

BAB III

GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN PENYELENGGARAAN REKLAME DAN KETENTUAN PEMERIKSAAN PAJAK REKLAME

A. Sejarah, Visi, dan Misi Kota Bogor

Bogor adalah sebuah kota di propinsi Jawa Barat, Indonesia. Kota yang dikenal sebagai "kota hujan" ini terletak di sebelah selatan Jakarta. Bogor mempunyai luas sebesar 22,75 km² dan penduduknya berjumlah sekitar 789.423 jiwa (Kota Bogor dalam Angka 2002). Hari jadi Kota Bogor dan Kabupaten Bogor diperingati setiap tanggal 3 Juni. Hari jadi ini didasarkan pada penobatan Prabu Siliwangi menjadi raja dari Kerajaan Pajajaran pada tanggal 3 Juni 1482.⁷²

Kota berjarak sekitar 60 km dari Jakarta. secara geografis terletak di antara 106° 48' BT dan 6° 26' LS, berada di tengah-tengah wilayah Kabupaten Bogor masuk wilayah Propinsi Jawa Barat. Luas Wilayah 11.850 Ha terdiri dari 6 kecamatan, 68 kelurahan dengan jumlah penduduk sekitar 820.707 jiwa pada awal tahun 2005. Visi Kota Bogor: "Kota Jasa Yang Nyaman Dengan Masyarakat Madani dan Pemerintahan Amanah" menurut Peraturan Daerah Kota Bogor Nomor 17 Tahun 2004 tentang Rencana Strategis Kota Bogor Tahun 2005-2009.⁷³

Nilai merupakan ukuran abstrak (kode etik) yang mengandung keyakinan dan kebenaran guna dijadikan sebagai acuan bersikap dan bertindak dalam menjalankan Misi.

⁷² Rencana Kerja Pemerintah Daerah Kota Bogor 2008.

⁷³ Visi Dan Misi, www.kotabogor.go.id, 29 Februari 2008, diunduh pada hari Kamis 26 April 2008 pukul 11.33 WIB.

Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor sebagai Instansi Pelayanan masyarakat dan penggal Pendapatan Daerah, mempunyai beberapa nilai-nilai organisasi yang relevan dalam upaya menjalankan misi, yaitu:

- 1) Profesionalisme
- 2) Kejujuran
- 3) Tanggung jawab
- 4) Keterbukaan

Nilai-nilai diatas dijadikan motto kerja Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor, yaitu "Dengan dilandasi profesionalisme, kejujuran, tanggung jawab dan keterbukaan dalam menghimpun dan meningkatkan pendapatan daerah melalui pelayanan prima." Penetapan visi, sebagai bagian dari perencanaan strategis merupakan suatu langkah penting dalam perjalanan organisasi, karena dengan visi inilah suatu organisasi bergerak dan diarahkan. Terdapat beberapa pengertian mengenai visi, antara lain:

- Visi adalah pedoman dan pendorong organisasi untuk mencapai tujuan
- Visi adalah suatu gambaran yang menantang tentang keadaan masa depan berisikan cita dan citra yang ingin diwujudkan oleh organisasi.
- Visi adalah pandangan jauh kedepan, kemana dan bagaimana organisasi harus dibawah dan berkarya agar tetap konsisten dan dapat eksis, antisipatif, inovatif serta produktif. Dasarnya uraian diatas Visi Dinas Pendapatan Daerah adalah sebagai berikut: Menjadi lembaga yang amanah dalam menghimpun dan meningkatkan pendapatan daerah.

Misi adalah sesuatu yang harus dilaksanakan oleh instansi pemerintah yang tujuan organisasi dapat terlaksana dan berhasil dengan baik serta merupakan pernyataan yang menetapkan tujuan instansi pemerintah dan sasaran yang ingin dicapai, pernyataan misi membawa organisasi kepada suatu fokus. Berdasarkan visi dan uraian tersebut maka misi Dinas Pendapatan Daerah dirumuskan sebagai berikut:

1. Meningkatkan profesionalisme aparatur lembaga dibidang perpajakan dan retribusi daerah.
2. Merumuskan kebijakan teknis dalam rangka menghimpun dan meningkatkan pendapatan daerah.
3. Meningkatkan koordinasi dengan instansi terkait dan mendorong partisipasi masyarakat serta dunia usaha dalam memenuhi kewajiban pajak dan retribusi daerah.
4. Meningkatkan pendapatan daerah melalui sistim informasi yang handal, penghimpunan dan pelayanan prima Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Arah kebijakan Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor merupakan ketentuan-ketentuan yang telah disepakati dan ditetapkan lembaga untuk dijadikan pedoman, pegangan atau petunjuk bagi setiap usaha dan kegiatan agar mencapai visi, misi, sasaran, kebijakan, program dan kegiatan yang telah ditetapkan organisasi dalam menunjang arah kebijakan pemerintah Kota Bogor. Kebijakan Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor Tahun 2007 sebagai berikut:

1. Memberikan kesempatan yang seluas-luasnya bagi aparatur lembaga untuk meningkatkan profesionalisme;

2. Melakukan kebijakan teknis pemungutan dan fasilitas bagi penghimpunan pajak/retribusi daerah bagi aparatur lembaga serta memberi dorongan bagi penambahan fasilitas pemungutan bagi dinas, badan dan lembaga lain;
3. memberikan fasilitas bagi terwujudnya persamaan persepsi antar dinas, badan, dan lembaga;
4. memanfaatkan sistem informasi dan memberikan fasilitas kepada aparatur untuk melaksanakan penggalian penjarangan dan penghimpunan pajak atau retribusi daerah melalui pelayanan prima kepada Wajib Pajak atau Wajib Retribusi dan Dinas Badan Lembaga.

B. Perkembangan Kota Bogor

Potensi strategis kota Bogor pada saat ini mendukung pertumbuhan ekonomi dalam mengembangkan Bogor sebagai kota jasa, perdagangan, pendidikan dan pariwisata. Selaras dengan itu arah kebijakan Pemerintah Kota tahun 2005 – 2009 memprioritaskan 4 bidang utama; yaitu Penanggulangan Kemiskinan, Pengembangan Transportasi, Peningkatan Kebersihan Kota dan Penataan Pedagang Kaki Lima (PKL). Bidang-bidang lain berfungsi sebagai pilar penunjang utama.⁷⁴

Aktivitas perdagangan boleh dikatakan tidak mengenal kata istirahat. Lapangan usaha yang menyerap sekitar 49.000 atau 18 persen penduduk usia kerja ini memberikan pengaruh terhadap perkembangan di bidang lain, misalnya industri pengolahan. Hal ini dapat dicermati dari nilai kegiatan ekonomi daerah. Swasta bersama pemerintah kota mampu memberikan nilai tambah pada produksi yang sebagian besar berasal dari luar daerah. Industri makanan dan minuman misalnya. Bahan baku industri pengolahan ini

⁷⁴ Potensi Strategis Kota Bogor, *www.kotabogor.go.id*, diunduh pada hari Kamis 26 April 2008 pukul 11.30 WIB.

adalah hasil pertanian tanaman pangan dan hortikultura yang berasal dari luar Kota Bogor. Industri minuman yang berasal dari buah kelapa dan jeruk menjadi salah satu contoh industri yang berkembang. Begitu pula industri makanan tradisional yang dikembangkan oleh industri kecil dan rumah tangga seperti asinan. Pengembangan industri kecil secara langsung, belum memberikan nilai berarti bagi pembangunan daerah, namun dengan tenaga kerja yang diserap telah memberikan andil kemajuan ekonomi. Laju pertumbuhan industri pengolahan ini akan memiliki dampak ganda, baik itu produksi terhadap bahan baku maupun perdagangan. Kebutuhan bahan baku industri makanan dan minuman seperti sayur-sayuran dan buah-buahan akan membuat petani semakin terpacu memproduksi. Dengan kata lain, Bogor akan mampu memberikan dampak secara ekonomis bagi daerah sekitarnya seperti Kabupaten Bogor, Kota Depok, dan Kabupaten Sukabumi. Reaksi masyarakat terhadap hasil industri pengolahan memunculkan kreativitas dalam pemasaran dan distribusi produk.

Komoditas yang diekspor di antaranya mebel akar, tanaman hias, pakaian jadi, tekstil, dan ikan hias. Industri pengolahan dan perdagangan menjadi tumpuan perekonomian daerah. Hal ini bisa dilihat dari perkembangan pembeli potensial yaitu wisatawan. Aktivitas wisatawan tercermin pula dari keramaian pusat perdagangan makanan dan buah-buahan, serta factory outlet sepatu dan tas yang terdapat di Jalan Surya Kencana, Siliwangi, Pajajaran, dan Tajur.⁷⁵

Kebijakan anggaran Tahun 2008 untuk pendapatan daerah, diarahkan dengan titik berat untuk meningkatkan pendapatan sektor pajak daerah, dan dana perimbangan. Pertumbuhan PAD untuk tahun 2008 diharapkan sekurang-kurangnya bisa mencapai 3-

⁷⁵ *Ibid.*, diunduh pada hari Kamis 26 Januari 2006 pukul 11.45 WIB.

6,29% dan pertumbuhan tersebut didukung oleh kenaikan pajak daerah sekurang-kurangnya sebesar 6,29% (Pajak hotel 2,16 %, pajak restoran 6,82%, pajak reklame 9,88%, pajak hiburan turun 1,88%, pajak PPJU 2,82% dan pajak parkir diperkirakan naik 37, 59%). Pertumbuhan Bagi BUMD sebesar 27% dimana kenaikan terbesar dari bagi hasil PDAM. Adapun upaya-upaya yang dilakukan untuk meningkatkan PAD adalah melalui proses intensifikasi dan ekstensifikasi, yaitu:

- a. Meningkatkan kemampuan aparatur dalam mengkaji/menganalisa transaksi/laporan keuangan obyek pajak serta metoda penetapan target kepada pihak ketiga
- b. Pemantapan kelembagaan dan Sistem Operasional Pemungutan Pendapatan Daerah
- c. Pengembangan Badan Usaha Milik Daerah agar memberikan kontribusi yang optimal bagi Pendapatan Daerah (Pengembangan Divisi Perusahaan Daerah Jasa Sarana Transportasi)
- d. Optimalisasi Penggunaan usaha Aset Pemda sehingga lebih bernilai guna
- e. Optimalisasi Penerapan Perda-perda Pajak dan retribusi
- f. Mengkaji dan meninjau kembali Perda-perda yang sudah tidak sesuai
- g. Penerapan sanksi yang tegas bagi penunggak pajak
- h. Peningkatan pelayanan publik

Adapun kebijakan pendapatan untuk meningkatkan Dana Perimbangan, Lain-lain Pendapatan yang sah, sebagai upaya peningkatan kapasitas fiskal daerah adalah sebagai berikut:

- a. Mendorong upaya intensifikasi dan ekstensifikasi pemungutan PBB, PPh Pasal 21 dan BPHTB;

- b. Meningkatkan koordinasi dengan Pemerintah Propinsi dan Pusat dalam pelaksanaan Dana Perimbangan (sinergitas koordinasi kepada eksekutif maupun legislatif).

C. Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor

C.1 Sejarah Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor

Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor adalah suatu lembaga dari Pemerintah Daerah Kota Bogor yang telah mengalami perubahan peningkatan status kelembagaan Dinas tersebut seiring dengan kebutuhan peningkatan kemampuan, pelayanan kegiatan pemerintah, yang mempunyai salah satu fungsi tugas pemerintah dalam menghimpun, mencari, menggali sumber dana guna memenuhi pembiayaan dalam rangka kegiatan pemerintah. Lembaga ini pertama kali bernama Dinas Perpajakan Kota Praja Bogor yang berdiri pada tahun 1966, yang telah beberapa kali diubah statusnya, pada tahun 1972 menjadi Dinas Pendapatan dan Perpajakan dengan Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 1972, pada tahun 1979 dengan Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 1979 berubah menjadi Dinas Pendapatan Kotamadya Daerah Tingkat II Bogor. Sejak tahun 1979 juga telah mengalami beberapa kali perubahan terakhir dengan Peraturan Daerah Nomor 10 Tahun 2000 tentang Organisasi Kelembagaan Daerah Kota Bogor, perubahan ini sebagai tindak lanjut pelaksanaan Otonomi Daerah sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 yang telah diganti dengan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 dan Peraturan daerah Nomor 25 Tahun 2000 tentang kewenangan Pemerintah dan kewenangan Propinsi sebagai daerah otonom. Perubahan kali ini menjadi Dinas Pendapatan daerah Kota Bogor, berpedoman kepada Peraturan Pemerintah Nomor 84 Tahun 2000 tentang Pedoman Organisasi Perangkat Daerah, sehingga perangkat daerah yang dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 10 Tahun 2000 ini adalah

merupakan peningkatan status lembaga dan beban tugasnya juga meningkat seiring dengan peningkatan eselonering (tingkat jabatan dari IIIb menjadi IIb untuk tingkat Kepala Dinas, IVb menjadi IIIa pada tingkat Kepala Seksinya).

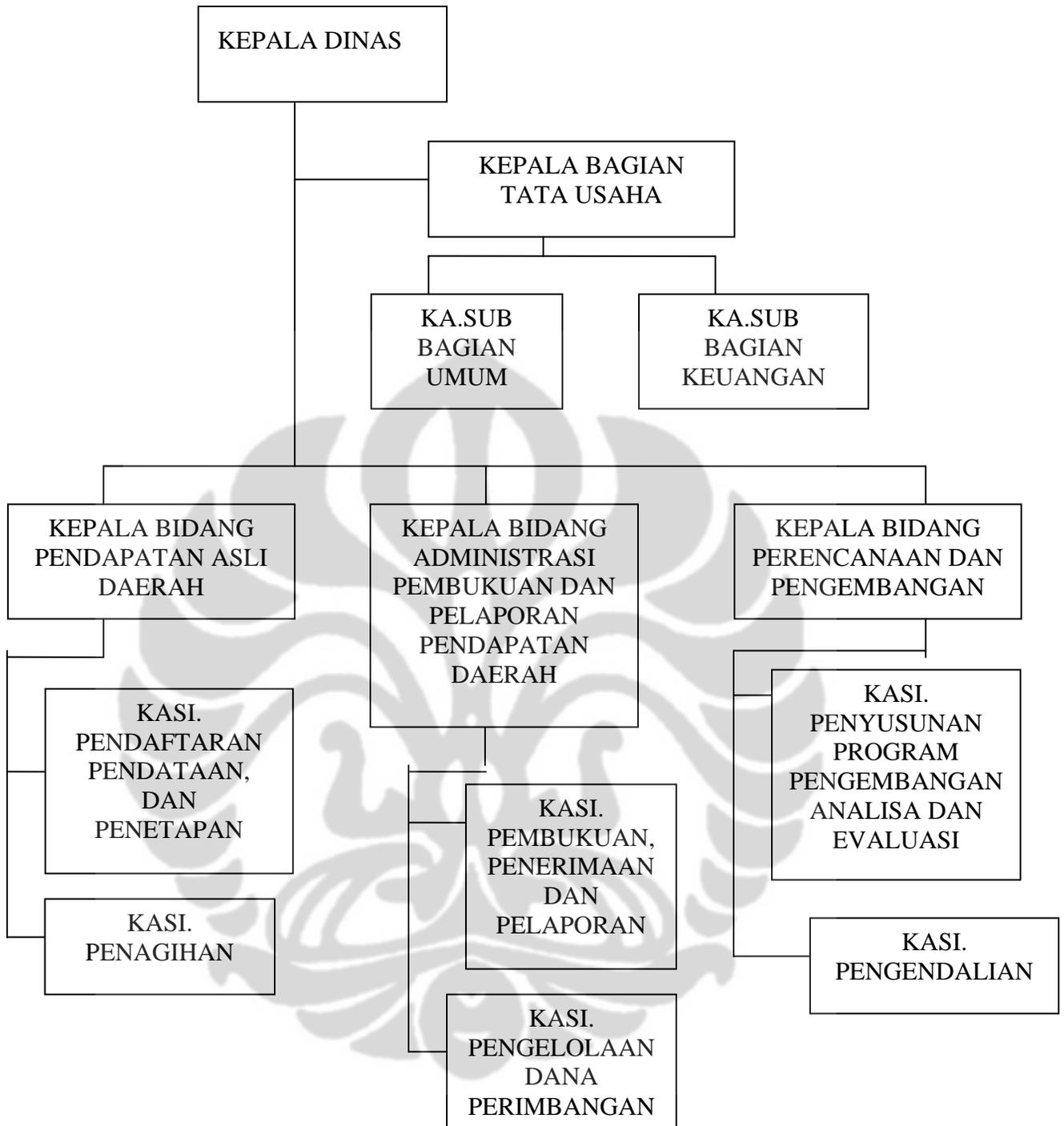
C.2 Kedudukan, Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Pendapatan Daerah

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bogor Nomor 13 Tahun 2004 tentang Organisasi Perangkat Daerah, Dinas Pendapatan Daerah merupakan perangkat daerah sebagai unsur pelaksana teknis di bidang pendapatan daerah, yang dipimpin oleh seorang Kepala yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Walikota melalui Sekretaris Daerah. Dinas Pendapatan Daerah mempunyai tugas pokok melaksanakan kewenangan otonomi pemerintah di bidang pendapatan daerah. Dinas Pendapatan Daerah mempunyai fungsi:

- a. Perumusan kebijakan teknis di bidang pendapatan daerah
- b. Pelaksanaan teknis operasional di bidang pendapatan daerah yang meliputi bidang pendapatan asli daerah, bidang administrasi pembukuan dan pelaporan pendapatan daerah, serta bidang perencanaan dan pengembangan
- c. Pemberian perizinan dan pelaksanaan pelayanan umum
- d. Pengelolaan urusan ketatausahaan Dinas

C.3 Struktur Organisasi

Struktur organisasi Dinas Pendapatan Daerah terdiri dari: Kepala Dinas, Bagian Tata Usaha. Bagian Tata Usaha membawahkan: Sub Bagian Umum dan Sub Bagian Keuangan. Setelah itu terdapat Bidang Pendapatan Asli Daerah yang membawahkan: Seksi Pendaftaran, Pendataan, Penetapan dan Seksi Penagihan. Selain Bidang PAD terdapat Bidang Administrasi Pembukuan dan Pelaporan Pendapatan Daerah.



Gambar III.1

STRUKTUR ORGANISASI DISPENDA KOTA BOGOR 2008

Sumber: Bagan struktur organisasi Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor (Berdasarkan PERDA Nomor 13 Tahun 2004):

D. Pajak Daerah

Pajak daerah dibagi menjadi dua kewenangan pengelolaan, yaitu:

- Jenis pajak Propinsi terdiri dari :
 - a. Pajak Kendaraan Bermotor dan Kendaraan di Atas Air
 - b. Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor dan Kendaraan di Atas Air
 - c. Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor
 - d. Pajak Pengambilan dan Pemanfaatan Air Bawah Tanah dan Air Permukaan.
- Jenis pajak Kabupaten/Kota terdiri dari :
 - a. Pajak Hotel
 - b. Pajak Restoran
 - c. Pajak Hiburan
 - d. Pajak Reklame
 - e. Pajak Penerangan Jalan
 - f. Pajak Pengambilan Bahan Galian Golongan C
 - g. Pajak Parkir.

Selain pajak yang telah disebutkan diatas, dapat pula dengan peraturan daerah ditetapkan jenis pajak Kabupaten/Kota dengan memenuhi kriteria bahwa pajak tersebut harus bersifat pajak dan bukan Retribusi, selain itu objek pajak terletak atau terdapat di wilayah Daerah Kabupaten/Kota yang bersangkutan dan mempunyai mobilitas yang cukup rendah serta hanya melayani masyarakat di wilayah Daerah Kabupaten/Kota yang bersangkutan. Objek dan dasar pengenaan pajak tidak bertentangan dengan kepentingan umum dan objek pajak bukan merupakan objek pajak Propinsi dan/atau objek pajak Pusat. Selain itu potensinya harus memadai dan tidak memberikan dampak

ekonomi yang negatif dan memperhatikan aspek keadilan dan kemampuan masyarakat serta menjaga kelestarian lingkungan.⁷⁶

E. Pajak Reklame

Pemahaman mengenai pajak reklame perlu dimulai dengan mengetahui apa itu reklame, izin penyelenggaraan reklame dan bentuk reklame. Dalam bagian ini akan diuraikan definisi dari ketiga hal tersebut.

E.1 Definisi Reklame dan Izin Penyelenggaraan Reklame

Pembahasan mengenai administrasi pajak reklame, perlu dibahas terlebih dahulu mengenai definisi–definisi yang berhubungan dengan penyelenggaraan reklame. Suatu penyelenggaraan reklame, dapat dikatakan sebagai penyelenggaraan reklame jika kita melihat terlebih dahulu apakah terdapat reklame yang akan dipasang atau tidak. Reklame sendiri mempunyai pengertian benda, alat, perbuatan, atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, yang 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.⁷⁷ Pengusaha yang akan memasarkan produknya melalui penyelenggaraan reklame memerlukan izin penyelenggaraan reklame. Definisi izin penyelenggaraan reklame adalah izin yang diterbitkan Walikota dalam penyelenggaraan reklame. Dalam upaya tertib administrasi, maka diperlukan surat-surat yang menunjukkan

⁷⁶ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 34 tahun 2000 tentang pajak daerah dan retribusi daerah pasal 2 ayat (1), (2) dan (4).

⁷⁷ Peraturan Daerah Kota Bogor Nomor 2 Tahun 2006 tentang Pajak Reklame, pasal 1 no. 7.

adanya suatu proses administrasi yang dilakukan oleh WP. Dalam pengenaan pajak reklame, dikenal SPPR, SPTPD, SSPD dan SKPD.

E.2 SPPR, SPTPD, SSPD dan SKPD

Surat Permohonan Penyelenggaraan Reklame (SPPR) merupakan surat yang digunakan orang atau badan untuk mengajukan permohonan penyelenggaraan reklame, dan mendaftarkan identitas pemilik data reklame sebagai dasar perhitungan pajak yang terutang menurut ketentuan peraturan perundang-undangan. Surat Pemberitahuan Pajak Daerah (SPTPD) adalah surat yang oleh Wajib Pajak digunakan untuk melaporkan penghitungan dan atau pembayaran pajak, obyek pajak dan atau bukan objek pajak, dan atau harta dan kewajiban menurut ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan daerah. Surat Setoran Pajak Daerah (SSPD) adalah surat yang digunakan oleh Wajib Pajak untuk melakukan pembayaran atau penyetoran pajak yang terutang ke Kas Daerah atau ke tempat pembayaran lain yang ditunjuk oleh Walikota. Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD) adalah surat ketetapan pajak yang menentukan besarnya jumlah pokok pajak.

E.3 Obyek, Subyek dan Wajib Pajak Reklame

Upaya suatu penyelenggaraan reklame dikenakan pajak reklame atau tidak, harus kita ketahui terlebih dahulu obyek, subyek dan wajib pajak reklame. Menurut Peraturan Daerah No.2 Tahun 2006 tentang Pajak Reklame, obyek pajak adalah semua penyelenggaraan reklame. Dimana bentuk, ukuran konstruksi dan penempatan reklamenya ditentukan oleh Kepala Daerah. Dalam hal obyek pajak ini, juga terdapat obyek pajak yang dikecualikan yaitu penyelenggaraan reklame yang diselenggarakan oleh Pemerintah pusat dan pemerintah daerah, melalui televisi, radio, warta harian, warta

mingguan, warta bulanan dan jaringan internet. Selain itu hal yang dikecualikan adalah yang semata-mata memuat nama tempat ibadah dengan ketentuan luas bidang reklamenya tidak melebihi 4 m² (empat meter persegi) dan memuat nama lembaga sosial dan/atau lembaga pendidikan formal dengan ketentuan luas bidang reklamenya tidak melebihi 4 m² (empat meter persegi). Reklame yang memuat nama organisasi kemasyarakatan dan organisasi sosial politik dengan ketentuan luas bidang reklamenya tidak melebihi 2 m² (dua meter persegi) juga turut dikecualikan. Hal lain seperti memuat nama pekerjaan atau profesi dengan ketentuan luas bidang reklamenya tidak melebihi ½ m² (satu perdua meter persegi) dan reklame mengenai kepemilikan atau peruntukan tanah dengan ketentuan luas bidang reklamenya tidak melebihi ¼ m² (satu perempat meter persegi) dan diselenggarakan di atas tanah tersebut termasuk obyek pajak yang dikecualikan. Reklame yang diselenggarakan oleh perwakilan diplomatik, perwakilan konsulat, perwakilan Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), serta badan-badan atau lembaga organisasi internasional pada lokasi badan-badan dimaksud. Subyek Pajak adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan atau melakukan pemesanan reklame. Sedangkan Wajib Pajak adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame.

E.4 Dasar Pengenaan, Tarif, Cara Perhitungan dan Sanksi Pajak Reklame

Dasar pengenaan pajak reklame dan tarif pajak reklame perlu diketahui terlebih dahulu sebelum menghitung pajak reklame. Dasar pengenaan pajak adalah Nilai Sewa Reklame (NSR). Nilai sewa reklame dihitung dengan memperhatikan lokasi penempatan, jalur jalan, ketinggian, sudut pandang posisi, jenis, jangka waktu penyelenggaraan dan ukuran media. Nilai Jual Objek Pajak Reklame (NJOPR) adalah keseluruhan

pembayaran/pengeluaran biaya-biaya yang dikeluarkan oleh pemilik dan/atau penyelenggaraan reklame termasuk dalam hal ini adalah biaya/harga beli bahan reklame, konstruksi, instalasi listrik, pembayaran/ongkos perakitan, pemancangan, peragaan, penayangan, pengecatan, pemasangan, dan transportasi pengangkutan, dan lain sebagainya sampai dengan bangunan reklame selesai, dipancangan, diperagakan, ditayangkan dan/atau terpasang ditempat yang telah diizinkan. Nilai Strategis Pemasangan Reklame (NSPR) adalah ukuran nilai yang ditetapkan pada titik lokasi pemasangan reklame berdasarkan criteria kepadatan pemanfaatan tata ruang kota untuk berbagai aspek kegiatan.

Rumusan penghitungan NSR, adalah:

Tarif pajak reklame ditetapkan sebesar 25%. Besarnya pajak yang terutang dihitung dengan cara mengalikan tarif pajak dengan dasar pengenaan pajak. Penyelenggaraan reklame produk rokok, dikenakan tambahan pajak sebesar 25% dari pokok pajaknya. Apabila Surat Ketetapan Pajak Daerah tidak atau kurang dibayar setelah lewat waktu paling lama 30 (tiga puluh) hari sejak SKPD diterima, dikenakan sanksi administrasi berupa bunga sebesar 2% (dua persen) sebulan dan ditagih dengan menerbitkan Surat Tagihan Pajak Daerah.

E.5 Masa Pajak dan Saat Pajak Reklame Terutang

Masa pajak reklame adalah jangka waktu yang lamanya ditetapkan sama dengan jangka waktu penyelenggaraan reklame. Masa berlaku pajak ditandai dengan stempel/peneng/leges yang disesuaikan menurut jenis Pajak yang terutang = 25% x DPP
 $NSR = NJOPR + NSPR$ reklame. Sedangkan pajak reklame terutang dalam masa pajak terjadi pada saat menyelenggarakan reklame.

E.6 Penentuan Titik Reklame

Penyelenggaraan reklame perlu memperhatikan titik reklamennya, apakah berada di dalam sarana dan prasarana kota atau di luar sarana dan prasarana kota. Titik reklame adalah tempat dimana bidang reklame didirikan atau ditempelkan. Di dalam sarana dan prasarana kota adalah bagian dari ruang kota yang dikuasai oleh pemerintah dan penggunaannya untuk kepentingan umum sesuai dengan peruntukan yang ditetapkan dalam rencana tata ruang. Di luar sarana dan prasarana kota adalah bagian dari ruang kota yang status kepemilikannya perseorangan atau badan yang pemanfaatannya sesuai dengan peruntukan yang ditetapkan dalam rencana tata ruang. Termasuk dalam titik-titik reklame di dalam sarana dan prasarana kota yang ditempatkan pada:

1. sisi luar trotoar atau bahu jalan
2. median jalan
3. shelter
4. jembatan atau terowongan penyeberangan orang
5. ruang terbuka hijau
6. ornamen kota
7. terminal dan pangkalan angkutan
8. stasiun kereta api
9. gelanggang olah raga
10. pasar modern ataupun pasar tradisional.

Termasuk titik-titik reklame di luar sarana dan prasarana kota yang ditempatkan pada:

1. di atas bangunan

2. menempel pada bangunan
3. di halaman
4. di areal terbuka.

E.7 Penyelenggaraan Reklame di Kota Bogor

Penyelenggaraan reklame merupakan salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah yang sangat erat hubungannya dengan penata ruang serta pembangunan fisik yang tertib dan teratur. Penataan ruang merupakan potensi yang menjanjikan yang perlu dicermati agar memiliki daya sinergi dalam mewujudkan Pendapatan Asli Daerah dan sekaligus bermanfaat bagi masyarakat. Guna menghasilkan sinergi tersebut maka penyelenggaraan reklame perlu diatur sehingga kepastian hukumnya terpelihara dan penyelenggaraan reklame dapat berlangsung dengan tertib dan teratur. Dalam penyelenggaraan reklame dibedakan berdasarkan tempat, jenis, ukuran, konstruksi, dan kelas jalan.

Penyelenggaraan reklame berdasarkan tempat adalah penyelenggaraan reklame pada titik-titik reklame di dalam sarana dan prasarana kota dan di luar sarana dan prasarana kota. Penyelenggaraan reklame menurut jenis adalah penyelenggaraan reklame berdasarkan jenis atau bentuk reklamennya. Penyelenggaraan reklame berdasarkan ukuran adalah penyelenggaraan reklame yang berdasarkan ukuran dengan klasifikasi:

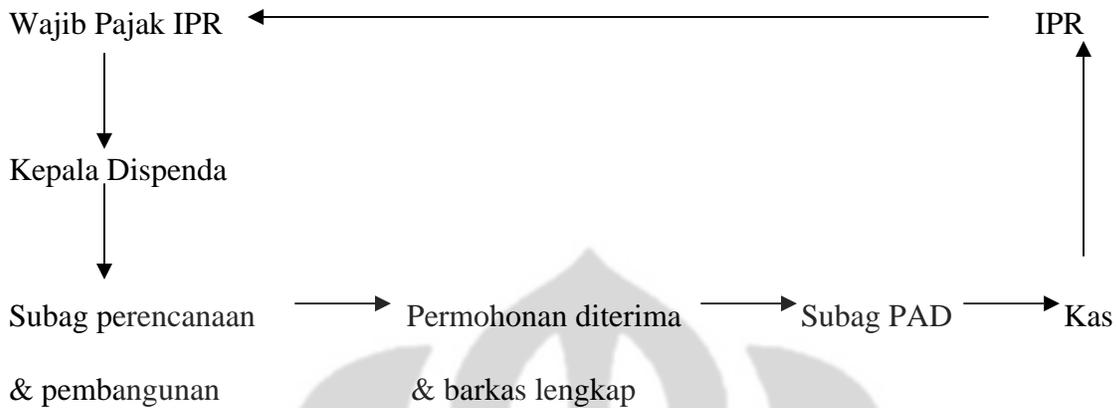
1. jenis reklame dengan ukuran luas bidang reklame sampai dengan ukuran 6 m² (enam meter persegi)
2. jenis reklame dengan ukuran luas bidang reklame di atas 6 m² (enam meter persegi)
3. batas tinggi dan ketinggian reklame ditetapkan dalam batasan teknis tersendiri.

Penyelenggaraan reklame menurut konstruksi adalah penyelenggaraan reklame yang berdasarkan konstruksi dengan klasifikasi:

1. konstruksi kaki tunggal (single pole) adalah reklame yang menggunakan sistem kaki konstruksi hanya dengan 1 (satu) tiang
2. konstruksi kaki ganda (double pole) adalah reklame yang menggunakan sistem kaki konstruksinya terdiri dari atas 2 (dua) tiang
3. konstruksi rangka adalah reklame yang menggunakan sistem kaki konstruksi berbentuk rangka
4. konstruksi menempel adalah reklame yang konstruksinya menyatu pada bagian bangunan dengan memakai konstruksi tambahan yang menyatu dengan konstruksi bangunan tersebut. Penyelenggaraan reklame menurut kelas jalan adalah penyelenggaraan reklame yang diletakkan pada sepanjang jalur jalan tertentu, yaitu:

1. jalur jalan Khusus
2. jalur jalan Utama
3. jalur jalan I
4. jalur jalan II
5. jalur jalan III

Alur prosedur penyelenggaraan reklame:



Gambar III.2

ALUR PROSEDUR PENYELENGGARAAN REKLAME

Sumber: olahan hasil penelitian di Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor 2008

E.8 Perizinan Penyelenggaraan Reklame

Dalam mengajukan permohonan perizinan penyelenggaraan reklame, maka perlu kita ketahui terlebih dahulu siapa penyelenggara reklame. Penyelenggara reklame terdiri dari:

1. pemilik reklame atau produk yaitu orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame untuk dan atas namanya sendiri.
2. perusahaan jasa periklanan atau biro reklame yaitu badan yang bergerak di bidang jasa periklanan yang memenuhi persyaratan sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Penyelenggara reklame orang pribadi harus memenuhi persyaratan sebagai berikut:

- memiliki identitas diri (Kartu Tanda Penduduk/KTP)
- memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)
- menggunakan tenaga ahli pemegang SIBP sebagai perencana konstruksi

untuk pelaksana penyelenggaraan reklame yang menggunakan ukuran dan konstruksi. Penyelenggara reklame badan harus memenuhi persyaratan sebagai berikut:

- akte perusahaan terakhir
- memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)
- memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)
- menggunakan tenaga ahli pemegang SIBP untuk perencana konstruksi Dan Surat Izin Usaha Jasa Konstruksi (SIUJK) untuk pelaksana penyelenggaraan reklame yang menggunakan ukuran dan konstruksi. Perusahaan jasa periklanan atau biro reklame harus memenuhi persyaratan sebagai berikut:

- memiliki identitas diri (Kartu Tanda Penduduk/KTP)
- akte perusahaan terakhir
- memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)
- memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)
- mempunyai penanggung jawab langsung yang memiliki SIBP bidang konstruksi dan SIUJK
- memiliki studio perencana dan bengkel kerja (workshop)
- memiliki sarana dan prasarana pekerjaan, seperti alat-alat las, genset, alat penyambung listrik, tenaga ahli poster, ahli gambar, dan ahli konstruksi.

Perizinan bagi setiap penyelenggaraan reklame wajib terlebih dahulu mendapat izin dari Walikota atau pejabat yang ditunjuk yang diberikan untuk jangka waktu paling lama 1 (satu) tahun dan dapat diperpanjang sebelum berakhirnya masa izin. Selama masa

izin berjalan, pemegang izin dilarang mengubah bentuk, naskah, ukuran, jenis atau lokasi penyelenggaraan reklame tanpa izin tertulis dari Walikota atau pejabat yang ditunjuk. Untuk permohonan izin harus diajukan secara tertulis kepada Walikota melalui Kepala Dinas. Dalam permohonan izin, menggunakan formulir SPPR yang harus diisi dengan benar, jelas, dan lengkap, diberi tanggal, dan ditandatangani serta melampirkan persyaratan sesuai dengan peruntukannya. Pengecualian dari kewajiban memperoleh izin adalah terhadap penyelenggaraan reklame:

1. oleh pemerintah pusat dan pemerintah daerah
2. melalui televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan, dan jaringan internet
3. semata-mata memuat nama tempat ibadah dengan ketentuan luasnya tidak melebihi 4 m² (empat meter persegi)
4. semata-mata memuat nama lembaga sosial dengan ketentuan luasnya tidak
5. semata-mata memuat nama organisasi kemasyarakatan dan organisasi sosial politik dengan ketentuan luasnya tidak melebihi 2 m² (dua meter persegi)
6. semata-mata memuat nama pekerjaan atau profesi dengan ketentuan luasnya tidak melebihi ½ m² (satu per dua meter persegi)
7. semata-mata mengenai kepemilikan atau peruntukan tanah dengan ketentuan luasnya tidak melebihi ¼ m² (satu per empat meter persegi) dan diselenggarakan di atas tanah tersebut.
8. diselenggarakan oleh perwakilan diplomatik, perwakilan konsulat, perwakilan Persatuan Bangsa-Bangsa (PBB), serta badan-badan atau lembaga organisasi internasional pada lokasi badan-badan dimaksud.

F. Pemeriksaan Pajak Daerah

Kewenangan untuk melakukan pemeriksaan pajak telah diatur di dalam Pasal 29 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2000, yaitu Direktur Jenderal Pajak berwenang melakukan pemeriksaan untuk menguji kepatuhan pemenuhan kewajiban perpajakan dan untuk tujuan lain dalam rangka melaksanakan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan.

Sedang pengertian pemeriksaan dirumuskan dalam Pasal 1 angka 24 sebagai berikut : Pemeriksaan adalah Salah satu tahapan yang penting dalam keberhasilan pemungutan pajak daerah adalah kepastian bahwa wajib pajak telah melaksanakan kewajibannya secara benar. Untuk mengetahui hal ini, kepala daerah atau pejabat yang ditunjuk harus melakukan pemeriksaan terhadap wajib pajak. Hal ini juga diatur dalam Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997, yang dalam Pasal 35 ditentukan bahwa kepala daerah berwenang melakukan pemeriksaan untuk menguji kepatuhan pemenuhan kewajiban perpajakan daerah dalam rangka melaksanakan peraturan perundang-undangan perpajakan daerah. Pemeriksaan pajak daerah adalah suatu proses yang diperlukan dalam pemungutan pajak untuk membuktikan kebenaran pelaksanaan kewajiban perpajakan yang diatur oleh undang-undang.

Pemeriksaan pajak daerah menghendaki kerja sama yang baik dari wajib pajak yang diperiksa. Oleh karena itu, wajib pajak yang diperiksa wajib:

- a. Memperlihatkan dan atau meminjamkan buku atau catatan, dokumen yang menjadi dasarnya, dan dokumen lain yang berhubungan dengan objek pajak yang terutang;

- b. Memberikan kesempatan untuk memasuki tempat atau ruangan yang dianggap perlu dan memberi bantuan guna kelancaran pemeriksaan, termasuk memberikan kesempatan kepada petugas untuk melakukan pemeriksaan kas; dan
- c. Memberikan keterangan yang diperlukan

Apabila wajib pajak tidak dapat memenuhi kewajibannya yang berkaitan dengan Pemeriksaan pajak, dikenakan penetapan secara jabatan. Hal ini diatur untuk memberikan kepastian kepada fiskus untuk melaksanakan tugasnya dan menghindarkan wajib pajak dari keinginan untuk menghalangi jalannya pemeriksaan.

G. Tujuan dan Tata Cara Pemeriksaan Pajak Daerah

Kepala daerah dalam rangka pengawasan berwenang melakukan pemeriksaan dengan tujuan:

- a. Menguji kepatuhan pemenuhan kewajiban perpajakan daerah; dan
- b. Tujuan lain dalam rangka melaksanakan peraturan perundang-undangan perpajakan daerah.

Tata cara pemeriksaan pajak daerah diatur oleh Menteri Dalam Negeri. Sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 Pasal 35 ayat 3, Menteri Dalam Negeri pada tanggal 30 Oktober 1997 mengeluarkan Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 173 Tahun 1997 tentang Tata Cara Pemeriksaan di bidang Pajak Daerah. Pemeriksaan dapat dilakukan di kantor atau di tempat wajib pajak yang lingkup pemeriksaannya dapat meliputi tahun-tahun yang lalu maupun tahun berjalan.

H. Bentuk Pemeriksaan Pajak Daerah

Pemeriksaan dilakukan dalam bentuk pemeriksaan lengkap atau pemeriksaan

Sederhana. Pemeriksaan lengkap merupakan pemeriksaan lapangan terhadap seluruh kegiatan wajib pajak yang bersifat komprehensif. Pemeriksaan lengkap dilakukan di tempat domisili atau lokasi usaha wajib pajak, meliputi seluruh jenis pajak untuk tahun pajak berjalan dan atau tahun-tahun pajak sebelumnya yang dilakukan dengan menerapkan teknis pemeriksaan pada umumnya lazim digunakan dalam pemeriksaan.

Pemeriksaan sederhana atau verifikasi merupakan pemeriksaan singkat yang berupa pemeriksaan sederhana di kantor maupun pemeriksaan sederhana di lapangan. Pemeriksaan sederhana dapat dilakukan:

- a. Di lapangan, meliputi seluruh jenis pajak untuk tahun pajak berjalan atau tahun-tahun pajak sebelumnya yang dilakukan dengan menerapkan teknik pemeriksaan dengan bobot dan kedalaman yang sederhana; atau
- b. Di kantor, meliputi jenis pajak tertentu untuk tahun pajak berjalan yang dilakukan dengan menerapkan teknik pemeriksaan dengan bobot dan kedalaman sederhana.

I. Pedoman Pemeriksaan Pajak Daerah

Pelaksanaan pemeriksaan terhadap wajib pajak didasarkan pada pedoman pemeriksaan yang meliputi pedoman umum pemeriksaan, pedoman pelaksanaan pemeriksaan, dan pedoman laporan pemeriksaan. Pedoman umum pemeriksaan adalah Pertama-tama pemeriksaan dilaksanakan oleh pemeriksa yang telah mendapat pendidikan teknis pemeriksa pajak daerah dan memiliki keterampilan sebagai pemeriksa, selain itu Pemeriksa harus bekerja dengan jujur, bertanggung jawab, penuh pengabdian, bersifat terbuka, sopan dan objektif, serta wajib menghindarkan diri dari perbuatan tercela dan pemeriksaan harus dilakukan oleh pemeriksa dengan menggunakan keahliannya secara

cermat dan seksama serta memberikan gambaran yang sesuai dengan keadaan sebenarnya tentang wajib pajak. Temuan hasil pemeriksaan dituangkan dalam kertas kerja pemeriksaan sebagai bahan untuk menyusun laporan pemeriksaan.

J. Cara Pelaksanaan Pemeriksaan Pajak Daerah

Adapun hal yang pertama dilakukan dalam pelaksanaan pemeriksaan pajak daerah adalah memeriksa tanda pelunasan pajak dan keterangan lainnya sebagai bukti pelunasan kewajiban perpajakan daerah. Kedua, Pemeriksa memeriksa buku-buku, catatan, dan dokumen pendukung lainnya termasuk keluaran dan media computer dan perangkat elektronik pengolah data lainnya. Pemeriksa juga diperbolehkan untuk meminjam buku-buku, catatan dan dokumen pendukung lainnya termasuk keluaran dari media computer serta perangkat elektronik pengolah data lainnya dengan memberikan tanda terima jika diperlukan pemeriksa dapat meminta keterangan lisan dan tertulis dari wajib pajak yang diperiksa. Pemeriksa memasuki tempat atau ruangan yang diduga merupakan tempat menyimpan dokumen, uang, barang, yang dapat memberi petunjuk tentang keadaan usaha wajib pajak dan atau tempat-tempat lain yang dianggap penting serta melakukan pemeriksaan di tempat-tempat tersebut. Pemeriksaan melakukan penyegelan tempat atau ruangan tersebut pada saat pemeriksa memasuki tempat atau ruangan yang diduga merupakan tempat menyimpan dokumen, uang, barang, yang dapat memberi petunjuk tentang keadaan wajib pajak apabila wajib pajak atau wakil kuasanya tidak memberikan kesempatan untuk memasuki tempat atau ruangan dimaksud, atau tidak ada di tempat pada saat pemeriksaan. Tata cara penyegelan terhadap tempat atau ruangan yang dilakukan oleh pemeriksa ditetapkan oleh kepala daerah. Pemeriksa juga dapat meminta

keterangan dan atau bukti yang diperlukan dari pihak ketiga yang mempunyai hubungan dengan wajib pajak yang diperiksa.

Dalam hal pemeriksaan kantor dilakukan dengan cara berikut, Pertama-tama Pemeriksa memberitahukan agar wajib pajak membawa tanda pelunasan pajak, buku-buku, catatan, dan dokumen pendukung lainnya termasuk keluaran dari media computer dan perangkat elektronik pengolah data lainnya. Pemeriksa meminjam buku-buku, catatan dan dokumen pendukung lainnya termasuk keluaran dari media computer dan perangkat elektronik pengolah data lainnya dengan memberikan tanda terima. Pemeriksa memeriksa buku-buku, catatan, dan dokumen pendukung lainnya termasuk keluaran dan media computer dan perangkat elektronik pengolah data lainnya. Pemeriksa meminta keterangan lisan dan atau tertulis dari wajib pajak yang diperiksa. Pemeriksa meminta keterangan dan atau alat bukti yang diperlukan dari pihak ketiga yang mempunyai hubungan dengan wajib pajak yang diperiksa.

BAB IV

PEMERIKSAAN PAJAK REKLAME GUNA MENINGKATKAN

PENDAPATAN PAJAK REKLAME

A. Kesesuaian Penyelenggaraan Pemeriksaan Pajak Reklame yang Dilakukan Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor dengan Standar Pemeriksaan Pajak Reklame

Pajak Reklame di Kota Bogor menduduki urutan ketiga setelah Pajak Hiburan dan PJU (Penerangan Jalan Umum). Dengan kata lain Pajak Reklame masuk dalam urutan 3 besar, merupakan sumber potensi sebagai pemasukan Pendapatan Asli Daerah. Oleh karena itu diperlukan beberapa perencanaan untuk melakukan optimalisasi dalam realisasi pendapatan pajak reklame. Melalui tahapan pemeriksaan pajak daerah yang benar, dalam penelitian ini akan diteliti kesesuaian penyelenggaraan pemeriksaan pajak reklame dan implikasi dari pemeriksaan itu sendiri, seperti yang diungkapkan dalam hasil wawancara, sebagai berikut:

”Kenapa kok orang berpikir reklame berkurang tetapi malah menambah pendapatan, kenapa karena pertama wajib pajak reklame dibongkar karena habis masa berlaku, ada karena pelanggaran, ilegal. Mereka rata-rata billboard, untuk reklame ukuran kecil juga ada operasi sisir sehingga tidak ada yang terlewat, kita memegang SSPD (Surat Setoran Pajak Daerah) dari tanggal berapa sampai kapan reklame tersebut berlaku.”⁷⁸

Pada kasus penyelenggaraan reklame di Kota Bogor adapun secara garis besar tahapan prosedur pemasangan Pajak Reklame di Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor berdasarkan jenis kegiatannya terdiri dari:

⁷⁸ Berdasarkan hasil wawancara dengan R An An Andri Hikmat AP, MM, Kepala Seksi Pengendalian Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor, pada hari Jum’at 16 Mei 2008, pukul 10.30 WIB.

1. Pendaftaran termasuk di dalamnya pendaftaran yang dilakukan oleh Wajib Pajak. Kegiatan pendaftaran dimulai dari informasi yang diberikan oleh Wajib Pajak mengenai tempat pemasangan reklame melalui foto lokasi yang diberikan oleh Wajib Pajak sebagai syarat mengajukan Surat Permohonan Penyelenggaraan Reklame (SPPR). Wajib Pajak mengisi formulir yang telah disiapkan di Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor, hal ini dilakukan baik oleh wajib pajak yang akan memasang reklame di daerah Pemerintah Daerah (Selanjutnya digunakan istilah PEMDA), maupun bagi Wajib Pajak yang memasang reklame di lahan Swasta (daerah milik pribadi, diluar jalur yang disediakan oleh PEMDA). Kelengkapan seperti KTP, pernyataan dari Wajib Pajak, foto lokasi pemasangan reklame juga harus dipenuhi. Khusus untuk reklame diatas 6meter disertakan bukti pembayar IMB setelah dilakukan survey ke lapangan, retribusi tanah lahan yang dibayarkan di Dinas Bina Marga yang dihitung tergantung dari fondasi. Setelah itu semua berkas diberikan kepada Kepala Seksi di Dinas Pendapatan Daerah Kota bogor, kemudian setelah semua syarat terpenuhi, syarat tersebut diserahkan oleh Wajib Pajak ke kasir 3P (Pendaftaran, Pendataan dan Penetapan) setelah itu Wajib Pajak akan mendapatkan tanda terima berkas.
2. Pendataan. Jenis pendataan yang dilakukan dalam pemeriksaan Pajak Reklame di Kota Bogor adalah melalui survey ke lapangan, termasuk pemeriksaan lapangan yang dilakukan oleh Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor yang dilakukan oleh bagian Pendapatan Asli Daerah. Jenis pemeriksaan ini termasuk dalam jenis pemeriksaan sederhana, seperti wawancara yang dilakukan dengan Pak Bambang selaku Kepala Seksi PAD:

” Oh iya pemeriksaan kantor dan pemeriksaan lapangan kita lakukan, tapi mungkin pemeriksaan disini lebih kepada pemeriksaan sederhana mungkin yah.”⁷⁹

Setelah mempelajari berkas yang diberikan oleh Wajib Pajak, dilakukan rapat koordinasi Tim dilakukan dari bagian PAD, dalam hal ini pemeriksaan sederhana dimulai dengan melakukan pengenalan lokasi Wajib Pajak sebelumnya, yang datanya didapat dari kelengkapan yang diberikan oleh Wajib Pajak. Dalam pemeriksaan lapangan ini melibatkan beberapa dinas diantaranya:

- a) Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor
- b) Dinas Tata Kota dan Pertamanan
- c) Dinas Lalu Lintas Angkutan Jalan
- d) Dinas Bina Marga
- e) Sat Pol PP

Kelima dinas ini bekerja sama untuk melakukan pemeriksaan serta menyiapkan sarana pemeriksaan sesuai dengan fungsinya masing-masing. Dinas Pendapatan Daerah sebagai *Leader sector* sendiri dalam melakukan pemeriksaan sebagai pimpinan pemeriksaan operasional dari seksi Perencanaan dan Pengembangan dan pimpinan teknis adalah Asisten Tata Praja. Dinas Tata Kota dan pertamanan turut dilibatkan dalam hal apakah reklame yang dipasang nanti mengganggu taman kota atau tidak karena daerah *white area* tidak diperbolehkan adanya reklame. Selain itu Dinas Tata Kota juga diperlukan apabila dalam pemasangan reklame diperlukan adanya instalasi listrik (terkait dengan bagian PJU di Dinas Tata Kota), dan bagian IMB jika reklame tersebut diatas 6 meter. Dinas Bina Marga diperlukan untuk melihat fondasi reklame (khusus untuk *billboard*) karena harus membayar

⁷⁹ Berdasarkan hasil wawancara dengan Bambang, Kepala Seksi Pendapatan Asli Daerah, pada hari Senin, 13 Mei 2008, pukul 11.00 WIB.

retribusi di Dinas Bina Marga, sedangkan Dinas Lalu Lintas Angkutan Jalan sebagai pemberi usul apakah keberadaan reklame tersebut nantinya mengganggu lalu lintas di kota Bogor atau tidak, dengan acuan beberapa persyaratan dari DLLAJ sebagai berikut:

- a) Persyaratan pertama, ketinggian reklame bagian bawah lebih dari sama dengan 4,2 meter yang melintang ke jalan.
- b) Kedua, reklame tersebut tidak menutupi rambu-rambu lalu lintas atau lampu lalu lintas.
- c) Ketiga reklame tidak menonjol ke badan jalan.
- d) Keempat cahaya lampu atau pantulan cahaya tidak mengganggu pengguna jalan (jika reklame menggunakan *lighting*).
- e) Kelima memperhatikan keamanan, keselamatan dan kenyamanan pengguna jalan. Dari bagian ini kita diskusikan dan menghasilkan Surat Saran Teknis Pemasangan reklame yang dilaporkan kepada kepala dinas. Versi kita agar syarat ini terpenuhi sudah cukup, evaluasi ini dilakukan tergantung permohonan. Evaluasi dapat dilakukan seminggu 1-2 kali, terkadang tidak ada sama sekali. Biasanya ke lapangan dari Dinas DLLAJ dikirim 5 orang.

Sedangkan Sat Pol PP sebagai penegak hukum dari PERDA yang ada. Sebelum dilakukan pemeriksaan lapangan ada berita acara lapangan, setelah itu Dinas Pendapatan Daerah baru menurunkan petugasnya dengan rincian 1 petugas tiap 1 Kecamatan, wilayah Kota Bogor terdiri atas 3 Kecamatan. Setelah pemeriksaan setiap hasil pemeriksaan dilaporkan kepada bagian perencanaan dan semua saran dari semua dinas terkait disampaikan ke Walikota Bogor, dan keputusan berada di tangan Walikota Bogor.

3. Penetapan Reklame adalah kegiatan yang dilakukan setelah proses *survey* ke lapangan dilakukan dan diterima untuk pemasangan reklame. Dari bagian Perencanaan dan Pengembangan, setelah itu bagian Pendapatan Asli Daerah akan menghitung jumlah pajak terutang dan masa pajaknya. Karena dalam hal ini reklame masih menggunakan sistem *Official Assesment*, walaupun begitu Wajib Pajak akan dijelaskan bagaimana cara perhitungan Pajak Reklame sehingga Wajib Pajak bisa mengerti. Hal ini dilakukan oleh Dispenda karena Wajib Pajak dianggap masih mengalami kesulitan untuk melakukan perhitungan sendiri, apalagi semenjak 2007 telah dilakukan penetapan tarif baru, dan pemberian skor yang didasarkan atas muka reklame dilihat. Untuk reklame yang menempel pada bangunan dalam ruangan misalnya akan diberi skor 1 sedangkan menempel pada luar bangunan diberi skor 2, reklame berjalan seperti pada kendaraan dan balon/udara diberi skor jalur jalan dan skor sudut pandang 10. Reklame *painting wall* atau *branding wall* diberi skor lokasi 2 dan sudut pandang 3. Berbeda dengan reklame selebaran/ poster/ brosur/ *leaflet* dengan skor lokasi 2 dan skor jalur jalan dan skor sudut pandang 3. Jenis reklame spanduk atau umbul-umbul diberi skor lokasi dan skor jalur jalan 10 dan skor sudut pandang 3. Terakhir untuk jenis reklame film/slide dan peragaan diberi skor jalur jalan 6, skor lokasi 4 dan skor sudut pandang 1. Skor ini yang nantinya akan menjadi patokan untuk menentukan nilai strategis reklame.

Selain itu reklame di Kota Bogor juga diklasifikasikan berdasarkan pengaturan jalur jalan dalam atau luar sarana kota. Penentuan ini ditentukan dalam Peraturan Walikota Nomor 10 Tahun 2007. Jalur jalan dibagi menjadi lima, yaitu: Jalur khusus, jalur utama, jalur I (satu), jalur II (dua) dan jalur III (tiga). Nantinya akan dijadikan petunjuk pelaksanaan perhitungan Nilai Sewa Reklame. Untuk Lokasi reklame reklame dibagi menjadi 7, yaitu:

- a) Ruang terbuka hijau/ area terbuka/ median jalan/ diatas bangunan/ jembatan atau terowongan penyebrangan orang/ ornamen kota/ *fly over*/ area Tol Jagorawi/ Kendaraan/ Balon udara (yang dikelompokkan dengan skor 10)
- b) Sisi luar trotoar atau bahu jalan/ shelter (diberi skor 6)
- c) Di halaman gedung/ rumah (diberi skor 5)
- d) Terminal atau pangkalan angkutan/ stasiun kereta api dan pasar *modern*/ pasar tradisional (diberi skor 4)
- e) Gelanggang olah raga (diberi skor 3)
- f) Menempel pada bangunan untuk luar ruangan (skor 2)
- g) Menempel pada bangunan dalam ruangan (skor 1)

Tabel IV.1

**JENIS REKLAME TETAP DALAM SARANA DAN LUAR SARANA
KOTA BOGOR**

No	Jenis Reklame
1	<i>Megatron/ Videotron/ Video Wall/ Dinamics Wall/ Large Electric Display</i>
2	Bando
3	<i>Billboard</i> /Papan <ul style="list-style-type: none"> a. Tiang/ ditanam pada shelter bersinar dan tidak bersinar b. Menempel/digantung bersinar pada JPO/<i>Fly Over</i> pada bangunan c. Menempel/ digantung tidak bersinar pada bangunan
4	Berjalan <ul style="list-style-type: none"> a. Lebih dari empat roda b. Roda empat c. Roda dua dan tiga
5	Rombong
6	<i>Painting wall/Branding Wall</i>

Sumber : Diolah dari Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor (semua masa pajak per tahun)

Tabel IV.2

**JENIS REKLAME INSIDENTIL DALAM SARANA DAN LUAR
SARANA KOTA BOGOR**

No	Jenis Reklame
1	Baliho/ <i>Benner</i>
2	Spanduk/ Umbul-Umbul
3	Poster Tempelan (>A3)
4	Selebaran/Brosur (<A3)
5	Balon/Udara
6	Film/ <i>Slide</i>
7	Peragaan

Sumber: Diolah dari Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor (untuk pemasangan Baliho/Banner minimal 1 minggu)

Pajak reklame dihitung dengan cara mengalikan tarif pajak reklame dengan dasar pengenaan pajak. Besarnya tarif pajak reklame sebesar 25%. Nilai Sewa Reklame atau dasar pengenaan pajak dihitung dengan cara: Nilai Jual Objek Pajak Reklame (NJOPR)+ Nilai Strategis Pemasangan Reklame (NSPR). Nilai Strategis Reklame ditentukan oleh beberapa faktor, diantaranya:

- a. indeks jalur jalan;
- b. nilai lokasi;
- c. nilai sudut pandang.

Besarnya NJOPR dihitung dengan rumus:

$$\text{NJOPR} = (\text{Luas Bidang Reklame} \times \text{Harga Dasar Ukuran Reklame}) + (\text{Ketinggian Reklame} \times \text{Harga Dasar Ketinggian Reklame})$$
$$\text{NSPR} = (\text{Jalur Jalan (Bobot} \times \text{Skor)} + \text{Lokasi (Bobot} \times \text{Skor)} + \text{Sudut Pandang (Bobot} \times \text{skor)}) \times \text{Nilai Satuan Strategis Reklame.}$$

Sedangkan untuk reklame produk rokok dikenakan tambahan pajak sebesar 25% (dua puluh lima persen) dari besarnya pajak reklame. Sesuai kebijakan Walikota Bogor saat ini reklame untuk produk rokok akan dikurang bahkan ditiadakan. Untuk reklame

pendidikan diberikan keringanan 25% (dua puluh lima persen) dari besarnya pajak reklame. Untuk menghitung luas bidang reklame sebagai dasar pengenaan pajak dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. reklame yang mempunyai bingkai atau batas, dihitung dengan bingkai atau batas paling luar dimana seluruh gambar, warna identitas, atau huruf-huruf tersebut berada di dalamnya;
- b. reklame yang tidak berbingkai, dihitung dari gambar, warna identitas, atau huruf-huruf yang paling luar dengan cara mengambil garis lurus vertikal dan horizontal;
- c. reklame yang berbentuk pola, dihitung dengan rumus berdasarkan bentuk benda masing-masing.

Setiap penyelenggaraan reklame yang dipasang pada lokasi atau pada tempat/titik dengan klasifikasi kelas jalur jalan lebih rendah tetapi posisinya menghadap atau berada pada radius 10 m (sepuluh meter) dari jalur jalan yang lebih tinggi, maka tarif pajaknya dikenakan menurut klasifikasi kelas jalur jalan yang lebih tinggi.

Setelah itu Walikota dapat menetapkan pajak terutang dengan menerbitkan SKPD (Surat Ketetapan Pajak Daerah) untuk menetapkan pokok pajak yang harus dibayar oleh Wajib Pajak reklame. Pembayaran dilakukan di kas daerah. Adapun contoh perhitungan besar pajak reklame yang dihitung oleh bagian Pendapatan Asli Daerah, dengan sistem *Official assesment*, adalah sebagai berikut:

1. Billboard Dalam Sarana Kota (Lahan Pemda)

Data Reklame:

Jenis : Billboard/bersinar
Naskah : Djarum
Ukuran : 12 m x 24 m x 1mk

Ketinggian : 15 m
 Lokasi : Jl Pajajaran
 HDUR : Rp 3.000.000/m²
 HDKR : Rp 100.000/m
 NSSR : Rp 7.500.000/m²
 Nilai strategis Reklame : 8,60
 Jalur Jalan (khusus) : Bobot x skor = 45% x 10 = 4,50
 Lokasi (SLT) : Bobot x skor = 35% x 6 = 2,10
 Sudut Pandang : Bobot x skor = 35% x 10 = 2,00

 8,60

Cara Perhitungan

Luar reklame : 288 m²

- a. NJOPR = (Luas Reklame x HDUR) + (Ketinggian Reklame x HDKR)

$$\begin{aligned}
 &= (288\text{m}^2 \times \text{Rp } 3.000.000,-) + (15 \times \text{Rp } 100.000,-) \\
 &= \text{Rp } 864.000.000 + \text{Rp } 1.500.000 \\
 &= \text{Rp } 865.500.000,-
 \end{aligned}$$
- b. NSPR = Nilai Strategis Reklame x NSSR

$$\begin{aligned}
 &= 8,60 \times \text{Rp } 7.500.000,- \\
 &= \text{Rp. } 64.500.000,-
 \end{aligned}$$
- c. NSR = NJOPR + NSPR

$$\begin{aligned}
 &= \text{Rp. } 865.500.000 + \text{Rp } 64.500.000 \\
 &= \text{Rp. } 930.000.000,-
 \end{aligned}$$
- d. Pajak Reklame

$$\begin{aligned}
 &= \text{NSR} \times 25\% \\
 &= \text{Rp. } 930.000.000 \times 25\%
 \end{aligned}$$

$$= \text{Rp. } 232.500.000,-/\text{tahun}$$

Khusus Produk rokok

$$\text{Pajak Terutang} = \text{Besar Pajak} + (25\% \times \text{Besar Pajak})$$

$$= \text{Rp. } 232.500.000 + (25\% \times \text{Rp. } 232.500.000)$$

$$= \text{Rp. } 232.500.000 + \text{Rp. } 58.125.000$$

$$= \text{Rp. } 290.625.000,-/\text{tahun}$$

2. Billboard Luar Sarana Kota (Lahan Swasta)

Data Reklame:

Jenis : *Billboard*/bersinar

Naskah : Bukit Cimanggu Villa

Ukuran : 4 m x 8 m x 2mk

Ketinggian : 13 m

Lokasi : Jl KH.Soleh Iskandar

HDUR : Rp 1.250.000/m²

HDKR : Rp 100.000/m

NSSR : Rp 3.000.000/m²

Nilai strategis Reklame : 5,05

Jalur Jalan (khusus) : Bobot x skor = 45% x 6 = 2,70

Lokasi (SLT) : Bobot x skor = 35% x 5 = 1,75

Sudut Pandang : Bobot x skor = 20% x 3 = 0,60

5,05

Cara Perhitungan

Luar reklame : 32 m²

a. $\text{NJOPR} = (\text{Luas Reklame} \times \text{HDUR}) + (\text{Ketinggian Reklame} \times \text{HDKR})$

$$= (32\text{m}^2 \times \text{Rp } 1.250.000,-) + (13 \times \text{Rp } 100.000,-)$$

$$= \text{Rp } 40.000.000 + \text{Rp } 1.300.000$$

$$= \text{Rp } 41.300.000,-$$

b. NSPR = Nilai Strategis Reklame x NSSR

$$= 5,05 \times \text{Rp } 3.000.000,-$$

$$= \text{Rp. } 15.150.000,-$$

c. NSR = NJOPR + NSPR

$$= \text{Rp. } 41.300.000 + \text{Rp } 15.150.000$$

$$= \text{Rp. } 56.450.000,-$$

d. Pajak Reklame

$$= \text{NSR} \times 25\%$$

$$= \text{Rp. } 56.450.000 \times 25\%$$

$$= \text{Rp. } 14.112.500,-/1 \text{ muka/Tahun}$$

e. Untuk dua muka

$$= \text{Rp. } 14.112.500,- \times 2$$

$$= \text{Rp. } 28.225.000,-/Tahun$$

Catatatan :

- Khusus Produk Rokok dikenakan tambahan pajak sebesar 25% dari besar pajak terutang.
- Contoh perhitungan diatas hanya berlaku untuk 1 (satu) muka bidang reklame, apabila terdiri lebih dari 1 (satu) muka bidang reklame maka dikalikan sesuai dengan jumlah muka bidang reklame
- HDUR : Harga Dasar Ukuran Reklame
- HDKR : Harga Dasar Ketinggian Reklame

3. Banner Dalam Sarana Kota (Lahan Pemda)

Data Reklame:

Jenis : *Banner/Baliho*

Naskah : Marcopolo

Ukuran : 4 m x 6 m x 1mk

Ketinggian : -

Lama Pemasangan : 7 hari

Lokasi : Jl Pajajaran/Tugu Kujang

HDUR : Rp 15.000/m²

HDKR : -

NSSR : Rp 25.000/m²

Nilai strategis Reklame : 6,00

Jalur Jalan (khusus) : Bobot x skor = 45% x 6 = 2,70

Lokasi (SLT) : Bobot x skor = 35% x 6 = 2,10

Sudut Pandang : Bobot x skor = 20% x 6 = 1,20

5,05

Cara Perhitungan

Luar reklame : 24 m²

a. NJOPR = (Luas Reklame x HDUR) + (Ketinggian Reklame x HDKR)

$$= (24\text{m}^2 \times \text{Rp } 15.000,-) + (0)$$

$$= \text{Rp } 360.000,-$$

b. NSPR = Nilai Strategis Reklame x NSSR

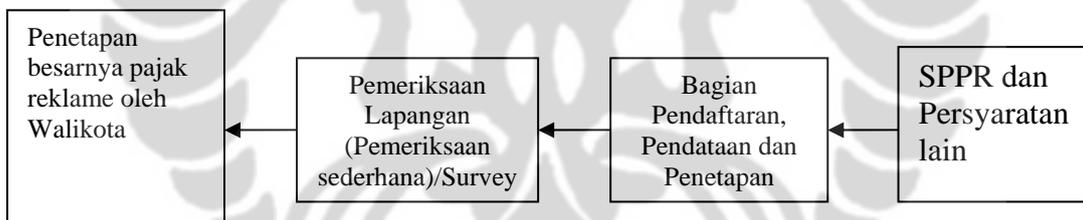
$$= 6,00 \times \text{Rp } 25.000,-$$

$$= \text{Rp. } 150.000,-$$

$$\begin{aligned}
 \text{c. NSR} &= \text{NJOPR} + \text{NSPR} \\
 &= \text{Rp. } 360.000 + \text{Rp } 150.000 \\
 &= \text{Rp. } 510.000,-
 \end{aligned}$$

d. Pajak Reklame

$$\begin{aligned}
 &= \text{NSR} \times 25\% \\
 &= \text{Rp. } 510.000 \times 25\% \\
 &= \text{Rp. } 127.500,-/\text{Hari} \\
 &= \text{Rp. } 127.500,- \times 7 \text{ hari} \\
 &= \text{Rp. } 892.500,-/7 \text{ hari}
 \end{aligned}$$



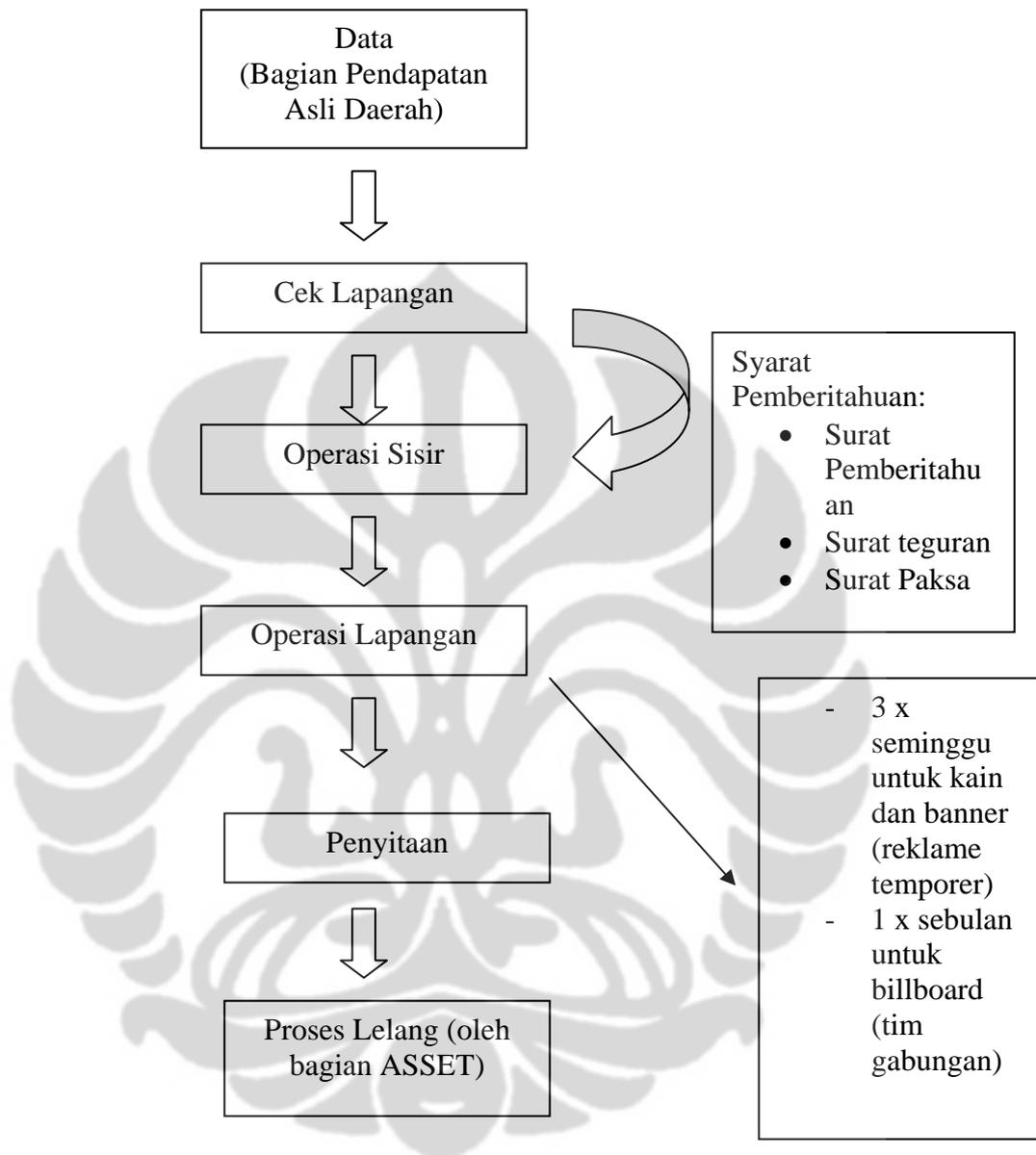
Gambar IV.1

MEKANISME PENDAFTARAN, PENDATAAN DAN PENETAPAN PAJAK REKLAME PADA DINAS PENDAPATAN DAERAH KOTA BOGOR

Sumber : Olahan Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor 2008

4. Penertiban dilakukan di Seksi Pengendalian Dinas Pendapatan daerah untuk mengawasi secara langsung Reklame yang terdapat di Kota Bogor. Hal ini dilakukan dalam rangka mengawasi beberapa Wajib Pajak Reklame yang melanggar peraturan, karena masa pajak yang sudah habis tetapi tetap memasang reklame, atau karena pemasang reklame liar yang tidak melalui prosedur yang berlaku.





Gambar IV.2

PENERTIBAN REKLAME DI KOTA BOGOR

Sumber: Olahan Penelitian Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor 2008

Penertiban ini melibatkan 5 Dinas terkait yaitu Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor, Dinas Tata Kota, Dinas Bina Marga, Dinas Lalu Lintas Angkutan Jalan dan Sat Pol PP. Berikut adalah skema penertiban reklame melalui pemeriksaan administratif dan pemeriksaan lapangan. Diantaranya Operasi sisir dimana operasi ini turun ke lapangan disesuaikan dengan data yang ada yaitu dengan SKPD. Misalnya di pajajaran data reklame yang seharusnya ada 100 reklame, ternyata pada kenyataannya hanya terdapat 80. Berarti yang 20 adalah yang menjadi permasalahan. Pemeriksaan ini dilakukan per triwulan dengan tim gabungan yaitu meliputi: Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor, Dinas Bina Marga, Dinas Tata Kota, Sat Pol PP dan DLLAJ bila diperlukan. Walaupun tim ini sama dengan pemeriksaan lapangan yang merupakan survey sebelum wajib pajak melakukan pemasangan reklame tetapi petugas yang melakukannya berbeda. Mengapa dilakukan per triwulan? Karena pemeriksaan per bulan sudah dilakukan oleh tim Dispenda itu sendiri. Keduanya merupakan operasi sisir, jika Dinas Pendapatan Daerah tidak dapat melakukan pemeriksaan per triwulan sendiri karena memerlukan bantuan dari pihak lain, misalnya memasang di trotoar berurusan dengan Bina Marga, Di jalur hijau dengan Tata Kota, ada yang di shelter, berhubungan dengan DLLAJ, penegaknya Sat Pol PP, sedangkan untuk pengrobohan papan reklame (*billboard*) itu sendiri memerlukan alat berat, dimana alat berat tersebut dimiliki oleh Dinas Bina Marga tetapi *leading sector* tetap di Dispenda. Dari operasi sisir kelihatan mana yang baru mana yang masa berlaku habis, mana yang illegal. Selama reklame masih berada dalam masa berlaku akan dibiarkan. Sedangkan untuk reklame yang masa berlaku habis akan dikeluarkan surat pemberitahuan dari PAD. Berbeda dengan reklame yang *illegal* suratnya teguran akan dikeluarkan dan seksi Pengendalian, lalu diberi waktu kepada Wajib Pajak sampai dengan 3 hari. Jika

tidak ada respon dari Wajib Pajak, maka keberadaan reklame *illegal* akan dimasukkan dalam data kita untuk Target Operasi (TO) pembongkaran. Untuk reklame yang masa berlakunya sudah habis, diberi surat pemberitahuan untuk perpanjangan dalam jangka waktu 21 hari. Jika tidak direspon dalam jangka waktu tersebut, seksi Pengendalian akan memberikan surat teguran kepada Wajib Pajak apakah akan dilakukan pembongkaran sendiri atau oleh pihak Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor. Dari banyaknya pembongkaran pada reklame yang habis masa pajaknya, atau keberadaan reklame *illegal* menyebabkan terjadinya penurunan PAD , terutama reklame yang *illegal* tidak masuk target, tetapi dengan adanya pembongkaran menyebabkan wajib pajak lain akan lebih taat sekaligus *shock* terapi bagi mereka yang melakukan pelanggaran. Melihat wajib pajak lain ditebang reklamennya membuat Wajib Pajak berpikir dua kali karena jika ingin memasang reklame harus mulai dari nol dengan melakukan *survey* lagi, dan lain-lain sehingga mengeluarkan banyak *cost* lagi. Justru dengan pemeriksaan membuat PAD lebih meningkat. Apabila masa berlaku reklame habis maka akan langsung ditebang, dan bila titik-titik tersebut diisi kembali oleh wajib pajak lain, untuk itu bisa menutupi wajib pajak yang sudah ditebang, kecuali titiknya sudah tidak memungkinkan, contoh di warung jambu, karena dipakai jalan , sudah tidak bisa dipakai reklame

4.1 Prosedur Pemeriksaan

Pemeriksaan pajak reklame berpedoman pada Lembar Daerah Kota Bogor Tahun 2006 Nomor 1 Seri B Peraturan Daerah Kota Bogor Nomor 2 tahun 2006 tentang Pajak Reklame dan Lembar Daerah Kota Bogor Tahun 2005 Nomor 2 Seri E Peraturan Daerah Kota Bogor Nomor 4 Tahun 2005.

Terdapat tahap-tahap kegiatan yang dilakukan oleh petugas pemeriksa antara lain :

1. Penyusunan Program Pemeriksaan

Dalam menyusun program pemeriksaan, faktor-faktor yang menjadi pertimbangan antara lainnya :

- A. Target penerimaan pajak reklame; dalam hal ini pertimbangan melihat dari sisi target penerimaan pajak reklame berdasar perkembangan jumlah wajib pajak dalam satu periode di Kota Bogor sehingga Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor dapat menetapkan suatu target yang dapat dicapai dalam satu periode yaitu satu tahun.
- B. Rekomendasi dari seksi pengendalian; rekomendasi dari seksi pengendalian muncul karena adanya sesuatu hal yang dilaporkan oleh seksi pengendalian mengenai Wajib Pajak dikarenakan adanya unsur kesengajaan maupun tidak sengaja sehingga Wajib Pajak lalai melaksanakan kewajiban pelaksanaan kegiatan pembayaran pajak reklamenya.
- C. Informasi mengenai ketidakpatuhan wajib pajak dari pengawasan langsung di lapangan; informasi ini didapat dari pengawasan petugas Pemeriksa di lapangan yang melakukan kegiatan operasi sisir.

Semua Informasi tersebut dihimpun oleh Seksi Tata Usaha dalam Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor kemudian diteruskan ke Kepala Seksi bagian Perencanaan dan Pengembangan. Pada Seksi PAD akan dilihat berdasarkan SKPD (Surat Ketetapan Pajak Daerah) data Wajib Pajak yang habis masa berlakunya atau tidak. Setelah didapatkan data mengenai Wajib pajak yang habis masa berlakunya, data dari PAD tersebut akan disampaikan ke Bagian Perencanaan dan Pengembangan. Dimana bagian ini memiliki wewenang untuk memberikan instruksi dilakukannya pengecekan ke lapangan. Berdasarkan SKPD (Surat Ketetapan Pajak Daerah) Bagian

Perencanaan dan Pengembangan dipimpin oleh kepala seksinya akan memberikan instruksi kepada tim gabungan (Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor, Dinas Tata Kota, Dinas Lalu Lintas Angkutan Jalan, Dinas Bina Marga dan Sat Pol PP) akan melakukan cek lapangan. Setelah melakukan cek lapangan, maka akan didapatkan data *update*. Beberapa akan didapatkan kemungkinan di lapangan reklame yang tidak terdaftar. Selanjutnya akan dilaporkan kembali ke Seksi Bagian Perencanaan dan Pengembangan.⁸⁰

Dari hal ini berarti Dispenda Kota Bogor telah melakukan hal sesuai dengan standar pemeriksaan yang semestinya. Seperti dilakukannya mempelajari berkas Wajib Pajak, dari SKPD. Dilakukan analisis SPT. Dilakukan pengenalan lokasi Wajib Pajak dengan diadakannya pengecekan ke lapangan lalu dilaporkan kembali ke seksi Perencanaan dan Pengembangan. Diadakannya kerjasama dengan 5 dinas terkait termasuk dalam indikator penganatan dalam pemeriksaan yaitu dalam hal menyediakan sarana pemeriksaan, karena diperlukan sarana-sarana lain yang tidak dimiliki oleh Dispenda Kota Bogor. Contohnya: kerjasama dengan DLLAJ dan Bina Marga dalam hal pemenuhan alat-alat berat. Pencatatan juga dilakukan dengan termasuk didalamnya pengumpulan data dari pemeriksaan kantor yang dilakukan, dan menilai kelengkapan SPT. Dalam hal ini Dispenda Kota Bogor tidak melakukan perekaman, yaitu meminjam buku-buku atau catatan dokumen pendukung, karena semua dokumen yang diperlukan sudah ada di Dispenda Kota Bogor.

Hasil dari pengecekan ke lapangan akan dilakukan operasi sisir, yang termasuk di dalamnya adalah pemberian Surat Pemberitahuan kepada Wajib Pajak, kecuali Wajib Pajak yang tidak terdaftar akan langsung dilakukan pengebangan untuk billboard liar, atau pencabutan reklame lain yang tidak terdaftar. Untuk reklame yang

⁸⁰ Wawancara dengan Bapak R An An Andri, Kepala Seksi Pengendalian Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor.

kurang bayar akan diberikan Surat Teguran dari seksi Perencanaan dan Pengembangan, sebagai awal dari tindakan pelaksanaan penagihan pajak, surat ini dikeluarkan sejak 7 (tujuh) hari sejak saat jatuh tempo pembayaran. Apabila dalam waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal surat teguran diberikan, tetapi wajib pajak belum juga membayar pajak yang kurang bayar, maka akan diberikan Surat Teguran berikutnya, setelah 21 hari wajib pajak masih belum merespon juga, akan dikeluarkan Surat Paksa yang dikeluarkan oleh Seksi Bagian Pengendalian. Waktu yang diberikan setelah pemberian Surat Paksa adalah 2 x 24 jam, terhitung setelah tanggal pemberitahuan Surat Paksa maka akan langsung dilakukan penebangan reklame bagi wajib pajak yang masih "nakal". Penebangan ini disertai dengan Surat Perintah Melaksanakan Penyitaan yang diterbitkan oleh Walikota, dan operasionalnya dilakukan langsung dipimpin Seksi Pengendalian dengan Tim gabungan 5 Dinas terkait, termasuk di dalamnya:

1. Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor
2. Dinas Tata Kota Bogor
3. Dinas Bina Marga Kota Bogor
4. Dinas Lalu Lintas Angkutan Jalan Kota Bogor
5. Sat Pol PP

Tindakan pemeriksaan ini, termasuk ke dalam operasi lapangan, dimana operasi lapangan ini dilakukan 3 x seminggu untuk kain dan *banner* (reklame yang sifatnya temporer) dan 1 x sebulan untuk reklame *billboard* (reklame per tahun), operasi gabungan hanya dilakukan untuk reklame *billboard* saja, sedangkan untuk pemeriksaan lapangan reklame temporer dilakukan hanya oleh tim Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor saja. Dalam hal ini menurut peneliti seharusnya Dispenda Kota Bogor mengadakan pemeriksaan secara rutin dan berkala terhadap setiap wajib pajak

walaupun jumlah pajak terutanganya makin naik maupun makin turun, karena ada kemungkinan Wajib Pajak melakukan kecurangan dalam hal pajak reklame misalnya banyak ditemui di reklame *billboard*, ditempel stiker-stiker lain dengan produk lain yang ditempelkan di bawah *billboard*, padahal tidak pernah mengajukan izin ke Dispenda. Selain itu kasus lainnya banyak reklame seperti stiker yang ditempel di jalan-jalan tanpa melalui ijin, sehingga menurut peneliti diperlukan adanya pemeriksaan rutin untuk menghindari Wajib Pajak Reklame nakal. Padahal dari keterangan yang didapat, jika reklame masa pajaknya habis, maka harus langsung dicopot atau dilakukan penebangan untuk *billboard*. Oleh karena itu untuk reklame yang sifatnya temporer perlu dilakukan setiap hari kerja pemeriksaan. Dalam program pemeriksaan, petugas menetapkan jumlah wajib pajak yang akan diperiksa dan wajib pajak mana sajakah yang akan diperiksa berdasarkan masukkan antara lain dari Seksi 3P (Pendaftaran, Pendataan, Penetapan Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor).

Pemeriksaan yang dilakukan oleh Dispenda Kota Bogor, telah memenuhi keempat dimensi pemeriksaan yaitu pengamatan, pencatatan, perekaman dan penyelidikan. Dispenda Kota Bogor tidak perlu melakukan perekaman karena semua dokumen ada di Dispenda Kota Bogor dan penyelidikan dalam hal ini juga tidak dilakukan. Sistem *Official Assesment* yang diterapkan, membuat meminta keterangan secara lisan dari Wajib Pajak hampir tidak diperlukan lagi. Tenaga ahli hingga saat ini masih digunakan dari pihak internal, yaitu pegawai pemeriksa bagian pengendalian di Dispenda Kota Bogor, kecuali tenaga ahli yang ada kaitannya dengan sarana, misalnya untuk *lighting* dengan bagian PJU di Dinas Tata Kota.

2. Pembuatan Surat Tugas

a) Surat Tugas Untuk Melakukan Operasi Sisir

Pembuatan surat tugas meliputi beberapa tahapan setelah adanya informasi mengenai tempat atau penyelenggaraan reklame yang habis masa pajaknya. Tahapan ini antara lainnya adalah :

1. Surat tugas ini dibuat oleh Seksi Tata Usaha atas disposisi dari Kepala Seksi Pendaftaran, pendataan dan penetapan (hal ini dilakukan setelah dilakukan penelitian SKPD yang dimiliki oleh bagian Seksi Pendaftaran, pendataan dan penetapan);
2. Seksi Tata Usaha meminta nama petugas operasi kepada Seksi Perencanaan dan Pengembangan;
 - Seksi Perencanaan dan Pengembangan menyampaikan daftar nama Petugas Operasi ke seksi Tata Usaha;
 - Seksi Tata Usaha membuat surat tugas dan dikirimkan ke Kasie. Pendaftaran, Pendataan dan Penetapan untuk disetujui dan diteruskan ke Kepala Dinas untuk ditandatangani;
 - Surat tugas yang telah ditandatangani Kepala Dinas dan telah diberi nomor oleh bagian Tata Usaha diteruskan ke seksi Tata Usaha;
 - Seksi Tata Usaha mendistribusikan ke Seksi Perencanaan dan Pengembangan.

b) Surat Tugas Untuk Melakukan Operasi Lapangan

Pembuatan surat tugas untuk melakukan operasi lapangan (pemeriksaan lapangan) meliputi beberapa tahapan setelah adanya informasi mengenai tempat atau penyelenggaraan reklame yang bermasalah. Tahapan ini antara lainnya adalah :

1. Surat tugas ini dibuat oleh Seksi Pengendalian atas disposisi dari Kepala Seksi Perencanaan dan Pengembangan (daftar nama Target Operasi);
2. Seksi Tata Usaha meminta nama petugas operasi lapangan kepada Seksi Pengendalian;
 - Seksi Pengendalian menyampaikan daftar nama Petugas Operasi ke seksi Tata Usaha;
 - Seksi Tata Usaha membuat surat tugas dan dikirimkan ke Kepala Dinas untuk ditandatangani;
 - Surat tugas yang telah ditandatangani Kepala Dinas dan telah diberi nomor oleh bagian Tata Usaha diteruskan ke seksi Tata Usaha;
 - Seksi Tata Usaha mendistribusikan ke Seksi Perencanaan dan Pengembangan diteruskan ke Seksi Pengendalian

Dapat kita lihat pembuatan surat tugas melalui proses yang panjang dan berbelit-belit. Padahal suatu administrasi seharusnya dibuat dengan sederhana dalam pelaksanaan oleh aparat agar terselenggara administrasi yang baik. Pembuatan surat tugas terdiri dari 6 tahap dimana harus melalui seksi Tata Usaha, seksi Pendaftaran, Pendataan dan Penetapan dan Kepala Dinas berulang kali. Padahal prosedur tersebut dapat dipersingkat, misalnya dengan menggabungkan tahap pembuatan surat tugas dengan tahap pemberian nomor surat tugas. Selain itu untuk tahapan Surat Pemeriksaan Operasi lapangan dapat dipersingkat dengan cara langsung dari Seksi Pengendalian ke Kepala Dinas, karena kewenangan pemeriksaan lapangan ada di tangan Seksi Pengendalian. Tahap disposisi Seksi Pendaftaran, Pendataan dan Penetapan bisa digabungkan dengan tahap pengiriman surat tugas kepada Seksi Pendaftaran, Pendataan dan Penetapan untuk disetujui dan ditandatangani oleh Kepala

Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor. Peringkasan langkah ini dapat meringkas prosedur dari 6 tahap menjadi 4 tahap dan mengurangi lalu lintas surat tugas melalui Seksi Tata Usaha berulang kali. Peringkasan prosedur ini memberikan kemudahan administrasi pajak dan mendukung keberhasilan reformasi pajak, karena salah satu ukuran keberhasilan reformasi pajak adalah *simplification*, yaitu proses yang meringankan beban administrasi pajak dari suatu proses prosedur perpajakan yang rumit dan berbelit menjadi lebih sederhana. Durasi pembuatan surat tugas menurut Bpk. An An seorang staf Seksi Pengendalian, memakan waktu paling cepat 2 hari apabila Kepala Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor berada di tempat sehingga dapat langsung ditandatangani, namun pada kenyataannya sering surat tugas baru selesai dalam tempo 2-5 hari waktu kerja sehingga dapat memperlama jalannya pemeriksaan.

3. Persiapan Pemeriksaan

- a. Mempelajari berkas Wajib Pajak. Dengan mempelajari berkas Wajib Pajak, khususnya tentang data-data tentang usaha Wajib Pajak serta pelaksanaan kewajiban Pajak Reklame secara umum, petugas pemeriksa setidaknya sudah memiliki gambaran mengenai Wajib Pajak yang akan diperiksa.
- b. Menganalisa SPTPD Wajib Pajak. Tahap ini dilakukan dengan tujuan untuk menentukan hal-hal apa sajakah yang harus diperhatikan ketika melakukan pemeriksaan. Tujuan lainnya yaitu agar pemeriksa dapat menentukan perkiraan-perkiraan yang akan menjadi prioritas pemeriksaan.
- c. Mengidentifikasi masalah. Masalah dapat diidentifikasi apabila petugas pemeriksa telah melakukan langkah mempelajari berkas dan analisis SPTPD. Dengan temuan-temuan yang didapat dalam dua langkah sebelumnya tersebut petugas pemeriksa dapat lebih fokus memeriksa masalah/dokumen.

- d. Melakukan pengenalan lokasi. Pada tahap ini oleh petugas Operasi Sisir dibawah naungan Seksi Perencanaan dan Pengembangan, mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan reklame Wajib Pajak.
- e. Menentukan ruang lingkup pemeriksaan. Tahap ini diadakan dengan maksud agar pemeriksa dapat menentukan arah pemeriksaan secara tepat. Dasar untuk menentukan ruang lingkup ini adalah hasil penelaahan yang telah dilakukan di langkah-langkah sebelumnya oleh Seksi Perencanaan dan Pengembangan yang termasuk di dalamnya 5 Dinas terkait yang telah disebutkan sebelumnya. Menurut Bapak An An, seksi Pengendalian Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor pemeriksaan untuk Billboard biasanya dilakukan 1 bulan sekali dengan target operasi yang telah didapat dari Seksi Perencanaan dan Pengembangan.
- f. Menyusun program kerja pemeriksaan. Program kerja pemeriksaan yang dimaksud disini adalah suatu daftar prosedur pemeriksaan yang akan dilakukan oleh pemeriksa dalam suatu pemeriksaan. Sedangkan prosedur pemeriksaan adalah langkah-langkah pemeriksaan atau pengujian yang dilakukan terhadap objek yang diperiksa. Prosedur pemeriksaan memiliki bentuk bermacam-macam sesuai dengan jenis reklame yang diperiksa. Berikut adalah contoh dari prosedur pemeriksaan :
1. Pastikan bahwa penyelenggaraan reklame yang diperiksa telah habis masa pajaknya untuk reklame yang terdaftar;
 2. Melakukan pemeriksaan apakah terdapat reklame yang tidak terdaftar di lapangan;.
- g. Menyediakan sarana pemeriksaan. Sarana pemeriksaan yang perlu dipersiapkan antara lain adalah tanda pengenal pemeriksa, surat tugas, surat pemberitahuan tentang pemeriksaan, sarana lain seperti alat berat yang

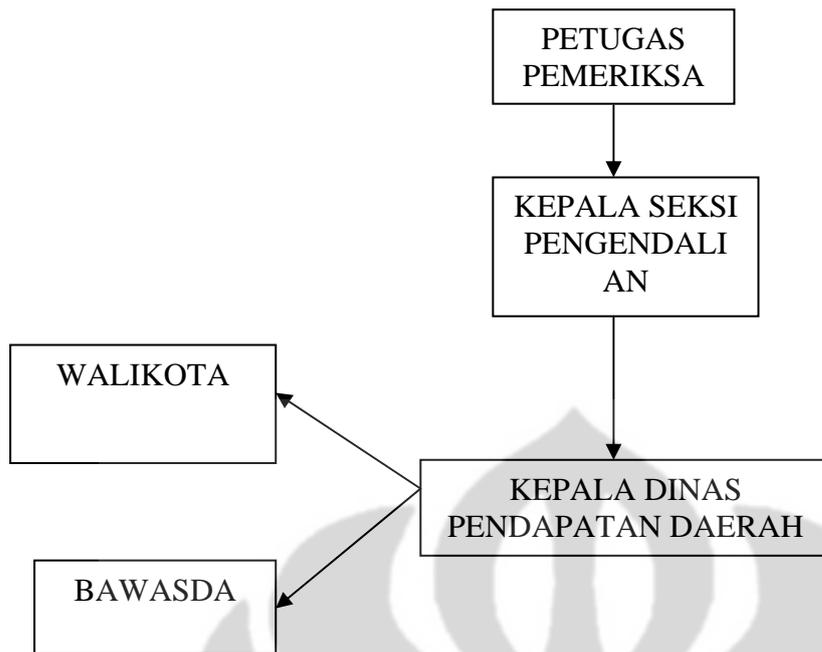
diperlukan untuk melakukan eksekusi reklame yang masuk dalam target operasi. Alat berat ini didapat dengan adanya kerja sama dengan Bina Marga. Sarana lain PJU dari Dinas Tata Kota Bogor terkait dengan reklame Billboard yang menggunakan lighting, karena Dispenda tidak mungkin melakukannya sendiri, maka diperlukan tenaga ahli dalam hal ini,

4. Tindak Lanjut Pemeriksaan.

Setelah seluruh persiapan pemeriksaan dilakukan dengan lengkap maka selanjutnya, maka selanjutnya adalah pemeriksaan itu sendiri. Tempat pelaksanaan pemeriksaan pajak reklame adalah lapangan tempat reklame tersebut berdiri, selain itu pemeriksaan dokumen-dokumen Wajib Pajak dilakukan di kantor. Setelah pemeriksaan dari SPTPD dilakukan dikantor, dan diketahui masa pajaknya habis, maka dilakukan operasi lapangan. Pertama data diberikan oleh Seksi Pendaftaran, Pendataan dan Penetapan kepada Seksi Perencanaan dan Pengembangan. Seksi Perencanaan dan Pengembangan dengan tim operasi sisir akan mengecek ke lapangan. Apabila kepada Wajib Pajak yang masa pajaknya habis tapi telah diberi surat peringatan 1-3, tetap tidak mendapat respon, nama Wajib Pajak akan diserahkan kepada Seksi Pengendalian untuk dilakukan pemeriksaan dan eksekusi reklame ke lapangan. Termasuk di dalamnya Wajib Pajak reklame yang memang tidak terdaftar akan langsung dicopot reklamennya.

6. Laporan Hasil Pemeriksaan

Setelah pemeriksaan dilakukan, petugas pemeriksa atau disebut Tim Operasi Lapangan wajib membuat Laporan Hasil Pemeriksaan. Laporan hasil pemeriksaan tersebut kemudian didistribusikan. Alur distribusi laporan hasil pemeriksaan itu sendiri adalah sebagai berikut :



Gambar IV.3
ALUR DISTRIBUSI LAPORAN HASIL PEMERIKSAAN

Sumber : Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor 2008

Petugas Operasi Lapangan setelah melakukan pemeriksaan lapangan wajib membuat Laporan Hasil Pemeriksaan sebagai bukti telah dilakukannya pemeriksaan kepada Wajib Pajak dan reklame mana saja yang telah dieksekusi. Selanjutnya Laporan Hasil Pemeriksaan diberikan kepada Kepala Seksi Pengendalian untuk dianalisa dan bila analisa telah selesai Laporan Hasil Pemeriksaan akan didistribusikan kepada Kepala Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor untuk disetujui dan ditandatangani dan didistribusikan lagi ke bagian *Asset* bagi reklame yang telah dieksekusi akan disita, dan disimpan selama 6 bulan. Jika Wajib Pajak tidak menebusnya selama 6 bulan, dengan membayar pajak kurang bayar dan denda

yang ditetapkan yaitu sebesar 2%. Pengawasnya ada di bawah BAWASDA (Badan Pengawasan Daerah) bukan di bawah Dinas Pendapatan Daerah lagi.

4.1.1 Aparat Pemeriksa

4.1.1.1. Jumlah Aparat Pemeriksa

Saat ini terdapat 7 orang staf pemeriksa pada subdinas Pengendalian Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor. Dalam melaksanakan tugasnya, Seksi Pengendalian Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor ini dibantu oleh Dinas Tata Kota Bogor, Dinas Bina Marga Kota Bor, Dinas Lalu Lintas Angkutan Jalan dan Sat Pol PP. Pemeriksaan dilakukan minimal 3 x Seminggu untuk pemeriksaan reklame kain, sedangkan 1 x sebulan untuk reklame *billboard*.

4.1.2.2. Pendidikan Aparat Pemeriksa

Pendidikan pegawai Subdinas Pengendalian terdiri dari berbagai tingkatan pendidikan. Dari jumlah tim dalam seksi pengendalian terdapat 7 orang diantaranya : 4 orang lulusan SMA, 2 orang lulusan S1, dan 1 orang lulusan S2.

Tabel IV.3
SUMBER DAYA MANUSIA BERDASARKAN JABATAN PADA
SUB DINAS PENGENDALIAN
DINAS PENDAPATAN DAERAH KOTA BOGOR

Jabatan	Pendidikan	Jumlah Orang
Kepala Seksi Pengendalian - Staf Seksi Pengendalian	S 2 Manajemen	1
	-S 1 Ekonomi	2
	-SMEA	4
Jumlah		7

Sumber : Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor 2008

4.1.3 Sanksi

4.1.3.1 Sanksi terhadap Aparat Pemeriksa

Sanksi bertujuan untuk meningkatkan dan menjaga disiplin pegawai Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor. Penerapan sanksi diatur oleh Peraturan Pemerintah No. 30 tahun 1980 tentang Peraturan Disiplin Pegawai Negeri Sipil Presiden Republik Indonesia. Peraturan tersebut mengatur kewajiban, larangan, dan sanksi apabila kewajiban tidak ditaati atau larangan dilanggar oleh PNS (lihat lampiran). Berikut ini disajikan pada tabel mengenai tingkat dan jenis hukuman untuk Pegawai Negeri Sipil (PNS) :

Tabel IV.4
TINGKAT DAN JENIS HUKUMAN DISIPLIN PEGAWAI NEGERI SIPIL

No.	Tingkat Hukuman Disiplin	Jenis hukuman Disiplin
1.	Ringan	a. teguran lisan b. teguran tertulis c. pernyataan tidak puas secara tertulis
2.	Sedang	a. penundaan kenaikan gaji berkala paling lama untuk 1 (satu) tahun b. penurunan gaji sebesar 1 (satu) kali kenaikan gaji berkala untuk paling lama 1 (satu) tahun c. penundaan kenaikan pangkat untuk paling lama 1 (satu) tahun
3.	Berat	a. penurunan pangkat pada pangkat yang setingkat lebih rendah untuk paling lama 1 (satu) tahun. b. Pembebasan dari jabatan c. Pemberhentian dengan hormat tidak atas permintaan sendiri sebagai PNS d. Pemberhentian tidak dengan hormat sebagai PNS

Sumber : Peraturan Pemerintah No.30 /1980 tentang Peraturan Disiplin Pegawai Negeri Sipil

Peraturan Pemerintah No. 30 tahun 1980 tentang Peraturan Disiplin Pegawai Negeri Sipil menjelaskan mengenai tingkat hukuman yang terbagi ke dalam tingkat ringan, sedang, dan berat serta jenis hukuman yang dikenakan berdasar tingkat masing-masing. Namun peraturan tersebut hanya menjelaskan hal-hal yang wajib dilakukan dan yang tidak boleh dilakukan oleh pegawai dan tidak menjelaskan secara rinci pelanggaran-pelanggaran seperti apa yang termasuk ke dalam kategori tingkat hukuman ringan, sedang, dan berat.

Dalam hal pemeriksaan, Petugas Operasi lapangan mempunyai kewajiban-kewajiban yang harus diikuti berkaitan dengan kerahasiaan informasi yang berkaitan dengan wajib pajak reklame dan dilarang untuk memberitahu kepada pihak lain yang tidak ada hubungannya dalam pemeriksaan pajak reklame. Jenis hukuman yang sudah pernah dikenakan terhadap pegawai Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor hanya

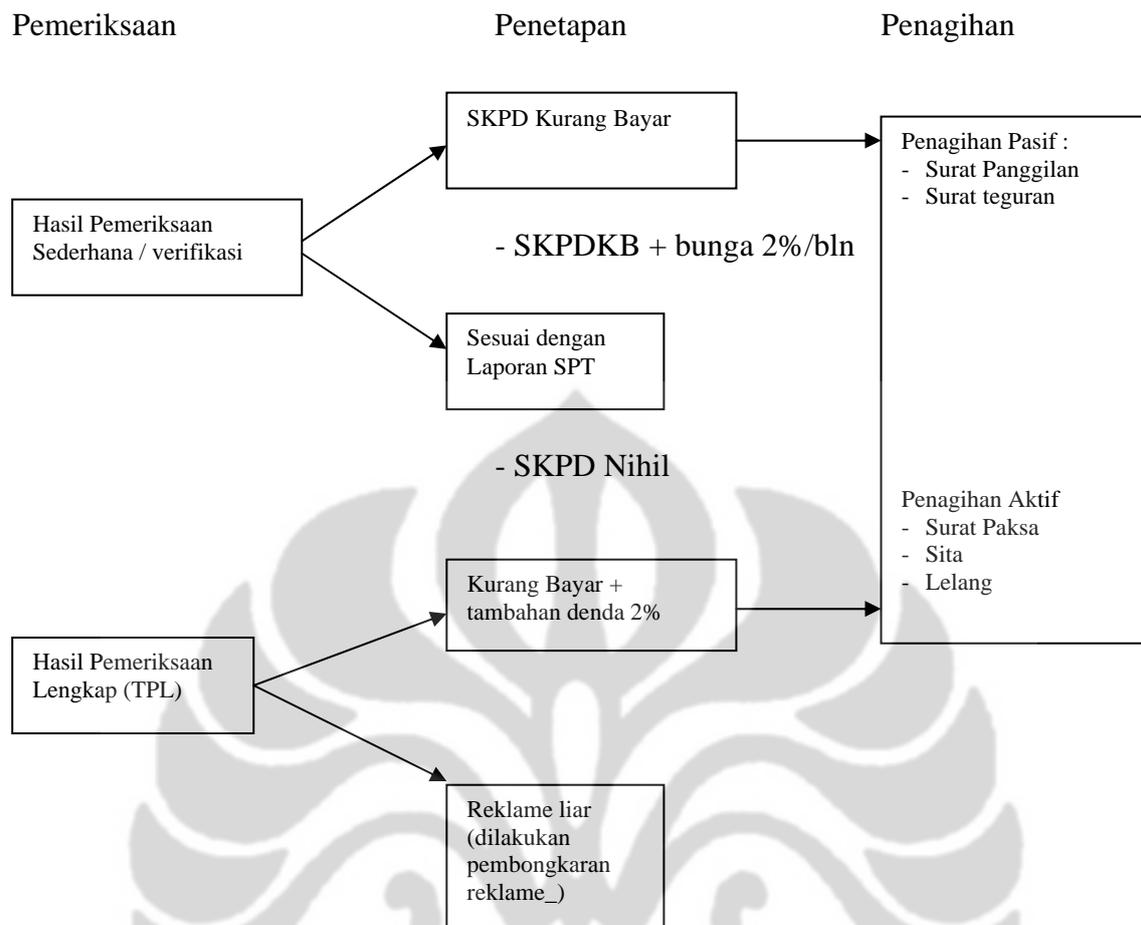
berupa jenis hukuman ringan. Menurut Bapak An An dari seksi Pengendalian Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor, jenis hukuman yang diterapkan terhadap petugas pemeriksa Dinas Pendapatan daerah Kota Bogor berupa teguran lisan dan tertulis. Tingkat hukuman sedang dan berat hingga saat ini belum dikenakan pada petugas pemeriksa karena penerapan peraturan terhadap disiplin pegawai yang ketat. Tetapi jika masih terjadi pelanggaran walaupun diberikan teguran lisan dan tertulis, maka akan dikenakan hukuman yang lebih berat yaitu diturunkan dari jabatannya, bahkan yang lebih berat lagi akan dikeluarkan dari Dinas Pendapatan Daerah.

4.1.3.2 Sanksi terhadap Wajib Pajak Reklame

Kegiatan pemeriksaan dilakukan untuk menguji dan mengontrol wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakan. Melalui kegiatan pemeriksaan, Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor dapat menemukan wajib pajak yang patuh dan lalai dalam melaksanakan kewajiban perpajakan tersebut baik disengaja maupun tidak disengaja. Dalam melaksanakan pemeriksaan Pajak Reklame, diperlukan kerjasama dari Wajib Pajak juga, karena pelaksanaan pemeriksaan tidak dapat dihalang-halangi walaupun wajib pajaknya tidak dapat hadir pada saat pemeriksaan dapat diwakilkan oleh kuasa dan atau pegawainya. Namun di lapangan dapat saja terjadi kondisi wajib pajak tidak membantu kelancaran kegiatan pemeriksaan. Dari hasil wawancara dengan Bapak An An dan Ibu Rieke, seksi Pengendalian dan Seksi Perencanaan dan Pengembangan Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor ditemukan ada beberapa wajib pajak reklame yang nakal, seperti tidak mendaftarkan reklamenya tetapi langsung memasang tanpa izin dari Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor. Beberapa kecurangan lain yang dilakukan oleh Wajib Pajak adalah melakukan perpanjangan reklame yang telah habis masa pajaknya, tetapi tidak sesuai dengan reklame

sebelumnya. Misalnya tadinya hanya terdapat satu reklame kain, atau reklame billboard, tetapi ada penambahan reklame yang tidak didaftarkan saat melakukan pembayaran perpanjangan, yang dapat menyebabkan berkurangnya potensi pendapatan reklame.

Sanksi yang berlaku jika ternyata ditemui wajib pajak yang kurang bayar, padahal masa pajaknya sudah melewati batas waktu yang ditentukan akan dikenakan denda sebesar 2%, berupa denda administrasi. Denda sebesar 2% per bulan dihitung dari jumlah pajak belum atau kurang bayar. Denda ini sesuai dengan Peraturan Daerah Kota Bogor Nomor 2 Tahun 2006 tentang Pajak reklame (Lembaran Daerah Kota Bogor Tahun 2006 Nomor 1 Seri B, Tambahan Lembaran daerah Kota Bogor Nomor 1). Berbeda dengan Wajib Pajak yang diberi surat pemberitahuan pertama dari seksi Perencanaan dan Pengembangan Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor, tetapi masih tidak direspon, akan diberikan hingga surat teguran ketiga dari seksi Pengendalian dan langsung dilakukan pembongkaran reklame. Untuk reklame kain akan disimpan di Dinas Pendapatan daerah Kota Bogor, sedangkan reklame billboard akan disita. Hasil dari penyitaan reklame akan disimpan di bagian aset dibawah pengawasan BAWASDA (Badan Pengawasan Daerah). Wajib Pajak yang tidak membayar denda untuk reklame yang disita, setelah 6 bulan maka reklame tersebut besi-besinya akan dilelang. Otomatis bagi penyelenggara reklame yang nakal akan di *blacklist* oleh Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor.



Gambar IV.4
MEKANISME KEGIATAN PENETAPAN PAJAK

Sumber: Diolah dari Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor tahun 2008 dan Lembar Daerah Kota Bogor Tahun 2006 Nomor 1 Seri B Peraturan Daerah Kota Bogor Nomor 2 Tahun 2006

Dari bagan diatas maka dapat diuraikan Wajib Pajak yang karena kealpaanya tidak menyampaikan SPTPD atau mengisi dengan tidak benar atau tidak lengkap dalam hal ini pajak yang terutang tidak atau kurang dibayar setelah lewat waktu paling lama 30 (tiga puluh) hari sejak SKPD diterima, dikenakan sanksi administrasi berupa bunga sebesar 2% (dua persen) sebulan ditagih dengan menerbitkan STPD. Apabila kewajiban untuk membayar pajak terutang dalam SKPDKB dan SKPDKBT tidak sepenuhnya dibayar dalam jangka waktu yang telah ditentukan,

ditagih dengan menerbitkan STPD ditambah dengan sanksi administrasi berupa bunga 2% (dua persen) sebulan.

B. Implikasi dari penerapan pemeriksaan Pajak Reklame terhadap pendapatan

Pajak Reklame

Hasil penerapan pemeriksaan pajak reklame menyebabkan adanya eksekusi reklame. Berikut adalah data reklame yang telah dieksekusi tahun 2007 dan 2008 adalah sebagai berikut:

Tabel IV.5

DAFTAR HASIL PENERTIBAN REKLAME BILLBOARD DAN KAIN TAHUN 2007-2008

No	Keterangan	Billboard	Kain
1	Tahun 2007	157	11.346
2	Januari s/d Maret 2008	42	
		199	

Kegiatan Pemeliharaan dan Penertiban reklame dengan anggaran sebesar Rp. 250.000.000,- sampai dengan 31 Desember 2007 terealisasi sebesar Rp 245.570.500,- (98,23%). Kegiatan Pemeliharaan dan Penertiban reklame bertujuan agar dapat memelihara panggung reklame dan tertibnya pemasangan reklame di Kota Bogor, kegiatannya berupa pemeliharaan 8 panggung reklame dan penertiban reklame Kain 120 kali dalam 1 tahun serta penertiban reklame *Billboard* 12 kali dalam 1 tahun dan hasilnya jumlah reklame Kain yang ditertibkan sampai dengan 31 Desember 2007 sebanyak 11.346 buah dari target 9600 buah/tahun dan reklame *Billboard* sebanyak 157 buah dari target sebanyak 82 buah/tahun. Adapun jumlah Wajib Pajak Reklame

Dalam Sarana dan Luar Sarana adalah sebagai berikut:

Tabel IV.6

**JUMLAH WAJIB PAJAK REKLAME
DALAM SARANA DAN LUAR SARANA
TAHUN 2006**

No	Bulan	Jumlah Wajib Pajak	Jumlah Reklame
1	Januari	71	156
2	Februari	65	146
3	Maret	108	259
4	April	100	193
5	Mei	116	238
6	Juni	99	496
7	Juli	117	239
8	Agustus	99	263
9	September	147	306
10	Oktober	119	227
11	November	262	565
12	Desember	179	380
13	Total	1482	3468

Tabel IV.7

**JUMLAH WAJIB PAJAK REKLAME
DALAM SARANA DAN LUAR SARANA
TAHUN 2007**

No	Bulan	Jumlah Wajib Pajak	Jumlah Reklame
1	Januari	115	127
2	Februari	104	155
3	Maret	128	274
4	April	152	362
5	Mei	155	314
6	Juni	228	228
7	Juli	250	250
8	Agustus	279	281
9	September	185	273
10	Oktober	289	302
11	November	242	285
12	Desember	215	233
13	Total	2342	3084

Sumber : Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor 2008

Dari tabel jumlah Wajib Pajak Reklame dalam sarana dan luar sarana dapat kita lihat jumlah wajib pajak dengan reklame yang ada tidak seimbang atau tidak sama besarnya hal ini disebabkan satu Wajib Pajak biasanya memiliki lebih dari satu macam reklame. Data ini menunjukkan besarnya potensi pajak reklame sebagai Pendapatan Asli Daerah Kota Bogor. Tetapi hal ini menjadi kekhawatiran tersendiri, karena belum tentu semua reklame yang ada terdaftar, sehingga diperlukan adanya pengawasan yang ketat dari aparat pemeriksaan, walaupun sistem pajak reklame ini menganut *official assesment*.

4.2 Kepatuhan Wajib Pajak

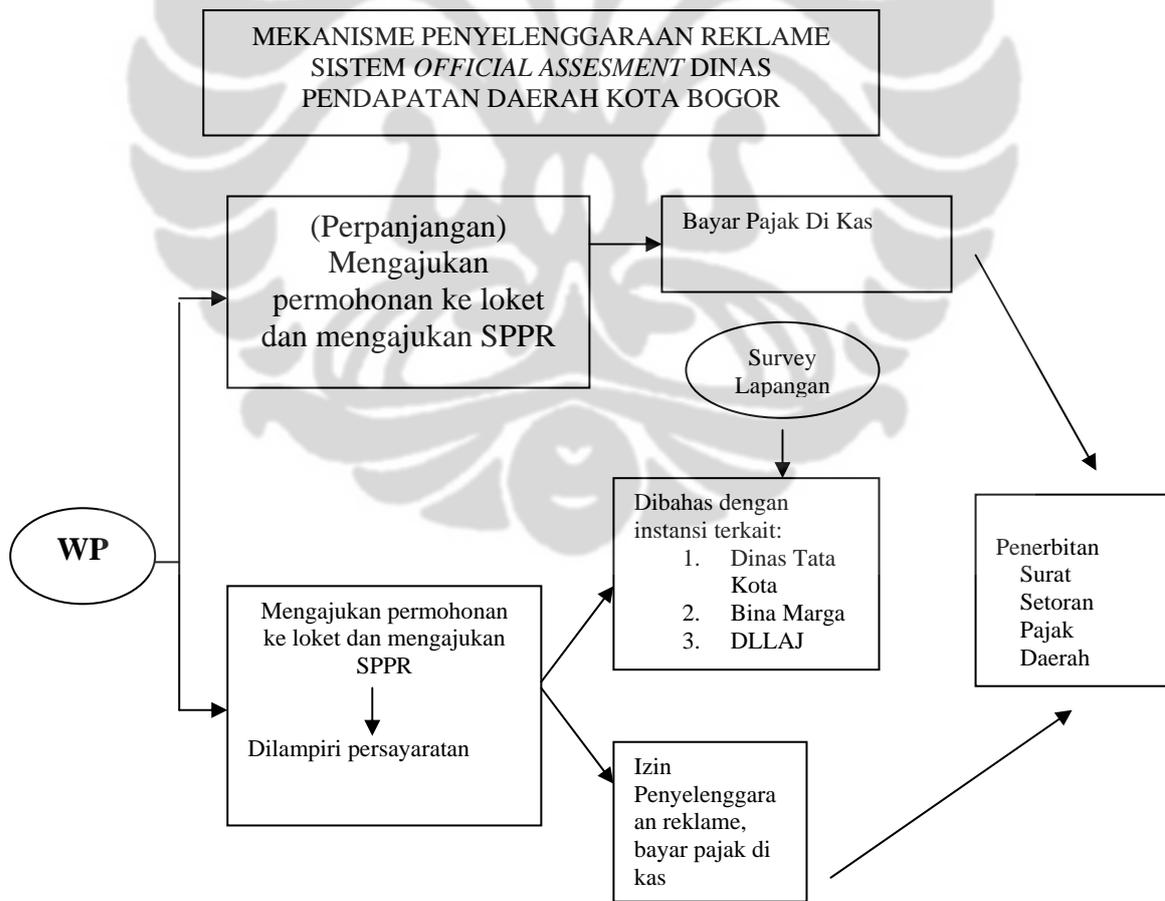
Kepatuhan Wajib Pajak reklame dapat diukur dari tiga hal, yaitu mendaftarkan diri sebagai wajib pajak reklame. Membayar pajak reklame yang terutang sesuai dengan jumlah terutang, dan melaporkan SPTPD dengan baik dan jujur. Terakhir menyampaikannya tepat waktu dalam hal ini sebagai bukti bahwa wajib pajak telah menyelesaikan kewajibannya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

4.2.1 Mendaftarkan Diri

Mendaftarkan diri adalah kewajiban pertama yang harus dilakukan oleh seorang wajib pajak apabila objek atau dalam hal ini reklame yang diseleggarakannya termasuk dalam reklame *temporary* atau *permanent*. Mendaftarkan diri sebagai wajib pajak reklame merupakan ukuran utama dalam menilai kepatuhan wajib pajak karena di lapangan masalah utama yang ada adalah wajib pajak yang tidak mendaftarkan suatu penyelenggaraan reklame. Di lapangan masih banyak ditemui reklame liar, yang tidak terdaftar di Dispenda Kota Bogor.

Mendaftarkan diri sebagai wajib pajak reklame yaitu melalui permintaan izin penyelenggaraan reklame. Ada tiga cara Wajib Pajak mendaftarkan diri sebagai wajib pajak reklame, yaitu : pertama, WP secara sadar datang mendaftar ke sub dinas

pendaftaran, Pendataan dan Penetapan (3P), kedua, sebagai hasil pendataan petugas di lapangan dilakukan survey apakah data yang didapat petugas di bagian PAD sama dengan di lapangan, ketiga, pertimbangan tim lapangan . Setelah mendaftarkan diri sebagai wajib pajak reklame barulah wajib pajak tersebut mendapatkan izin penyelenggaraan reklame. Terhadap Wajib Pajak yang menyelenggarakan reklame maka mendaftarkan diri sebagai wajib pajak reklame melalui permintaan penerbitan izin penyelenggaraan reklame. Dalam hal pendaftaran dan penerbitan izin menyelenggarakan reklame, ada 4 instansi yang terlibat yaitu Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor, Dinas Tata Kota Bogor, Dinas Bina Marga dan DLLAJ. Secara diagram mekanisme penyelenggaraan pajak reklame yang menggunakan sistem pemungutan *Official Assessment* sebagaimana bagan berikut :



Gambar IV.5

Sumber : Olahan Penelitian Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor 2008

Hasil penelitian yang ditemukan dalam rangka mengukur tingkat kepatuhan Wajib Pajak Reklame ditemukan jumlah denda secara keseluruhan sampai dengan Desember 2007 adalah Rp. 138.437.704,- sedangkan dari Januari 2008 sampai dengan bulan Juni 2008 denda reklame adalah Rp. 76.788.868,-. Jumlah reklame tahun 2008 sampai dengan bulan Juni, jika dibandingkan dengan denda reklame bulan Juni tahun 2007, adalah sebagai berikut:

Tabel IV.8
DENDA WAJIB PAJAK
JANUARI-JUNI 2007

Bulan	Jumlah Denda
Januari	3.201.950
Februari	6.813.855
Maret	1.910.419
April	10.096.699
Mei	6.462.129
Juni	2.907.691

(Dalam rupiah)

Sumber: Olahan Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor 2008

Total jumlah denda sampai dengan bulan Juni tahun 2007, Rp. 31.392.74,- jika dibandingkan di bulan Januari-Juni 2008, yaitu Rp. 76.788.868,- berarti terjadi peningkatan jumlah denda. Wajib pajak yang semakin nakal dengan meningkatnya jumlah denda membuat kinerja pemeriksaan Dispenda Kota Bogor harus semakin ketat. Denda ini baru diberlakukan sejak tahun 2007, karena sejak dialihkan dari pihak ketiga kepada Dispenda Kota Bogor, peraturan mengenai denda ini diabaikan, sehingga Wajib Pajak bisa lebih mudah untuk melakukan kecurangan. Dengan adanya peningkatan denda berarti menandakan pemeriksaan pajak reklame di Kota Bogor semakin efektif.

Pemeriksaan Pajak Reklame pada akhirnya akan mempengaruhi penerimaan pajak reklame. Penerimaan Pajak Reklame dalam kurun waktu 4 tahun terakhir tidak tetap. Hal ini dapat dilihat dari data target pajak reklame dan realisasi yang tidak stabil. Dari data yang didapat tahun 2007, Pajak Reklame dengan target Rp. 7.087.950.000 mencapai angka realisasi Rp. 7.669.278.710, 108,20%. Dapat dikatakan tingkat kepatuhan wajib pajak mengalami peningkatan di tahun 2007, dalam jumlah pendaftaran, pembayaran dan jumlah pajak reklame yang dilaporkan setiap tahunnya dengan asumsi bahwa di atas 100 % wajib pajak reklame yang membayar, kepatuhan wajib pajak tinggi. Namun karena pajak reklame masih mempunyai potensi yang besar sebagai pendapatan asli daerah yang dapat diandalkan, maka intensifikasi pelaksanaan pemeriksaan terhadap pajak reklame penting dan jangan sampai berkurang kualitas maupun kuantitasnya sehingga di masa depan pendapatan pajak reklame semakin meningkat dan tidak melakukan pelanggaran kewajiban perpajakan reklamenya. Pengelolaan pendapatan daerah dilakukan dengan evaluasi Penerimaan Pendapatan Daerah secara berkala setiap bulan dan penjarangan Wajib Pajak baru melalui sosialisasi pajak daerah. Tetapi kenaikan pendapatan pajak reklame tidak memenuhi angka target yang direncanakan. Sehingga dapat dikatakan kurang optimalnya pemeriksaan pajak reklame dalam rangka meningkatkan pendapatan pajak reklame. Salah satu hal lain sesuai yang didapat dari hasil wawancara dengan Pak An An andri Hikmat mengenai jumlah WP yang didenda:

” Wah hampir tidak ada yang denda, jumlahnya di bawah 1%, karena pemeriksaan kita ketat sekali, untuk spanduk, tiap hari diperiksa, sedangkan billboard sebagai contoh : Billboard AXIS ditebang di daerah pajajaran minggu besok pada saat pemeriksaan besar karena melanggar pemasangan. Tapi dengan begitu WP lebih patuh, dapat dihindari WP nakal.”⁸¹

⁸¹ Berdasarkan hasil wawancara dengan R An An Andri Hikmat AP, MM, Kepala Seksi Pengendalian Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor, pada hari Jum'at 16 Mei 2008, pukul 10.30 WIB.

Dalam hal ini salah satu Billboard AXIS, ditebang dikarenakan jarak pemasangannya ternyata melebihi 10meter, dari survey yang sudah dilakukan. Ternyata pihak ketiga penyelenggara nakal, sehingga Dispenda akan melakukan eksekusi. Akibat dari pemeriksaan yang dilakukan menyebabkan wajib pajak menjadi lebih patuh. Untuk reklame kain, spanduk saja dilakukan eksekusi setiap harinya. Tindakan tegas dilakukan pada billboard AXIS yang baru dipasang 1 minggu karena menyalahi peraturan yang telah ditetapkan. Jumlah denda yang ternyata 1% dari seluruh total pendapatan pajak reklame, ternyata masih menyebabkan kenaikan jumlah denda pajak reklame di tahun 2008, oleh karena itu potensi pajak reklame di Kota Bogor perlu dibarengi dengan pemeriksaan pajak reklame, agar pendapatan pajak reklame menjadi optimal dan target pajak reklame bisa terpenuhi.