

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pajak daerah memiliki peran yang sangat penting dalam pengembangan dan pembangunan di suatu daerah. Pajak daerah merujuk pada jenis pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah dan dimanfaatkan sebagai sumber dana untuk mengembangkan dan membangun suatu daerah. Selain itu, pajak daerah juga berperan sebagai sumber pendapatan asli daerah yang bersifat wajib dan pemungutannya dilakukan berdasarkan ketentuan perundang-undangan dan peraturan daerah yang berlaku (Safitri, 2021).

Secara umum, pajak daerah berfokus pada alokasi sumber daya dengan tujuan untuk menyediakan pelayanan kepada masyarakat sesuai dengan fungsi regulasi dan penerimaan pajak. Pemungutan pajak daerah oleh pemerintah daerah dan menjadi sumber pendapatan yang signifikan bagi pembiayaan rutin dan pembangunan di daerah melalui peningkatan pendapatan asli daerah (Rum dan Kusumawardani, 2020). Upaya untuk memaksimalkan pendapatan asli daerah dapat dilakukan dengan melakukan optimalisasi terhadap realisasi penerimaan pajak daerah sehingga dapat mendorong pertumbuhan dan kemajuan suatu daerah.

Pajak daerah merupakan salah satu bentuk implementasi otonomi daerah. Otonomi daerah berkaitan dengan pemberian hak, wewenang, serta kewajiban terhadap daerah otonom untuk mengelola urusan pemerintahan dan masyarakat di daerahnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Implementasi pajak daerah dapat dimaknai sebagai bentuk pengelolaan otonomi

daerah dari aspek sumber pembiayaan daerah yang dapat dimanfaatkan oleh pemerintah daerah untuk membangun daerahnya (Fauziah dan Sriharyani, 2020). Otonomi daerah ini berlaku secara umum di berbagai daerah di seluruh Indonesia, termasuk di Kota Makassar.

Kota Makassar secara administratif merupakan ibukota Provinsi Sulawesi Selatan. Administrasi Kota Makassar terdiri dari total 15 kecamatan yang meliputi kecamatan Biringkanaya, Bontoala, Kepulauan Sangkarrang, Makassar, Mamajang, Manggala, Mariso, Panakkukang, Rappocini, Tallo, Tamalanrea, Tamalate, Ujung Pandang, Ujung Tanah, dan Wajo, serta terdiri dari total 153 kelurahan. Jumlah kecamatan dan kelurahan yang cukup banyak tersebut berimplikasi pada semakin besar dan kompleksnya tantangan yang dihadapi oleh pemerintah Kota Makassar untuk membangun dan memajukan wilayahnya. Oleh karena itu, Pemerintah Kota Makassar perlu untuk mengoptimalkan pendapatan asli daerahnya dalam menghadapi tantangan tersebut.

Berdasarkan data tahun 2023, realisasi pajak daerah sebesar Rp1.356,20 miliar menyumbang sebesar 86,60 persen terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan sebesar 35,10 persen terhadap total pendapatan daerah di Kota Makassar. Persentase ini mengindikasikan bahwa kontribusi pajak daerah terhadap pendapatan daerah Kota Makassar masih terbilang kecil dan belum optimal. Secara spesifik, data pendapatan daerah Kota Makassar dapat disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 1.1 Pendapatan Daerah Kota Makassar Tahun 2023

Akun	Target (dalam miliar rupiah)	Realisasi (dalam miliar rupiah)	Persentase (%)
Pendapatan Daerah	4.766,44	3.863,64	81,06
Pendapatan Asli Daerah	2.360,63	1.565,99	66,34
Pajak Daerah	1.878,86	1.356,20	72,18
Retribusi Daerah	222,78	65,14	29,24
Hasil Pengelolaan Kekayaan Daerah yang Dipisahkan	88,10	26,58	30,17
Lain-lain PAD yang Sah	170,89	118,07	69,09

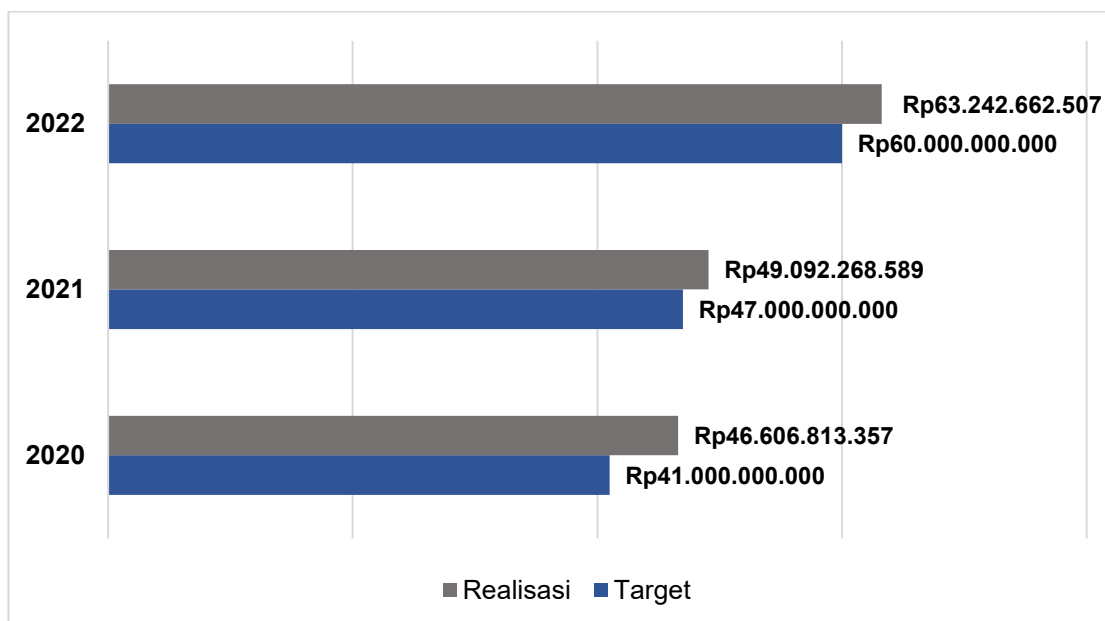
Sumber: Dirjen Perimbangan Keuangan (2024).

Berdasarkan data yang disajikan dalam tabel di atas, diketahui bahwa realisasi penerimaan pendapatan daerah Kota Makassar per tahun 2023 adalah sebesar Rp3.863,64 miliar atau mencapai sebesar 81,06 persen dari target yang telah ditentukan. Secara lebih spesifik, pendapatan daerah ini terdiri dari berbagai sumber pendapatan, salah satunya adalah pajak daerah. Pajak daerah Kota Makassar pada tahun 2023 mencapai angka sebesar Rp1.356,20 miliar atau terealisasi sebesar 66,34 persen dari target yang telah ditentukan. Penerimaan pajak ini berkontribusi sebesar 86,60 persen terhadap pendapatan asli daerah serta berkontribusi sebesar 35,10 persen terhadap total pendapatan daerah Kota Makassar. Hal ini menunjukkan bahwa pendapatan daerah Kota Makassar yang bersumber dari pajak daerah masih jauh dari kata optimal. Oleh karena itu, pemerintah Kota Makassar perlu merancang strategi untuk memaksimalkan pendapatan daerah yang bersumber dari pajak daerah agar dapat mendorong pembangunan dan kemajuan wilayahnya.

Menurut Undang-undang No. 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, terdapat berbagai jenis pajak daerah yang dipungut oleh pemerintah kabupaten/kota termasuk Kota Makassar, salah satunya adalah pajak

reklame. Pajak reklame merupakan pajak yang dipungut atas 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. Jenis objek yang kena pajak reklame meliputi papan, *billboard*, *videotron*, *megatron*, dan sebagainya. Di antara berbagai objek kena pajak tersebut, *videotron* dan *megatron* termasuk ke dalam jenis media elektronik yang dimanfaatkan untuk keperluan promosi dan pemasaran.

Berdasarkan data yang dilansir oleh Badan Pendapatan Daerah Kota Makassar (2022), penerimaan pajak daerah di Kota Makassar menunjukkan tren yang terus meningkat dari tahun 2020-2022. Pada tahun 2020, penerimaan pajak daerah di Kota Makassar adalah sebesar Rp864.313.239.515,14 yang mengalami peningkatan menjadi Rp930.753.569.992,12 pada tahun 2021. Penerimaan pajak ini selanjutnya mengalami peningkatan sebesar 27,62 persen menjadi Rp1.187.806.898.599,82 pada tahun 2022. Data tersebut menunjukkan tren penerimaan pajak yang positif. Sedangkan secara khusus, penerimaan pajak reklame di Kota Makassar juga menunjukkan tren peningkatan dari tahun 2020-2022. Tren peningkatan penerimaan pajak reklame di Kota Makassar dapat disajikan pada gambar berikut ini.



Gambar 1.2 Capaian dan Realisasi Pajak Reklame Kota Makassar (2020-2022)

Sumber: Badan Pendapatan Daerah Kota Makassar (2022).

Berdasarkan gambar di atas, dapat dilihat bahwa penerimaan pajak reklame di Kota Makassar pada tahun 2020 adalah sebesar Rp46.606.813.357 dengan persentase 113,68 persen dibanding target realisasi yang sebesar Rp41.000.000.000. Selanjutnya penerimaan pajak reklame tersebut mengalami peningkatan pada tahun 2021 sebesar Rp49.092.268.589 atau sebesar 104,45 persen dibanding target realisasi sebesar Rp47.000.000.000. Penerimaan pajak reklame tersebut terus mengalami peningkatan pada tahun 2022 dengan realisasi sebesar Rp63.242.662.507 atau sebesar 105,40 persen dari target sebesar Rp60.000.000.000.

Salah satu peluang yang dimiliki oleh pemerintah Kota Makassar untuk menjaga dan meningkatkan pemungutan pajak reklame adalah pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Perkembangan pesat dari teknologi informasi dan komunikasi ini telah mendorong terjadinya transformasi digital yang menyebabkan berbagai perubahan signifikan dalam berbagai aspek

kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis dan pemasaran. Transformasi digital ini mendorong berbagai pelaku usaha/bisnis untuk menjaga dan meningkatkan daya saingnya di tengah lingkungan bisnis yang terus berubah (Cho dan Lee, 2018).

Salah satu implikasi dari perubahan strategi pemasaran dan promosi bisnis adalah semakin maraknya penggunaan media-media elektronik dalam kegiatan pemasaran, salah satunya adalah penggunaan iklan elektronik untuk melakukan aktivitas promosi dan pemasaran. Iklan elektronik dalam implementasinya memanfaatkan teknologi dan daya tarik visual untuk menarik perhatian khalayak dan menyampaikan pesan secara efektif untuk tujuan komersial. Selain untuk tujuan komersial, iklan elektronik juga dapat digunakan pada iklan layanan masyarakat (*public service announcement*) yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat untuk isu-isu tertentu atau untuk menyampaikan informasi-informasi yang bersifat penting (Prakoso dkk., 2023).

Iklan elektronik dalam definisi Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) No. 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik merupakan informasi yang disebarakan untuk tujuan komersial atas barang dan jasa dengan memanfaatkan komunikasi elektronik kepada pihak-pihak tertentu, baik secara berbayar maupun tidak berbayar untuk keperluan pemasaran atau promosi.

Terdapat berbagai studi empiris sebelumnya yang telah meneliti terkait pajak daerah, khususnya pajak reklame. Studi oleh Rinaldi dan Singgih (2023) menyelidiki terkait kebijakan pemungutan pajak reklame *videotron* untuk meningkatkan penerimaan pajak reklame di wilayah Menteng, Jakarta Pusat. Temuan atau hasil dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat

beberapa aspek yang mendukung implementasi kebijakan pemungutan pajak reklame yang meliputi aspek komunikasi, sumber daya, disposisi, dan struktur birokrasi. Selain itu, studi tersebut mengungkapkan bahwa terdapat kendala berupa rasio jumlah petugas pajak yang tidak seimbang dengan jumlah objek pajak sehingga implementasi pemungutan pajak reklame menjadi tidak optimal.

Selain itu, studi lain oleh Jakaria dkk. (2023) yang meneliti terkait potensi, efektivitas, dan kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah Kota Makassar mengungkapkan bahwa penerimaan pajak reklame di Kota Makassar masih belum optimal jika dibandingkan dengan potensi penerimaan pajak reklame. Selain itu, studi tersebut juga mengungkapkan bahwa implementasi pemungutan pajak reklame di Kota Makassar masih menunjukkan angka yang fluktuatif dari tahun 2017-2021. Hal tersebut juga mengindikasikan bahwa penerimaan pajak reklame di Kota Makassar masih belum dapat dikatakan optimal.

Berdasarkan temuan empiris dari berbagai penelitian sebelumnya, penelitian ini ditujukan untuk mengeksplorasi lebih mendalam terkait pemungutan pajak reklame dengan berfokus pada iklan elektronik di Kota Makassar. Oleh karena itu, berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Pemungutan Pajak atas Iklan Elektronik di Kota Makassar”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah penelitian yang diajukan oleh penulis adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana proses pemungutan pajak atas iklan elektronik di Kota Makassar?

2. Apa saja faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas pemungutan pajak iklan elektronik di Kota Makassar?
3. Bagaimana tingkat pemungutan pajak iklan elektronik di Kota Makassar?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian yang telah diajukan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk menganalisis proses pemungutan pajak atas iklan elektronik di Kota Makassar.
2. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas pemungutan pajak atas iklan elektronik di Kota Makassar.
3. Untuk mengetahui tingkat pemungutan pajak iklan elektronik di Kota Makassar.

1.4. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini terdiri dari kegunaan secara teoretis dan praktis. Adapun kegunaan dari penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut.

1.4.1. Kegunaan Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori, konsep, dan literatur akademis yang membahas terkait pajak daerah, khususnya dalam konteks pemungutan pajak terhadap iklan elektronik. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pemahaman dan wawasan terkait aspek-aspek pemungutan pajak iklan elektronik di Kota Makassar.

1.4.2. Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan kegunaan bagi berbagai pihak, diantaranya sebagai berikut.

1. Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting dalam memperkaya pemahaman dan kajian akademis terkait pemungutan pajak daerah, khususnya pajak iklan elektronik. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan agar dapat menjadi dasar dan landasan bagi penelitian lanjutan yang membahas terkait pemungutan pajak iklan elektronik.

2. Pemerintah Daerah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan acuan bagi pemerintah daerah Kota Makassar untuk mengevaluasi dan merumuskan kebijakan perpajakan, serta untuk mengembangkan strategi pemungutan pajak yang lebih efektif untuk mengoptimalkan penerimaan pajak daerah Kota Makassar yang bersumber dari pajak iklan elektronik.

1.5. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian secara teoretis dan praktis, serta sistematika penulisan dari usulan penelitian skripsi ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan terkait landasan teoretis/konseptual serta landasan empiris yang mendasari penelitian ini.

BAB III KERANGKA KONSEPTUAL/PEMIKIRAN

Bab ini menjelaskan kerangka konseptual/pemikiran yang memberikan arah dan fokus penelitian yang didasarkan pada landasan teoretis, konseptual, dan empiris.

BAB IV METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan jenis dan desain penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, dan teknik analisis data.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Pajak

2.1.1.1. Definisi Pajak

Menurut Undang-undang No. 28 Tahun 2007 tentang Perubahan atas Undang-undang No. 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, pajak dapat didefinisikan sebagai:

“Kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat”.

Undang-undang tersebut menggambarkan pajak sebagai kewajiban finansial yang harus dipenuhi oleh setiap individu atau badan usaha kepada negara. Hal ini bersifat wajib dan mengikat yang artinya tidak dapat dihindari atau ditolak oleh pihak yang bersangkutan. Selain itu, definisi tersebut juga menjelaskan bahwa pembayaran pajak tidak memberikan kompensasi atau manfaat langsung kepada pembayar pajak yang berarti pembayaran pajak oleh individu atau badan usaha tidak akan menerima imbalan atau manfaat langsung yang sebanding dengan jumlah yang dibayarkan.

Definisi tersebut juga menjelaskan bahwa pajak dikumpulkan oleh negara dengan tujuan untuk digunakan dalam berbagai kepentingan umum yang berfungsi untuk memajukan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Dana yang diperoleh dari pajak ini digunakan untuk membiayai berbagai kebutuhan

negara seperti pembangunan infrastruktur, penyediaan layanan publik, pendidikan, kesehatan, dan berbagai program sosial lainnya yang dirancang untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pajak merupakan iuran wajib yang bersifat memaksa dan dibebankan kepada individu atau badan yang dipungut oleh negara berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan yang dipergunakan untuk membiayai segala belanja atau pengeluaran pemerintah untuk kepentingan umum.

2.1.1.2. Fungsi Pajak

Pemungutan pajak yang dilakukan oleh negara memiliki berbagai fungsi yang dapat diuraikan sebagai berikut (Heriyanto dan Sari, 2021).

1. Fungsi Anggaran (*Budgeter*)

Pajak berfungsi sebagai sumber pendapatan keuangan negara yang dikumpulkan dari wajib pajak dan dipergunakan untuk kepentingan pembangunan nasional atau belanja negara lainnya. Fungsi anggaran pajak juga berkaitan dengan pajak sebagai sumber pendapatan negara yang ditujukan untuk memastikan keseimbangan antara pendapatan dan pengeluaran negara.

2. Fungsi Mengatur (Regulasi)

Pajak berfungsi sebagai instrumen pelaksanaan dan pengaturan kebijakan negara pada aspek sosial maupun perekonomian. Pajak dapat dimanfaatkan untuk menekan laju inflasi, mendorong kegiatan ekspor, melindungi produksi dalam negeri, serta menarik dan mengatur investasi modal untuk mendukung produktivitas perekonomian.

3. Fungsi Pemerataan (Distribusi)

Pajak berfungsi untuk menyeimbangkan dan menyesuaikan distribusi pendapatan masyarakat untuk mencapai kesejahteraan masyarakat secara umum.

4. Fungsi Stabilitas

Pajak berfungsi sebagai instrumen yang dapat dimanfaatkan untuk menciptakan kondisi perekonomian yang stabil, misalnya untuk menekan inflasi, pemerintah dapat menetapkan pajak yang tinggi untuk mengurangi jumlah uang yang beredar. Sedangkan dalam kondisi perekonomian yang mengalami deflasi, pemerintah dapat menurunkan pajak untuk meningkatkan jumlah uang beredar di masyarakat.

2.1.1.3. Jenis-jenis Pajak

Dalam penerapannya, terdapat berbagai jenis pajak yang dapat diklasifikasikan berdasarkan sifat, instansi yang melakukan pemungutan pajak, serta objek dan subjek pajaknya. Sihombing dan Sibagariang (2020) menjabarkan jenis-jenis pajak tersebut yang dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Jenis Pajak Berdasarkan Sifatnya

Menurut sifatnya, pajak dapat dikelompokkan ke dalam dua jenis pajak, yakni pajak langsung dan tidak langsung.

a. Pajak Langsung (*Direct Tax*)

Pajak langsung atau *direct tax* merupakan jenis pajak yang ditanggung oleh wajib pajak yang ditetapkan melalui surat ketetapan pajak yang diterbitkan oleh kantor perpajakan. Surat ketetapan pajak tersebut memuat jumlah pajak terutang yang menjadi kewajiban wajib pajak dan tidak dapat

dialihkan kepada pihak lain. Jenis pajak yang termasuk ke dalam pajak langsung adalah Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) dan pajak penghasilan.

b. Pajak Tidak Langsung (*Indirect Tax*)

Pajak tidak langsung atau *indirect tax* merupakan jenis pajak yang ditanggung oleh wajib pajak hanya jika terjadi kejadian atau perbuatan tertentu. Oleh karena itu, pajak tidak langsung adalah pajak tidak rutin yang hanya dibebankan kepada wajib pajak apabila wajib pajak tersebut melakukan perbuatan tertentu yang menyebabkan munculnya kewajiban perpajakan. Jenis pajak yang termasuk ke dalam pajak tidak langsung adalah pajak penjualan atas barang mewah.

2. Jenis Pajak Berdasarkan Instansi Pemungutnya

Menurut instansi yang melakukan pemungutan, pajak dapat dikelompokkan ke dalam dua jenis, yakni pajak negara dan pajak daerah.

a. Pajak Negara

Pajak negara merupakan jenis pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat melalui instansi tertentu, misalnya Direktorat Jenderal Pajak, Direktorat Jenderal Bea dan Cukai, atau kantor inspeksi pajak yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Pajak yang termasuk ke dalam jenis pajak negara adalah Pajak Pertambahan Nilai (PPN), pajak penghasilan, dan sebagainya.

Pajak daerah merupakan pajak yang dipungut pemerintah daerah dan terbatas hanya pada rakyat daerah itu sendiri, baik yang dipungut Pemda Tingkat II maupun Pemda Tingkat I. Contohnya: pajak hotel, pajak hiburan, pajak restoran, dan masih banyak lainnya.

b. Pajak Daerah

Pajak daerah merupakan jenis pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah kepada wajib pajak di wilayah/daerahnya sendiri. Pajak daerah dapat dipungut oleh pemerintah provinsi maupun pemerintah kabupaten/kota. Pajak yang termasuk ke dalam jenis pajak daerah adalah pajak hotel, pajak hiburan, pajak reklame, dan sebagainya.

3. Jenis Pajak Berdasarkan Objek dan Subjek Pajak

Menurut objek dan subjek pajaknya, pajak dapat dikelompokkan ke dalam dua jenis, yakni pajak objektif dan pajak subjektif.

a. Pajak Objektif

Pajak objektif merupakan jenis pajak yang dipungut berdasarkan objek pajaknya. Pajak yang termasuk ke dalam jenis pajak objektif adalah pajak reklame, pajak impor, pajak kendaraan bermotor, bea materai, dan sebagainya.

b. Pajak Subjektif

Pajak subjektif merupakan jenis pajak yang dipungut berdasarkan subjek pajaknya. Pajak yang termasuk ke dalam jenis pajak subjektif adalah pajak kekayaan dan pajak penghasilan.

2.1.1.4. Asas Pemungutan Pajak

Menurut Sihombing dan Sibagariang (2020), dalam pelaksanaan perpajakan terdapat asas-asas atau prinsip yang harus diterapkan. Asas-asas atau prinsip tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Prinsip Keseimbangan (*Equality*)

Prinsip ini menjelaskan bahwa pemungutan pajak harus dilakukan oleh negara secara adil dan tidak diskriminatif sesuai dengan kemampuan dan penghasilan yang dimiliki oleh wajib pajak.

2. Prinsip Kepastian Hukum (*Certainty*)

Prinsip ini menjelaskan bahwa pemungutan pajak yang dilakukan oleh negara harus berlandaskan pada ketentuan peraturan perundang-undangan sehingga setiap pelanggaran terkait ketentuan perpajakan dapat dikenakan sanksi secara hukum. Prinsip ini menegaskan bahwa ketentuan atau undang-undang yang mengatur mengenai pemungutan pajak harus bersifat mengikat secara umum, jelas, tegas, serta tidak mengandung penafsiran ganda.

3. Prinsip Ketepatan Penagihan (*Convenience of Payment*)

Prinsip ini menegaskan bahwa pemungutan pajak kepada wajib pajak harus dilakukan pada waktu yang tepat, misalnya pada saat wajib pajak baru memperoleh penghasilan atau menerima hadiah.

4. Prinsip Ekonomis (*Economy in Collection*)

Prinsip ini menegaskan bahwa pemungutan pajak harus diselenggarakan dengan biaya yang hemat dan efisien.

Sedangkan menurut Undang-undang No. 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan, ketentuan perpajakan di Indonesia dilaksanakan berdasarkan asas-asas sebagai berikut.

1. Keadilan, yakni pengaturan perpajakan harus menyeimbangkan antara hak dan kewajiban dari pihak-pihak yang terlibat.

2. Kesederhanaan, yakni pengaturan perpajakan harus dapat memberikan kemudahan pelayanan kepada masyarakat dalam memenuhi hak dan kewajibannya.
3. Efisiensi, yakni pengaturan perpajakan harus meminimalkan penggunaan sumber daya untuk mencapai hasil kerja yang terbaik.
4. Kepastian Hukum, yakni pengaturan perpajakan harus dapat mewujudkan ketertiban dalam masyarakat melalui jaminan kepastian hukum.
5. Kemanfaatan, yakni pengaturan perpajakan bermanfaat bagi kepentingan negara, bangsa, dan masyarakat, khususnya dalam memajukan kesejahteraan umum.
6. Kepentingan Nasional, yakni pelaksanaan perpajakan mengutamakan kepentingan bangsa, negara, dan masyarakat di atas kepentingan lainnya.

2.1.1.5. Sistem Pemungutan Pajak

Sistem pemungutan pajak adalah mekanisme yang dimanfaatkan untuk melakukan perhitungan terhadap besaran pajak terutang yang menjadi kewajiban wajib pajak. Di Indonesia, terdapat tiga jenis sistem pemungutan pajak yang dapat dijelaskan sebagai berikut (Sihombing dan Sibagariang, 2020).

1. *Self Assessment System*

Self assessment system merupakan sistem pemungutan pajak yang melibatkan wajib pajak untuk secara aktif menghitung, membayar, dan melaporkan besaran pajak terutangnya kepada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) atau melalui sistem administrasi daring yang disediakan oleh pemerintah. Dalam sistem ini pemerintah berperan sebagai pengawas dari wajib pajak. Jenis pajak yang menerapkan *self assessment system* adalah jenis pajak pusat, misalnya Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan pajak penghasilan.

2. *Official Assessment System*

Official assessment system merupakan sistem pemungutan pajak yang memberikan kewenangan kepada aparat perpajakan untuk menentukan besaran pajak terutang yang dimiliki oleh wajib pajak. Dalam sistem ini, wajib pajak bersifat pasif yang berarti bahwa wajib pajak baru akan melaksanakan kewajiban perpajakannya setelah aparat perpajakan menerbitkan surat ketetapan pajak. Sistem ini biasanya diterapkan pada jenis Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) dan pajak daerah lainnya.

3. *With Holding System*

With holding system merupakan sistem perpajakan yang memberikan wewenang kepada pihak ketiga selain wajib pajak dan aparat perpajakan untuk menghitung pajak terutang yang dimiliki oleh wajib pajak. Contoh penerapan *with holding system* adalah pemotongan penghasilan karyawan yang dilakukan oleh instansinya. Jenis pajak yang biasanya menggunakan sistem ini adalah PPh Pasal 21, PPh Pasal 22, PPh Pasal 23, PPh Final Pasal 4 Ayat (2), serta PPN.

2.1.2. Pajak Daerah

2.1.2.1. Pengertian Pajak Daerah

Pajak daerah dalam definisi Peraturan Pemerintah No. 35 Tahun 2023 tentang Ketentuan Umum Pajak Daerah dan Retribusi Daerah dijelaskan sebagai bentuk kontribusi wajib pajak orang pribadi atau badan kepada daerah yang diatur oleh peraturan perundang-undangan dan bersifat memaksa, tidak memperoleh imbalan secara langsung, serta dimanfaatkan untuk membiayai pengeluaran daerah untuk tujuan kesejahteraan umum.

2.1.2.2. Jenis Pajak Daerah

Peraturan Pemerintah No. 35 Tahun 2023 tentang Ketentuan Umum Pajak Daerah dan Retribusi Daerah membagi pajak daerah ke dalam dua jenis, yakni pajak provinsi dan pajak kabupaten/kota. Kedua jenis pajak tersebut dapat diuraikan sebagai berikut.

1. Pajak Provinsi

Pajak provinsi merupakan pajak yang pemungutannya dilakukan oleh pemerintah provinsi. Pemungutan pajak provinsi terbagi menjadi pemungutan yang didasarkan pada penetapan Kepala Daerah dan pemungutan yang dilakukan berdasarkan perhitungan secara mandiri oleh wajib pajak. Pajak provinsi yang dipungut berdasarkan penetapan Kepala Daerah meliputi Pajak Kendaraan Bermotor, Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor, Pajak Alat Berat, dan Pajak Air Permukaan. Sedangkan pajak provinsi yang dipungut berdasarkan perhitungan wajib pajak meliputi Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor, Pajak Rokok, serta Opsen Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan.

2. Pajak Kabupaten/Kota

Pajak kabupaten/kota merupakan pajak yang pemungutannya dilakukan oleh pemerintah kabupaten/kota. Pemungutan pajak kabupaten/kota terbagi menjadi dua jenis, yakni pajak yang dipungut berdasarkan penetapan Kepala Daerah dan pajak yang dipungut berdasarkan penghitungan wajib pajak. Jenis pajak kabupaten/kota yang dipungut berdasarkan penetapan Kepala Daerah meliputi Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan (PBB-P2), Pajak Reklame, Pajak Air Tanah, Opsen Pajak Kendaraan Bermotor, serta Opsen Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor. Sedangkan jenis pajak kabupaten/kota yang dipungut berdasarkan penghitungan mandiri oleh wajib pajak meliputi Bea

Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan, Pajak Barang dan Jasa Tertentu yang meliputi makanan dan/atau minuman, tenaga listrik, jasa perhotelan, jasa parkir, serta jasa kesenian dan hiburan, Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan, serta Pajak Sarang Burung Walet.

2.1.3. Pajak Reklame

2.1.3.1. Pengertian Pajak Reklame

Menurut UU HKPD singkatan dari Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah, pajak reklame merupakan jenis pajak yang dipungut atas penyelenggaraan reklame. Reklame merupakan benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan jenisnya ditujukan untuk kepentingan komersial, yakni memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum.

2.1.3.2. Dasar Pengenaan Pajak Reklame

Pengenaan pajak reklame berlandaskan pada UU HKPD Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah,. Secara lebih lanjut, pajak reklame diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 35 Tahun 2023 tentang Ketentuan Umum Pajak Daerah dan Retribusi Daerah yang menerangkan bahwa dasar pengenaan pajak reklame adalah nilai sewa reklame.

Menurut Peraturan Walikota Makassar No. 38 Tahun 2022 tentang Penetapan Nilai Sewa Reklame, nilai sewa reklame (NSR) merupakan nilai yang ditetapkan sebagai dasar perhitungan dalam penetapan besaran pajak reklame. Secara khusus, jika reklame diselenggarakan oleh pihak ketiga, maka nilai sewa

reklame ditentukan berdasarkan nilai kontrak dari reklame tersebut. Sedangkan jika reklame diselenggarakan sendiri, maka perhitungan nilai sewa reklame dilakukan dengan mempertimbangkan jenis reklame, bahan yang digunakan, lokasi, waktu, jangka waktu penyelenggaraan reklame, jumlah reklame, ketinggian reklame, sudut pandang reklame, dan ukuran media reklame. Ketentuan penetapan nilai sewa reklame dapat dituliskan dalam bentuk tabel sebagai berikut.

Tabel 2.1 Penetapan Nilai Sewa Reklame

No.	Jenis Reklame	Masa Pajak	Satuan	NJOPR	Nilai Strategis			Ket.
					Kelas Jalan A	Kelas Jalan B	Kelas Jalan C	
1.	Baliho Kain/	Per Hari	Rp/m ²	30.000	50.000	30.000	10.000	-
2.	Spanduk/ Umbul-umbul	Per Hari	Rp/m ²	5.000	30.000	15.000	5.000	-
3.	Selebaran /Brosur/ Leaflet	Per Penyelenggara	Rp/ Lembar	3000	-	-	-	Min. Rp200.000/ penyelenggaraan
4.	Sticker/ Melekat	Per Penyelenggara	Rp/cm	50	-	-	-	Min. Rp200.000/ penyelenggaraan
5.	Film/slide	Per Penyelenggara	Rp/10 Detik	2.000	-	-	-	-
6.	Udara	Per Penyelenggara	Rp	16.000.000	-	-	-	Maks. 30 hari
7.	Apung	Per Penyelenggara	Rp	16.000.000	-	-	-	Maks. 30 hari
8.	Suara	Per Menit	Rp/10 Menit	2.000	-	-	-	-
9.	Peragaan	Per Penyelenggara	Rp/Hari	1.000.000	-	-	-	Min. Rp200.000/ penyelenggaraan

Sumber: Perwali Makassar No. 38 Tahun 2022.

Keterangan:

NJOPR = Nilai Jual Objek Pajak Reklame.

Kelas Jalan A = Semua jalan yang berada di wilayah Kota Makassar.

Kelas Jalan B = Semua jalan lingkungan di dalam wilayah Kota Makassar.

Kelas Jalan C = Semua lorong yang berada di wilayah Kota Makassar.

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung pajak reklame dapat dituliskan sebagai berikut.

$$\text{Pajak Reklame Permanen} = \{(P \times L \times \text{NJOPR}) + \text{NSNS}(\text{LO} + \text{SP} + \text{KT})\} \times 25\%$$

$$\text{Pajak Reklame Insidentil} = \{(P \times L \times \text{NJOPR}) + \text{NS}\} \times 25\%$$

Keterangan:

P	= Panjang
L	= Lebar
NJOPR	= Nilai Jual Objek Pajak Reklame
NS	= Nilai Strategis
LO	= Lokasi
SP	= Sudut Pandang
KT	= Ketinggian
NSNS	= Nilai Satuan Nilai Strategis

Contoh perhitungan pajak reklame berdasarkan ketentuan Peraturan Walikota Makassar No. 38 Tahun 2022 tentang Penetapan Nilai Sewa Reklame dapat dijelaskan sebagai berikut.

Perusahaan A berencana untuk memasang 10 papan reklame di kelas jalan A di Kota Makassar dengan panjang 4 meter dan lebar 3 meter selama 12 hari. Perhitungan pajak untuk reklame insidentil ini adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Pajak Reklame Insidentil} &= \{(P \times L \times \text{NJOPR}) + \text{NS}\} \times 25\% \\
 &= \{(4 \text{ m} \times 3 \text{ m} \times \text{Rp}30.000) + \text{Rp}50.000\} \times 25\% \\
 &= (\text{Rp}360.000 + \text{Rp}50.000) \times 25\% \\
 &= \text{Rp}410.000 \times 25\% \\
 &= \text{Rp}102.500 / \text{hari} / \text{baliho}
 \end{aligned}$$

Selanjutnya karena terdapat 10 baliho dan pemasangan dilakukan selama 12 hari, maka total pajak reklame insidentil yang harus dibayarkan oleh Perusahaan A adalah sebagai berikut:

$$\text{Total Pajak Reklame} = \text{Rp}102.500 \times 10 \text{ buah} \times 12 \text{ hari} = \text{Rp}12.300.000$$

Jadi, pajak reklame insidentil yang harus dibayarkan oleh Perusahaan A selama 12 hari adalah sebesar Rp12.300.000.

Sedangkan untuk pajak reklame permanen, perhitungannya dilakukan per penyelenggaraannya dengan contoh perhitungan yang dapat dijelaskan sebagai berikut.

Perusahaan A memiliki reklame dengan dimensi panjang 10 meter dan lebar 5 meter dengan ketinggian 10 meter terletak di Jl. Urip Sumoharjo dengan sudut pandang 1 sisi. Perhitungan pajak untuk reklame permanen ini adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Pajak} &= \{(P \times L \times \text{NJOPR}) + \text{NSNS}(\text{LO} + \text{SP} + \text{KT})\} \times 25\% \\ \text{Reklame} & \\ \text{Permanen} & \\ &= \{(10 \times 5 \times \text{Rp}4.000.000) + \text{Rp}14.500.000 (6 + 0,3 + 2)\} \times 25\% \\ &= (50 \text{ m}^2 \times \text{Rp}4.000.000) + (\text{Rp}14.500.000 \times 6,5) \times 25\% \\ &= (\text{Rp}200.000.000 + \text{Rp}94.250.000) \times 25\% \\ &= \text{Rp}294.250.000 \times 25\% \\ &= \text{Rp}73.562.500 \end{aligned}$$

Jadi, pajak reklame permanen yang harus dibayarkan oleh Perusahaan A adalah sebesar Rp73.562.500 per penyelenggaraannya.

2.1.3.3. Objek Pajak Reklame

Menurut Undang-undang No. 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan, objek pajak reklame adalah semua penyelenggaraan reklame yang meliputi:

1. Reklame papan/*billboard*/*videotron*/*megatron*, dan sejenisnya;
2. Reklame kain;

3. Reklame melekat; stiker;
4. Reklame selebaran;
5. Reklame berjalan, termasuk pada kendaraan;
6. Reklame udara;
7. Reklame apung;
8. Reklame suara;
9. Reklame film/*slide*;
10. Reklame peragaan.

Sedangkan yang tidak termasuk objek pajak reklame meliputi:

1. Reklame yang diselenggarakan melalui media internet, televisi, radio, warta harian, mingguan, bulanan, dan sejenisnya;
2. Label/merek untuk membedakan produk tertentu dari produk lainnya pada produk yang diperdagangkan;
3. Nama pengenal usaha atau profesi yang dipasang pada bangunan tempat usaha atau profesi;
4. Reklame yang diselenggarakan oleh pemerintah atau pemerintah daerah;
5. Penyelenggaraan reklame lainnya sesuai dengan peraturan daerah.

Selanjutnya, Nilai Jual Objek Pajak Reklame (NJOPR) merupakan jumlah nilai perolehan harga atau biaya pembuatan, pemasangan, dan pemeliharaan reklame yang ditanggung oleh penyelenggara reklame yang diestimasi secara wajar dan bertanggungjawab. Adapun penentuan NJOPR dapat dituliskan dalam bentuk tabel sebagai berikut.

Tabel 2.2 Penentuan NJOPR

Jenis Reklame	Nilai Jual Objek Pajak Reklame (NJOPR) (per m ²) (dalam ribuan)							
	1-4,99	5-9,99	10-19,99	20-29,99	30-49,99	50-74,99	75-99,99	> 100
1. <i>Megatron</i>	17.000	20.000	25.000	26.000	27.000	28.000	29.000	30.000
2. <i>Papan/Billboard</i>								
a. Bando pada JPO	2.500	2.750	3.000	3.500	4.500	6.000	6.500	7.500
b. <i>Billboard</i>	1.900	2.100	2.300	2.500	3.500	4.000	4.500	5.000
c. Reklame Papan (Menempel Dinding)	900	1.200	1.400	1.600	1.800	2.000	2.200	2.400
3. Berjalan	200	300	400	500	600	700	800	900

Sumber: Perwali Makassar No. 38 Tahun 2022.

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berfungsi sebagai tinjauan empiris yang berkaitan dengan isu atau permasalahan dalam penelitian ini. Adapun penelitian terdahulu yang menjadi landasan empiris dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut.

1. Penelitian Rohman (2020) terkait implementasi kebijakan pemungutan pajak reklame Kota Malang. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman yang terdiri dari tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dan verifikasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi kebijakan pemungutan pajak reklame di Kota Malang dengan menerapkan sistem *official assessment*, mekanisme pembayaran yang dilakukan oleh wajib pajak dengan membawa blangko Surat Pemberitahuan Pajak Daerah (SPTPD) dan tarifnya ditentukan dari nilai sewa reklame dan tarif pajak reklame. Kebijakan mengenai intensifikasi yaitu mengenai pengawasan

pembayaran pajak oleh wajib pajak, peningkatan kualitas sumber daya manusia dan penyusunan peraturan. Kebijakan terkait dengan ekstensifikasi yaitu mengenai pendataan wajib pajak baru dan sosialisasi pajak reklame. Faktor pendukung penerimaan pajak reklame di Kota Malang yaitu meliputi: 1) Sarana dan Prasarana 2) Sistem informasi yang mendukung dan 3) kondisi perekonomian yang semakin membaik. Faktor Penghambat yaitu meliputi: 1) rendahnya kesadaran wajib pajak 2) Kualitas Aparatur Dispenda Kota Malang dan 3) Adanya perubahan sistem media reklame yang digunakan dan harus beralih menggunakan reklame berbentuk *videotron*.

2. Penelitian Irawan (2021) terkait potensi dan efektivitas pemungutan pajak reklame di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model interaktif Huberman yang terdiri dari tiga alur kegiatan, yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penetapan target penerimaan pajak reklame di Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung dilakukan oleh pihak internal yang terdiri dari aparat pajak Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung, serta pihak eksternal yang terdiri dari peneliti dan pemerhati pajak di Kota Bandung. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung baru menunjukkan kinerja yang terbaik dalam aspek pencapaian predikat efektif dan sangat efektif pada tahun 2018 dan 2019 yang mengindikasikan bahwa terdapat upaya untuk meraih target penerimaan pajak secara konsisten dan bersama-sama. Selain itu, faktor internal

berupa tingkat pendidikan aparatur pajak daerah, militansi, dan motivasi aparatur pajak daerah, remunerasi, serta faktor eksternal berupa banyaknya lokasi pemasangan reklame yang tak terjangkau oleh aparatur pajak daerah, potensi kebocoran penerimaan pajak reklame, tingkat kesadaran wajib pajak reklame, dan sebagainya memengaruhi tingkat penerimaan pajak reklame.

3. Penelitian Ndiak (2021) terkait pemungutan pajak reklame dan kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah di Kabupaten Banggai tahun 2017-2020. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara kuantitatif dengan menghitung kontribusi realisasi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah Kabupaten Banggai. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemungutan pajak reklame di Kabupaten Banggai tidak hanya diberlakukan pada objek pajak yang memiliki izin pemasangan reklame, namun juga terhadap pemasangan reklame tidak berizin. Selain itu, kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah Kabupaten Banggai sangat berpotensi karena realisasi pajak reklame tiap tahunnya bisa dikatakan sangat baik.
4. Penelitian Anggraeni (2022) terkait pemungutan pajak reklame dan retribusi daerah di Kota Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Analisis data dalam penelitian ini melibatkan proses mencari dan menyusun data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan mengorganisasikan ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, menyusun ke dalam pola, dan memilih mana yang penting dan akan

dipelajari, dan membuat kesimpulan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti kesadaran wajib pajak yang masih rendah, alamat wajib pajak yang tidak ditemukan/tidak jelas, wajib pajak yang telah meninggal dunia, ketidaksesuaian, serta terbatasnya data menyebabkan aparat pajak kesulitan menagih pajak. Wajib pajak menghindar dan melakukan perlawanan, kepailitan wajib pajak, berkontribusi dalam menyebabkan terjadinya hambatan penerimaan pajak. Untuk mengatasi hambatan tersebut diperlukan upaya seperti mengadakan penambahan jumlah tenaga ahli dan memberikan pelayanan untuk memaksimalkan penerimaan pajak.

5. Penelitian Siahaan dan Nurlaila (2022) terkait potensi, efektivitas, dan mekanisme pemungutan pajak reklame di Kota Medan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Analisis data dalam penelitian ini dimulai dengan menyaring dan mengumpulkan keterangan-keterangan yang diperoleh secara menyeluruh dan detail terkait objek yang kemudian diuraikan sehingga diperoleh gambaran yang jelas. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa upaya Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan dalam meningkatkan pengawasan pajak adalah dengan menjalin hubungan baik dengan wajib pajak, memberikan pelayanan prima, melakukan operasi lapangan, melakukan strategi sosialisasi, bekerja sama dengan pihak kepolisian, pamong praja, kejaksaan, dan pariwisata, melakukan penagihan langsung, serta menghimbau masyarakat dengan memasang spanduk peringatan. Selain itu, pengenaan pajak reklame oleh Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan dilakukan dengan cara menjumlahkan Nilai Jual Objek

Pajak dengan Nilai Strategis Pajak Reklame. Apabila dasar pengenaan pajak telah ditetapkan maka dapat menentukan besarnya pajak reklame yang terutang dengan mengalikan tarif pajak reklame dengan dasar pengenaan pajak/nilai sewa reklame.