame.⁵⁷

BPK menemukan 112 reklame yang telah habis masa berlakunya dan belum diperpanjang oleh BPPT. Dari 112 reklame yang habis masa berlakunya, BPK menemukan ada dua belas reklame yang habis masa berlakunya namun masih tetap terpasang yang bila dihitung nilainya pajaknya mencapai Rp901.539.700.⁵⁸ BPK juga menemukan potensi kehilangan penerimaan pajak reklame dari reklame film atau slide di bioskop dan reklame wall painting minimal Rp222.473.000.⁵⁹ Realisasi pajak

⁵⁴ Jessi Carina, "Sebanyak 90% Reklame Kota Bekasi Tanpa Izin", <http://nasional.kontan.co.id/news/sebanyak-90-reklame-di-bekasi-tanpa-izin>, diunduh 18 November 2016.

⁵⁵ Ahmad Suryadi, "Reklame di Kota Bekasi Rugi Miliaran Rupiah", <http://www.wajahbekasi.com/2015/07/reklame-di-kota-bekasi-rugi-miliaran.html>, diunduh 21 November 2016.

⁵⁶ *Ibid.*

⁵⁷ *Ibid.*

⁵⁸ *Ibid.*

⁵⁹ *Ibid.*

reklame di Kota Bekasi pada kuartal III tahun 2015 baru mencapai Rp19,97 miliar atau 30% dari total target Rp66,16 miliar.⁶⁰ Data Dinas Pendapatan Daerah Kota Bekasi menunjukkan hingga Oktober 2015, realisasi pajak terendah terjadi pada sektor penerimaan pajak reklame.⁶¹ Pada awal Desember 2015 target tersebut baru mencapai 71,99%.⁶²

Tidak terlalu berbeda dengan Bekasi, Pendapatan Asli Daerah Pekanbaru dari sektor pajak reklame tahun 2016 terealisasi tidak sampai setengah dari target. Pada akhir tahun 2016 diketahui bahwa dari target pajak reklame sebesar Rp92 miliar hanya tercapai Rp20 miliar.⁶³ Sekretaris Badan Pendapatan Daerah Pekanbaru tahun 2016 menyebutkan bahwa salah satu penyebab tidak tercapainya target pajak reklame adalah tidak validnya data yang dimiliki Pemerintah Kota Pekanbaru, misalnya data toko yang tercatat ternyata sudah tidak ada atau sudah pindah tapi tidak melapor.⁶⁴ Selain itu juga banyak tiang reklame yang tidak memiliki izin sehingga Pemerintah Kota Pekanbaru tidak dapat menarik pajak reklame tersebut.⁶⁵

Begitu pula halnya dengan pajak reklame di Kota Mataram. Target pajak reklame pada tahun 2016 di Kota Mataram tidak terpenuhi, namun pemerintah kota tetap menaikan target pajak reklame sebesar Rp600 juta dibanding tahun sebelumnya, yaitu menjadi Rp4 miliar pada tahun 2017.⁶⁶ Hingga saat ini realisasi penerimaan pajak reklame tahun 2017 di Kota Mataram baru mencapai 30%.⁶⁷

Permasalahan beberapa daerah tersebut adalah tidak tercapainya target penerimaan pajak dan ketertiban tata ruang kota juga terganggu dengan banyaknya reklame yang tidak berizin dan dipasang tidak sesuai ketentuannya. Reklame tak berizin ini juga tidak dapat dikenai pajak karena dianggap illegal.

Secara umum, pajak dapat timbul apabila subjek pajak/wajib pajak, memiliki hal yang termasuk dalam objek pajak sebagaimana yang terdapat dalam peraturan yang mendasarinya, dan telah terpenuhinya atau terjadi suatu tatbestand (sasaran

⁶⁰ Redaksi Berita Ekspres, "Pajak Reklame Untuk PAD Ngempos, DP3JU Kota Bekasi Getol Adakan ODS", <http://www.beritaekspres.com/2015/10/17/pajak-reklame-untuk-pad-ngempos-dp3ju-kota-bekasi-getol-adakan-ods/>, diunduh 21 November 2016.

⁶¹ *Ibid.*

⁶² Redaksi Berita Ekspres, "Ditit Susilo: PAD Pajak Reklame Kota Bekasi Berpotensi Bocor Setiap Tahun", <http://www.beritaekspres.com/2015/12/05/ditit-susilo-pad-pajak-reklame-kota-bekasi-berpotensi-bocor-setiap-tahun/>, diunduh 21 November 2016.

⁶³ Administrator, "Data Tidak Valid, PAD Pajak Reklame Pekanbaru Anjlok", <http://riauterkini.com/usaha.php?arr=120514&judul=Data%20Tak%20Valid,%20PAD%20Pajak%20Reklame%20Pekanbaru%20Anjlok>, diakses pada 7 Agustus 2017.

⁶⁴ *Ibid.*

⁶⁵ *Ibid.*

⁶⁶ Iko, "Rp 4 Miliar Target Pajak Reklame di Kota Mataram Baru Terealisasi 30 Persen", <https://kicknews.today/2017/07/12/rp-4-miliar-target-pajak-reklame-di-kota-mataram-baru-terrealisasi-30-persen/>, diakses pada 7 Agustus 2017.

⁶⁷ *Ibid.*

pemajakan), yang terdiri dari keadaan, peristiwa, atau perbuatan tertentu. Apabila melihat timbulnya utang pajak, ada 2 (dua) ajaran yang mengatur tentang timbulnya utang pajak tersebut, yaitu ajaran formil dan ajaran materil. Berdasarkan ajaran formil, utang pajak timbul karena dikeluarkannya Surat Ketetapan Pajak oleh fiskus. Ajaran formil diterapkan pada pajak yang dipungut dengan sistem official assessment.

Berbeda dengan ajaran formil, berdasarkan ajaran materil, utang pajak timbul karena sudah adanya undang-undang pajak yang mengatur. Berdasarkan ajaran ini, seseorang dapat dikenai pajak karena suatu keadaan, perbuatan, atau peristiwa. Ajaran ini diterapkan pada sistem pemungutan pajak self assessment. Berdasarkan ajaran timbulnya utang pajak, maka ada atau tidaknya izin atas sesuatu hal, seharusnya tidak mempengaruhi timbulnya utang pajak atau tidak. Meskipun suatu hal tidak mendapat izin, pemungutan pajak tetap dapat dilakukan selama ada undang-undang yang mengaturnya.

Pada saat ini, sistem pemungutan pajak yang banyak dianut di Indonesia adalah sistem pemungutan pajak self assessment. Sistem *self assessment* adalah suatu sistem yang memberi wewenang kepada wajib pajak untuk menghitung, memperhitungkan, membayar, dan melaporkan sendiri besarnya pajak yang terutang.⁶⁸ Sistem *self assessment* disebutkan dalam Pasal 12 ayat (1) dan (2) Undang-Undang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (KUP),⁶⁹ yaitu setiap wajib pajak wajib membayar pajak yang terutang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan, dengan tidak menggantungkan pada adanya Surat Ketetapan Pajak. Dengan sistem ini, masyarakat diberikan kepercayaan dalam pemenuhan kewajiban perpajakannya, termasuk dalam hal pembayaran pajak reklame. Hal tersebut menuntut masyarakat untuk melaporkan penyelenggaraan reklame yang dilakukan untuk memperoleh izin penyelenggaraan reklame dan membayarkan pajak reklame.

Sementara itu, pengaturan mengenai izin atau prosedur penyelenggaraan reklame seharusnya diatur dalam peraturan daerah tersendiri. Pengaturan mengenai izin dan prosedur penyelenggaraan reklame dibutuhkan sebagai instrumen pengawasan dan pengendalian penyelenggaraan reklame.

Fungsi pengawasan dan pengendalian merupakan salah satu fungsi manajemen yang diarahkan untuk memastikan apakah rencana yang diimplementasikan berjalan sebagaimana mestinya serta mencapai tujuan yang ditetapkan, memastikan apa yang menjadi penyebab apabila suatu rencana tidak berjalan

⁶⁸ Syofrin Syofyan dan Asyhar Hidayat, *Hukum Pajak dan Permasalahannya*, Bandung: Refika Aditama, 2004, hlm. 16.

⁶⁹ Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan, *Undang-Undang KUP dan Peraturan Pelaksanaannya*, Jakarta: Kementerian Keuangan, 2013, hlm. 39, www.kemenkeu.go.id/sites/default/files/UU-KUP%20Mobile.pdf.

dengan semestinya, dan tindakan koreksi seperti apa yang dapat dilakukan.⁷⁰ Fungsi pengawasan dapat dilakukan pemerintah melalui instrumen izin. Melalui izin juga pemerintah terlibat dalam kegiatan warga negara. Bahkan tidak berhenti pada tahap pemberian izin, namun melalui serangkaian kebijakan pemerintah dapat mengarahkan warganya sesuai dengan tujuan penyelenggaraan negara.

Setelah izin di proses, pemerintah melakukan pengawasan, pemegang izin diwajibkan memberikan laporan berkala, dan sebagainya sebagai rangkaian dari kegiatan pengawasan. Fungsi izin adalah sebagai instrumen yuridis yang digunakan oleh pemerintah untuk mempengaruhi warga agar mau mengikuti cara yang dijanjkannya guna mencapai suatu tujuan konkret.⁷¹ Sebagai suatu instrumen, izin berfungsi sebagai pengarah, atau untuk mengemudikan tingkah laku warga. Perizinan juga dimaksudkan untuk mengadakan pembinaan, pengaturan, pengendalian, dan pengawasan.⁷² Dalam penyelenggaraan reklame terdapat alur yang merupakan wujud terciptanya fungsi pengaturan, bentuk dari fungsi pengaturan ini berupa keamanan dari reklame itu sendiri. Fungsi pengaturan ini mengendalikan agar reklame yang dipasang tidak sembarang. Penyelenggaraan reklame memerlukan juga kepastian keamanan bagi lingkungan sekitar.

Fungsi pengaturan bukan hanya satu-satunya tujuan yang ingin dicapai dengan adanya pemisahan peraturan antara pajak dan izin. Potensi sumbangan terhadap pendapatan asli daerah dari sektor pajak reklame juga merupakan tujuan yang ingin dicapai oleh pemerintah dengan memisahkan peraturan tersebut. Sebagai upaya meningkatkan penerimaan asli daerah dan dalam hal penertiban pendataan reklame legal, apabila diperlukan, ditetapkan juga mengenai insentif bagi pihak yang membayar pajak reklame dengan tertib. Insentif dapat diberikan bagi para penyelenggara reklame yang telah mengikuti seluruh prosedur untuk memperoleh izin penyelenggaraan reklame dan membayar pajak reklame, yang dapat berupa beberapa bentuk insentif, misalnya:

1. Potongan jumlah pajak yang harus dibayarkan bagi penyelenggara reklame yang memiliki izin;
2. Potongan jumlah pajak yang harus dibayarkan bagi penyelenggara reklame yang menggunakan reklame jenis-jenis tertentu, misalnya jenis reklame LED;
3. Pengampunan utang pajak reklame pada periode waktu tertentu, misalnya untuk bulan pertama pemasangan reklame.

⁷⁰ Ernie Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen Edisi Pertama*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010, hlm. 317.

⁷¹ Philipus M. Hadjon, R. Sri Soemantri M., Sjachran Basah, (et.al.), *Pengantar Hukum Administrasi Indonesia*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1993, hlm. 5.

⁷² *Ibid.*

Berdasarkan hal tersebut, peningkatan pencapaian pajak reklame dapat dimaksimalkan dengan direvisinya peraturan daerah kota yang mengatur mengenai pajak reklame dan menerapkannya dengan maksimal, yaitu dalam hal pengawasan. Perda pajak reklame seharusnya hanya mengatur mengenai pajak reklamennya saja. Berkaitan dengan pengaturan izin penyelenggaraan reklame, Pemerintah daerah dapat menerbitkan peraturan daerah tersendiri mengenai penyelenggaraan reklame, sehingga permasalahan-permasalahan mengenai reklame ilegal dapat diatasi. Selain itu, peraturan daerah yang khusus mengatur mengenai penyelenggaraan reklame juga dapat mewujudkan penataan dan penyelenggaraan reklame yang lebih tertib di wilayah kota dengan memperhatikan aspek penataan ruang kota, aspek keterbatasan ruang publik yang tersedia, aspek etika, estetika, sehingga dapat menciptakan keamanan dan keselarasan dengan lingkungan. Hal tersebut juga dinilai dapat menciptakan ketertiban umum, keindahan kota, dan meningkatkan pelayanan kepada masyarakat terhadap pemasangan reklame di dalam dan di luar ruang yang sesuai dengan estetika, serasi dengan lingkungan dan perkembangan kota saat ini serta memiliki fungsi sosial bagi masyarakat.

Pengaturan secara terpisah mengenai pajak reklame dan penyelenggaraan reklame telah dilakukan oleh Pemerintah Kota di kota lain, misalnya Bandung dan Jakarta. Pengaturan yang dipisahkan memberikan kepastian hukum dalam proses penyelenggaraan reklame, yaitu segala sesuatu yang berkaitan dengan izin reklame dan dalam hal pemungutan pajak menjadi lebih terperinci dan jelas.

Penerimaan pajak yang lebih maksimal akan sangat berguna bagi pembiayaan pembangunan di daerah. Dengan terwujudnya hal tersebut, maka fungsi budgeter dari pajak dan fungsi pengawasan dengan adanya izin penyelenggaraan reklame yang diatur dengan tepat dapat dicapai. Hukum dalam masyarakat yang sedang membangun tidak hanya merupakan perangkat kaidah dan asas-asas yang mengatur hubungan manusia dalam masyarakat tetapi harus juga mencakup lembaga dan proses yang diperlukan untuk mewujudkan hukum dalam kenyataan.⁷³ Pembangunan dilakukan untuk mewujudkan masyarakat Indonesia yang adil dan makmur, yang merata spiritual dan material, berdasarkan Pancasila dalam wadah Negara Republik Indonesia yang merdeka dan berdaulat.⁷⁴ Meskipun pembayaran pajak tidak memperoleh kontraprestasi yang dapat langsung dirasakan bagi pembayar pajak, namun pajak dapat membiayai pembangunan masyarakat pada umumnya.

⁷³ Mochtar Kusumaatmadja, *Hukum, Masyarakat, dan Pembinaan Hukum*, Jakarta: Penerbit Bina Cipta, 1986, hlm. 15.

⁷⁴ Rochmat Soemitro, *Pajak dan Pembangunan*, Bandung: Eresco, 1988, hlm. 100.

E. Penutup

Pencantuman instrumen izin dalam Perda Pajak Reklame adalah hal yang kurang tepat karena pengaturan pajak reklame dan pengaturan izin penyelenggaraan reklame merupakan dua aspek yang berbeda dan harus diatur dalam peraturan masing-masing. Pemerintah daerah dapat memaksimalkan penerimaan PAD dari sektor pajak reklame dengan membuat Perda tentang pajak reklame yang mengatur detail berikut dengan upaya-upaya lain seperti pemberian insentif pajak. Dalam hal penertiban penyelenggaraan reklame, pemerintah daerah dapat membuat Perda penyelenggaraan reklame yang mengatur secara khusus mengenai hal-hal terkait izin penyelenggaraan reklame dan pengawasannya.

Daftar Pustaka

Buku

- Ernie Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen Edisi Pertama*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2010.
- Irwansyah Lubis, *Kreatif Gali Sumber Pajak Tanpa Bebani Rakyat*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta, 2011.
- Mochtar Kusumaatmadja, *Hukum, Masyarakat, dan Pembinaan Hukum*, Penerbit Bina Cipta, Jakarta, 1986.
- Philipus M. Hadjon, R. Sri Soemantri M., Sjachran Basah, (et.al.), *Pengantar Hukum Administrasi Indonesia*, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta, 1993.
- Rochmat Soemitro, *Pengantar Singkat Hukum Pajak*, Eresco, Bandung, 1992.
- _____, *Pajak dan Pembangunan*, Eresco, Bandung, 1988.
- Smith, Adam, *An Inquiry Into The Nature and Causes of The Wealth of Nation*, Random House Inc, New York, 1937.
- Syofrin Syofyan dan Asyhar Hidayat, *Hukum Pajak dan Permasalahannya*, Refika Aditama, Bandung, 2004.
- Tjip Ismail, *Pengaturan Pajak Daerah di Indonesia*, Jakarta, 2008.

Dokumen Lain

- Administrator, "Potensi dan Kawasan Bisnis di Kota Mataram", <http://mataramkota.go.id/kawasan-bisnis>, diakses pada 6 Agustus 2017.
- Administrator, "Pemkot Mataram Segera Lakukan Penertiban Reklame Nakal", <http://www.seputarntb.net/2016/10/pemkot-mataram-segera-lakukan-penertiban-reklame-nakal.html>, diakses pada 6 Agustus 2017.
- Administrator, "Data Tidak Valid, PAD Pajak Reklame Pekanbaru Anjlok", <http://riaanterkini.com/usaha.php?arr=120514&judul=Data%20Tak%20Valid,%20PAD%20Pajak%20Reklame%20Pekanbaru%20Anjlok>, diakses pada 7 Agustus 2017.

- Ahmad Suryadi, "Reklame di Kota Bekasi Rugi Miliaran Rupiah", <http://www.wajahbekasi.com/2015/07/reklame-di-kota-bekasi-rugi-miliaran.html>, diunduh 21 November 2016.
- Awwaliatul Mukarromah, "Pajak Reklame Baru 17,5%, Ini Penyebabnya", <http://news.ddtc.co.id/artikel/8323/kota-pekanbaru-pajak-reklame-baru-175-ini-penyebabnya/>, diakses pada 6 Agustus 2017.
- Badan Pusat Statistik (BPS), "Realisasi Penerimaan Negara (Milyar Rupiah) dari Tahun 2007-2016", <https://www.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/1286>, diakses 21 Agustus 2016.
- Dadang Yusuf Juhaeni, "Pengaturan Pemungutan dan Pengawasan Pajak Pada Transaksi Melalui *Elektronic Commerce (E-Commerce)* Guna Meningkatkan Penerimaan Negara", *Tesis*, Magister Kenotariatan Pascasarjana Universitas Padjadjaran, Bandung, 2011.
- Dewi Kania Sugiharti, "Prospek Pengaturan Insentif dan Disinsentif Pajak berkaitan dengan Penerapan Prinsip Pencemar Membayar Sebagai Perwujudan Sistem Hukum Nasional", *Disertasi*, Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran, Bandung, 2010.
- Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan, "Belajar Pajak", <http://www.pajak.go.id/belajarpajak>, diunduh 29 Oktober 2016.
- Iko, "Rp 4 Miliar Target Pajak Reklame di Kota Mataram Baru Terealisasi 30 Persen", <https://kicknews.today/2017/07/12/rp-4-miliar-target-pajak-reklame-di-kota-mataram-baru-terealisasi-30-persen/>, diakses pada 7 Agustus 2017.
- Jessi Carina, "Sebanyak 90% Reklame Kota Bekasi Tanpa Izin", <http://nasional.kontan.co.id/news/sebanyak-90-reklame-di-bekasi-tanpa-izin>, diunduh 18 November 2016.
- Pemerintah Kota Bekasi, "Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah Tahun 2014", <http://bekasikota.go.id/files/fck/Lakip%20Kota%20Bekasi%202014.pdf>, diunduh 13 September 2016.
- Pemerintah Provinsi Jawa Barat, "Profil Daerah Kota Bekasi", <http://jabarprov.go.id/index.php/pages/id/1062>, diunduh 18 November 2016.
- Redaksi Berita Ekspres, "Pajak Reklame Untuk PAD Ngempos, DP3JU Kota Bekasi Getol Adakan ODS", <http://www.beritaekspres.com/2015/10/17/pajak-reklame-untuk-pad-ngempos-dp3ju-kota-bekasi-getol-adakan-ods/>, diunduh 21 November 2016.
- _____, "Didit Susilo: PAD Pajak Reklame Kota Bekasi Berpotensi Bocor Setiap Tahun", <http://www.beritaekspres.com/2015/12/05/didit-susilo-pad-pajak-reklame-kota-bekasi-berpotensi-bocor-setiap-tahun/>, diunduh 21 November 2016.

Dokumen Hukum

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 Tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah.

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Perubahan Ketiga Atas Undang-Undang Nomor 6 tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan.

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak dan Retribusi Daerah.

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah.

Peraturan Daerah Kota Mataram Nomor 7 Tahun 2010 Tentang Pajak Reklame.

Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 4 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame

Peraturan Daerah Kota Bekasi Nomor 20 Tahun 2011 Tentang Pajak Daerah.

Peraturan Daerah Kota Bekasi Nomor 14 Tahun 2012 Tentang Pajak Reklame.

Peraturan Walikota Bekasi Nomor 48 Tahun 2012 tentang Petunjuk Pelaksanaan
Peraturan Daerah Kota Bekasi Nomor 14 Tahun 2012 tentang Pajak Reklame