

## Analisis implementasi pajak reklame berdasarkan Peraturan Daerah No. 2 tahun 2011 (Studi pada Badan Pendapatan Daerah Kota Manado)

# Riset Akuntansi dan Portofolio Investasi

Volume 2 Nomor 2 2024  
Hal. 107-117  
DOI: 10.58784/rapi.136

### Josua Jonathan Siahaan

Corresponding author:  
[josuasiahaan064@student.unsrat.ac.id](mailto:josuasiahaan064@student.unsrat.ac.id)  
Sam Ratulangi University  
Indonesia

### Jessy D. L. Warongan

Sam Ratulangi University  
Indonesia

### Steven J. Tangkuman

Sam Ratulangi University  
Indonesia

Received 24 May 2024

Revised 16 June 2024

Accepted 19 June 2024

Published 19 June 2024

### ABSTRACT

Advertising tax is a fee that must be paid to obtain a license to organize advertising. The purpose of this study is to analyse the implementation of local regulations on local taxes that deal with advertising tax. The research method is qualitative. Data sources are primary and secondary data. The data collection procedure uses interview, observation, and documentation methods. The findings of this study show. (1) The identification of the name, object, subject and taxpayer is in accordance with the Regional Regulation No. 2 of 2011. (2) The determination of the amount of tax due for each advertising tax payer was based on the calculations provided for in Regional Regulation No. 2 of 2011, i.e. at a rate of 25% of the amount of payments made by the tax payer. (3) The Regional Tax Invoice Letter was issued in accordance with Regional Regulation No. 2 of 2011. (4) The collection of the advertising tax has been established in accordance with the Regional Regulation No. 2 of 2011.

Keywords: tax payer; local tax; advertising tax; tax invoice letter

JEL Classification: H21; H25

©2024 Josua Jonathan Siahaan, Jessy D. L. Warongan, Steven J. Tangkuman



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

### 1. Pendahuluan

Undang-undang tentang Pemerintah Daerah yang mengatur otonomi daerah termasuk pendanaan melalui desentralisasi fiskal, menjadi dasar yang mendorong Pemerintah Daerah untuk mengatur dan mengoptimalkan kemampuan daerah dalam hal penerimaan daerah, diantaranya melalui pajak daerah (Pratiwi et al., 2022; Milwarni et al., 2024). Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2022, pajak daerah adalah

kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Pajak yang diberikan oleh masyarakat kepada pemerintah daerah, yang kemudian akan digunakan untuk kepentingan pemerintahan dan kepentingan umum suatu daerah itu sendiri.

Pajak Reklame merupakan salah satu pajak daerah dan menjadi sumber pendapatan daerah guna membiayai penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan daerah dalam melaksanakan pelayanan kepada masyarakat serta mewujudkan kemandirian daerah (Indrihastuti dan Amaniyah, 2021). Reklame merupakan sarana bagi perusahaan untuk mempromosikan barang dan jasa dengan tujuan memperkenalkan dan menarik minat pembeli atas barang dan jasa tersebut (Putri et al., 2024; Irawan, 2021; Muhaimin et al., 2019). Penerapan Pajak Reklame memiliki masalah antara lain masih adanya reklame yang terpasang tanpa ijin pemasangan dari pemerintah kota ataupun reklame yang perijinannya sudah mati, reklame ilegal, reklame terpasang tidak sesuai titik dan standar keamanan dan reklame yang tidak membayar pajak (Yunita dan Yuliandi, 2021).

Pada tahun 2017 target Pajak Reklame Kota Manado sebesar Rp 7.750.000.000,00 dengan realisasi sebesar Rp 7.842.596.559,00 dengan persentase 101,19%, tahun 2018 target Pajak Reklame Kota Manado sebesar Rp 8.000.000.000,00 dengan realisasi sebesar Rp 8.303.122.061,00 dengan persentase 103,79%, tahun 2019 target Pajak Reklame Kota Manado sebesar Rp 8.020.000.000,00 dengan realisasi sebesar Rp 8.652.854.782,00 dengan persentase 107,89%, dan tahun 2020 target Pajak Reklame Kota Manado sebesar Rp 5.000.000.000,00 dengan realisasi sebesar Rp 4.713.192.370,00 dengan persentase 94,26%, Penerimaan Pajak Reklame Kota Manado paling rendah tahun 2020 dengan realisasi sebesar Rp 4.713.192.370,00 Penyebab realisasi dari Pajak Reklame Kota Manado tidak sesuai dengan target yang telah ditentukan pada tahun 2020 karena dampak pandemi Covid-19 yang berimbas pada penutupan usaha tahun 2020, hal ini pun terjadi juga di daerah lain di Indonesia (Wijayanah dan Basuki, 2021). Hasil analisis beberapa penelitian

terkait kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) menunjukkan persentase yang rendah di beberapa daerah (Safitri, 2021; Sari dan Diatmika, 2022)

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2011 tentang Pajak Daerah pada Badan Pendapatan Daerah Kota Manado, khususnya pajak reklame. Hal ini dimotivasi oleh isu kepatuhan wajib pajak yang merupakan tantangan yang dialami sebagian besar instansi pendapatan. Tingkat kepatuhan wajib pajak berpengaruh terhadap penerimaan daerah dan dipengaruhi oleh faktor-faktor antara lain tarif, dan denda (Wijayanah dan Basuki, 2021), di mana factor-faktor ini diatur dalam Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2011.

## 2. Tinjauan pustaka

### *Pajak Daerah*

Pajak daerah adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran masyarakat. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009, jenis Pajak Reklame merupakan jenis Pajak Kabupaten/Kota. Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat dan/atau dinikmati oleh umum. Setiap penyelenggaraan reklame dipungut pajak dengan nama Pajak Reklame.

Objek Pajak adalah semua penyelenggaraan reklame. Menurut Peraturan Daerah Kota Manado Nomor 2 Tahun 2011, Objek Pajak Reklame adalah semua penyelenggara reklame, yang meliputi a). reklame papan/

billboard/videotron/megatron dan sejenisnya; b). Reklame kain; c) Reklame melekat, stiker; d). Reklame selebaran; e). Reklame berjalan, termasuk pada kendaraan; f). Reklame udara; g). Reklame apung; h). Reklame suara; i) Reklame film/slide; dan; j). Reklame peragaan. Subjek Pajak adalah istilah dari dalam peraturan perundang-undangan perpajakan untuk perorangan (pribadi) atau organisasi (kelompok) berdasarkan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku (Sihombing dan Sibagariang, 2020). Subjek Pajak Reklame adalah Orang Pribadi atau Badan yang menggunakan reklame. Wajib Pajak adalah orang pribadi atau badan, meliputi pembayar pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak, yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan (Budiman et al., 2019). Wajib Pajak Reklame adalah Orang Pribadi atau Badan yang menyelenggarakan reklame.

Tarif Pajak Reklame ditetapkan sebesar 25 % (dua puluh lima persen). Dasar pengenaan Pajak Reklame adalah Nilai Sewa Reklame. Perhitungan Nilai Sewa Reklame adalah sebagai berikut  
$$NSR = NJOP \times NSL$$

NSR : Nilai Sewa Reklame  
NJOP : Nilai Jual Objek Pajak  
NSL : Nilai Strategis Wilayah

Nilai Strategis Lokasi (NSL) dihitung dengan memperhatikan nilai kawasan + Nilai Sudut Pandang + Nilai Kelas Jalan + Nilai Ketinggian.

### 3. Metode riset

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang meliputi analisis dan pemahaman mengenai perilaku dan proses sosial masyarakat yang spesifik dan teratur sebagai misinya, menekankan pada proses dan makna yang tidak dikaji secara ketat dari sisi kuantitas, jumlah, intensitas, atau frekuensinya (Kusumastuti dan Khoiron, 2019).

Penelitian kualitatif menekankan pada bagaimana peneliti memahami dan menafsirkan makna peristiwa, interaksi, maupun tingkah subjek dalam situasi tertentu menurut perspektif peneliti (Fiantika et al., 2022). Informan penelitian merupakan seseorang yang memiliki pengetahuan dan pengalaman yang dibutuhkan peneliti, memahami objek penelitian dan terlibat di lapangan (Nasution, 2023). Informan penelitian ini adalah staf bidang Pajak dan Retribusi Daerah, Analis Kebijakan Ahli Muda dan Staf Bidang Pajak Pelaksanaan Reklame. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh langsung dari objek yang diteliti dan merupakan data yang diperoleh dari Badan Pendapatan Daerah Kota Manado. Teknik pengumpulan data meliputi 1). Wawancara, dilakukan terhadap beberapa informan yang berkaitan langsung dengan implementasi Pajak Reklame 2). Dokumentasi, data dari dokumentasi berguna untuk membantu menampilkan kembali beberapa data yang mungkin belum dapat diperoleh (Subandi 2011).

### 4. Hasil dan pembahasan

*Nama, Objek, Subjek, Wajib Pajak pada Badan Pendapatan Daerah*

Penyelenggara reklame akan menjadi Objek Pajak Reklame, ini berarti pembayaran pajak reklame di bebaskan kepada penyelenggara reklame, jenis-jenis pajak reklame yang dikenakan pajak yaitu reklame papan/billboard/videotron/megatron, reklame kain, reklame melekat/stiker, reklame selebaran, reklame berjalan, termasuk pada kendaraan, reklame udara, reklame apung, reklame suara, reklame film/slide, reklame peragaan untuk setiap penyelenggara, setiap penyelenggara reklame yang menggunakan salah satu jenis pajak reklame tersebut akan dikenakan pajak reklame dan untuk jenis reklame yang tidak dipungut pajak yaitu :1. Penyelenggara reklame melalui televisi, radio, internet, dan lain lain, 2. Nama

pengenal usaha yang melekat pada bangunan perusahaan, 3. Merek produk yang ada pada barang dagang, 4. Reklame yang dilakukan oleh pemerintah, seperti himbauan atau peraturan yang dilakukan pemerintah, setiap penyelenggara reklame yang menggunakan jenis reklame diatas tidak akan pungutan pajak. Subjek Pajak Reklame adalah penyelenggara reklame maupun itu Orang Pribadi atau Badan, Wajib Pajak Reklame adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan Pajak Reklame, untuk pihak ketiga yang menyelenggarakan reklame yang menjadi

Wajib Pajak Reklame yaitu pihak ke tiga tersebut, walaupun kadang pihak pertama akan memberikan uang sejumlah nominal pajak reklame terutang kepada pihak ketiga, dan pihak ketiga yang akan menyetor ke Badan Pendapatan Daerah Kota Manado. Jadi dapat dikatakan untuk pemungutan Pajak Reklame dalam hal nama, Objek, Subjek, dan Wajib Pajak pada Badan Pendapatan Daerah Kota Manado telah sesuai dengan Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2011.

**Tabel 1. Perbandingan Perda Nomor 2 Tahun 2011 dengan realisasi pada Badan Pendapatan Daerah Kota Manado**

<b>Perda Nomor 2 Tahun 2011</b>	<b>BAPENDA Kota Manado</b>	<b>Keterangan</b>
Setiap penyelenggara reklame dipungut pajak dengan nama pajak reklame.	Pihak yang menyelenggarakan reklame akan dikenakan pajak reklame dengan nama penyelenggara reklame tersebut	Sesuai
Objek Pajak Reklame adalah semua penyelenggara reklame. Jenis objek reklame meliputi: a. Reklame papan/billboard/videotron, b. Reklame kain, Reklame melekat/ stiker, c. Reklame selebaran, d. Reklame berjalan, termasuk pada kendaraan, e. Reklame udara, f. Reklame apung, g. Reklame suara, h. Reklame film/ slide, i. Reklame peragaan.	Objek Pajak Reklame adalah penyelenggara reklame Jenis objek reklame adalah a. Reklame billboard/Baliho b. Reklame kain c. Reklame selebaran d. Reklame berjalan, seperti pada kendaraan e. Reklame udara f. Reklame apung g. Reklame peragaan h. Reklame film/slide	Sesuai
Jenis Objek Reklame meliputi: a. Reklame papan/billboard/videotron, b. Reklame kain, Reklame melekat/ stiker, c. Reklame selebaran, d. Reklame berjalan, termasuk pada kendaraan, e. Reklame udara, f. Reklame apung, g. Reklame suara, h. Reklame film/ slide, i. Reklame peragaan.	Jenis Objek Reklame adalah a. Reklame billboard/Baliho b. Reklame kain c. Reklame selebaran d. Reklame berjalan, seperti pada kendaraan e. Reklame udara f. Reklame apung g. Reklame peragaan h. Reklame film/slide	Sesuai

Tidak termaksud sebagai jenis Objek Pajak Reklame adalah: a. Penyelenggaraan reklame melalui internet, televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan dan sejenisnya; b. Label/merek produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan, yang berfungsi untuk membedakan dari produk sejenis lainnya; c. Nama pengenal usaha atau profesi yang dipasang melekat pada bangunan tempat usaha atau profesi diselenggarakan sesuai dengan ketentuan yang mengatur nama pengenal usaha atau profesi tersebut; d. Reklame yang diselenggarakan oleh Pemerintah atau Pemerintah Daerah.	Tidak termaksud sebagai jenis Objek Pajak Reklame adalah: a. Reklame yang diselenggarakan di televisi, radio, dan internet b. Merek produk yang ada pada pengenalan barang c. Pengenal usaha yang dipasang pada bangunan usaha tersebut	Sesuai
Subjek Pajak Reklame adalah orang pribadi atau badan yang menggunakan reklame.	Subjek pajak reklame adalah orang pribadi atau badan usaha yang melakukan reklame	Sesuai
Wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame.	Wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau badan yang melakukan reklame	Sesuai
Dalam hal reklame diselenggarakan sendiri secara langsung oleh orang pribadi atau badan, Wajib Pajak Reklame adalah Orang Pribadi atau Badan tersebut.	Reklame diselenggarakan sendiri secara langsung oleh Orang Pribadi atau Badan Usaha, Wajib Pajak yaitu orang pribadi atau badan usaha tersebut	Sesuai
Dalam hal reklame diselenggarakan melalui pihak ketiga, pihak ketiga tersebut menjadi Wajib Pajak Reklame.	Reklame diselenggarakan oleh pihak ketiga, yang menjadi Wajib Pajak Reklame yaitu pihak ketiga tersebut	Sesuai

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Budiningsih et al., 2013, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada tahap pendataan Nama, Objek, Subjek dan Wajib Pajak, data yang disampaikan Wajib Pajak Reklame belum sesuai dengan potensi yang ada, sehingga data yang di peroleh belum akurat. Hal ini dikarenakan belum adanya pendataan wajib pajak reklame yang menyeluruh dimasing masing kecamatan di Wilayah

Kabupaten Sintang. Sedangkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada tahap Nama, Objek, Subjek, dan Wajib Pajak, sudah sesuai dengan potensi yang ada, dan pendataan wajib pajak reklame telah menyeluruh di Kota Manado.

#### **Dasar Pengenaan, Tarif Pajak Reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kota Manado**

Pengenaan pajak reklame yaitu nilai sewa reklame karena untuk menghitung

besarnya pajak reklame terutang kita harus mengetahui nilai sewa reklame, jika reklame diselenggarakan oleh pihak ketiga nilai sewa reklamennya ditetapkan berdasarkan nilai kontrak reklame yang dimaksud dengan nilai kontrak yaitu nilai yang disepakati antara penyelenggara reklame dengan pihak ketiga yang dilakukan dalam perjanjian atau nota kesepakatan. Reklame yang diselenggarakan sendiri, faktor yang harus diperhatikan untuk menghitung nilai sewa reklame yaitu faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah dan ukuran media reklame, untuk penyelenggara pihak ketiga juga harus memperhatikan faktor tersebut. Faktor-

faktor tersebut akan digunakan untuk menghitung nilai jual objek pajak (NJOP). Menghitung Nilai Sewa Reklame menggunakan rumus :  $NSR = NJOP \times NSL$ , untuk menghitung NSL yaitu dengan memperhatikan nilai kawasan, nilai sudut pandang, nilai kelas jalan, dan nilai ketinggian, dan hasil perhitungan nilai sewa reklame ditetapkan dengan Peraturan Walikota Manado, Tarif Pajak Reklame yaitu sebesar 25%, untuk menghitung besarnya pajak yang harus dibayar oleh penyelenggara reklame yaitu dengan mengalikan Tarif Pajak Reklame dengan Dasar Pengenaan Pajak dan akan dipungut di Badan Pendapatan Daerah Kota Manado.

**Tabel 2. Perbandingan Perda Nomor 2 Tahun 2011 dengan Realisasi pada Badan Pendapatan Daerah Kota Manado**

<b>Perda nomor 2 tahun 2011</b>	<b>BAPENDA Manado</b>	<b>Sesuai/ Tidak Sesuai</b>
Dalam hal reklame diselenggarakan oleh pihak ketiga, Nilai Sewa Reklame ditetapkan berdasarkan nilai kontrak reklame.	Jjika reklame diselenggarakan oleh pihak ketiga nilai sewa reklamennya ditetapkan berdasarkan nilai kontrak reklame.	Sesuai
Dalam hal reklame diselenggarakan sendiri, Nilai Sewa Reklame dihitung dengan memperhatikan faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, waktu jangka waktu penyelenggaraan, jumlah dan ukuran media reklame.	Reklame yang diselenggarakan sendiri, faktor yang harus diperhatikan untuk menghitung Nilai Sewa Reklame yaitu faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah dan ukuran media reklame.	Sesuai

Dalam hal Nilai Sewa Reklame diselenggarakan oleh pihak ketiga/tidak diketahui dan/atau dianggap tidak wajar, Nilai Sewa Reklame ditetapkan dengan menggunakan factor-faktor memperhatikan faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, waktu jangka waktu penyelenggaraan, jumlah dan ukuran media reklame.	untuk penyelenggara pihak ketiga juga harus memperhatikan faktor tersebut.	Sesuai
Cara perhitungan Nilai Sewa Reklame Diselenggarakan sendiri ditetapkan sebagai berikut: NSR = NJOP x NSL (Nilai Sewa Reklame = Nilai Jual Objek Pajak x Nilai Strategis Lokasi) Nilai Strategis Lokasi (NSL) dihitung dengan memperhatikan nilai kawasan +Nilai Sudut Pandang +Nilai Kelas Jalan +Nilai Ketinggian.	Faktor-faktor tersebut akan kita gunakan untuk menghitung nilai jual objek pajak (NJOP). Menghitung Nilai Sewa Reklame menggunakan rumus: NSR = NJOP x NSL, untuk menghitung NSL yaitu dengan memperhatikan nilai kawasan, nilai sudut pandang, nilai kelas jalan, dan nilai ketinggian, hasil perhitungan nilai sewa reklame ditetapkan dengan peraturan walikota	Sesuai
Hasil perhitungan Nilai Sewa Reklame ditetapkan dengan Peraturan Walikota.	Hasil perhitungan Nilai Sewa Reklame ditetapkan dengan Peraturan Walikota	Sesuai
Tarif Pajak Reklame ditetapkan sebesar 25 % (dua puluh lima persen).	Tarif Pajak Reklame saat ini sebesar 25%	Sesuai
Besaran pokok Pajak Reklame yang terutang dihitung dengan cara mengalikan tarif dengan dasar pengenaan pajak.	untuk menghitung besarnya pajak yang harus dibayar oleh penyelenggara reklame yaitu dengan mengalikan Tarif Pajak Reklame dengan Dasar Pengenaan Pajak.	Sesuai
Pajak Reklame yang terutang dipungut di wilayah daerah tempat reklame tersebut diselenggarakan.	akan dipungut di Bapenda Manado.	Sesuai

*Pemungutan Pajak Reklame Pada Badan Pendapatan Daerah Kota Manado*

Pemungutan pajak reklame dilarang untuk diborongkan karena Setiap Wajib

Pajak wajib membayar pajak yang terutang berdasarkan surat ketetapan pajak atau dibayar sendiri oleh wajib pajak. Wajib Pajak yang ingin membayar pajak harus

berdasarkan Penetapan Walikota Manado membayar berdasarkan SKPD atau dokumen lain yang berupa nota perhitungan.

**Tabel 3. Perbandingan Perda Nomor 2 Tahun 2011 dengan Realisasi pada Badan Pendapatan Daerah Kota Manado**

<b>Perda Nomor 2 Tahun 2011</b>	<b>BAPENDA Manado</b>	<b>Keterangan</b>
Pemungutan pajak dilarang diborongkan	Pembayaran pajak dilarang diborongkan	Sesuai
Setiap Wajib Pajak wajib membayar Pajak terutang berdasarkan Surat Ketetapan Pajak atau dibayar sendiri oleh Wajib Pajak.	Setiap Wajib Pajak membayar pajak terutang berdasarkan Surat Ketetapan Pajak dan dibayar sendiri oleh Wajib Pajak	Sesuai
Jenis Pajak yang dipungut berdasarkan penetapan Walikota adalah reklame	Pajak yang dipungut Pajak reklame	Sesuai
Wajib Pajak yang memenuhi kewajiban perpajakan berdasarkan penetapan Walikota membayar berdasarkan SKPD atau dokumen lain yang dipersamakan.	Wajib Pajak yang ingin membayar pajak reklame harus berdasarkan penetapan Walikota yaitu SKPD	Sesuai
Dokumen lain yang dipersamakan berupa karcis dan nota perhitungan.	Dokumen berupa nota perhitungan	Sesuai

Jadi dapat dikatakan untuk Pemungutan Pajak Reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kota Manado telah sesuai dengan Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2011.

*Penerbitan Surat Tagihan Pajak Reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kota Manado*

Menerbitkan Surat Tagihan Pajak Daerah (STPD) adalah Walikota Manado hal yang membuat Walikota Manado menerbitkan STPD yaitu adanya pajak dalam tahun berjalan tidak atau kurang

bayar, adanya kurang bayar karena salah tulis atau salah hitung, wajib pajak dikenakan sanksi administrasi berupa bunga atau denda sebesar 2%. Jadi jika pajak dalam tahun berjalan tidak atau kurang bayar dan terdapat kekurangan pembayaran sebagai akibat dari salah tulis atau salah hitung akan dikenakan sanksi administrasi sebesar 2% setiap bulan sejak saat terhutangnya pajak dan akan ditagih melalui STPD.



**Tabel 4. Perbandingan Perda Nomor 2 Tahun 2011 dengan Realisasi pada Badan Pendapatan Daerah Kota Manado**

Perda Nomor 2 Tahun 2011	BAPENDA Kota Manado	Keterangan
Walikota dapat menerbitkan STPD jika: a. Pajak dalam tahun berjalan tidak atau kurang dibayar b. Berdasarkan hasil penelitian SPTPD terdapat kekurangan pembayaran sebagai akibat salah tulis dan/atau salah hitung c. Wajib Pajak dikenakan sanksi administratif berupa bunga dan/atau denda	yang akan menerbitkan STPD adalah Walikota hal yang membuat Walikota menerbitkan STPD yaitu adanya pajak dalam tahun berjalan tidak atau kurang bayar, adanya kurang bayar karena salah tulis atau salah hitung dan wajib pajak dikenakan sanksi administrasi berupa bunga atau denda sebesar 2%	Sesuai
Jumlah kekurangan pajak yang terhutang dalam STPD ditambahkan dengan sanksi administrasi berupa bunga sebesar 2% setiap bulan untuk paling lama 15 bulan sejak saat terhutangnya pajak	Pajak dalam tahun berjalan tidak atau kurang bayar dan terdapat kekurangan pembayaran sebagai akibat dari salah tulis atau salah hitung akan dikenakan sanksi administrasi sebesar 2% setiap bulan sejak saat terhutangnya pajak	sesuai
SKPD yang tidak atau kurang bayar setelah jatuh tempo pembayaran akan dikenakan sanksi administrasi berupa bunga sebesar 2% perbulan dan akan ditagih melalui STPD.	SKPD setelah jatuh tempo pembayaran akan dikenakan denda sebesar 2 % perbulan dan ditagih melalui surat STPD.	Sesuai

Jadi dapat dikatakan untuk Penerbitan Surat Tagihan Pajak Daerah pada Badan Pendapatan Daerah Kota Manado telah sesuai dengan Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2011.

## 5. Kesimpulan

a. Penetapan Nama, Objek, Subjek, Wajib Pajak pada Badan Pendapatan Daerah Kota Manado dapat diambil kesimpulan bahwa sudah sesuai dengan Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2011. Tidak terdapat masalah dalam implementasi Pajak Reklame, dimana setiap penyelenggara reklame akan menjadi Wajib Pajak Reklame, ada jenis reklame yang dikenakan

Pajak Reklame dan ada yang tidak dikenakan pajak reklame, sedangkan subjek dan wajib pajak reklame adalah penyelenggara reklame.

b. Dasar Pengenaan, Tarif dan Cara Perhitungan Pajak pada Badan Pendapatan Daerah Kota Manado telah sesuai dengan Peraturan Daerah Kota Manado, dasar pengenaan Pajak Reklame yaitu nilai sewa reklame karena untuk menghitung besarnya Pajak Reklame terhutang kita harus mengetahui nilai sewa reklame, dan menghitung Nilai Sewa Reklame ada juga faktor yang diperhatikan, tarif pajak reklame sebesar 25%, cara untuk menghitung besarnya pajak yang harus

dibayar oleh penyelenggara reklame yaitu dengan mengalikan tarif pajak reklame dengan dasar pengenaan pajak.

- c. Penerbitan Surat Tagihan Pajak daerah pada Badan Pendapatan Daerah Kota Manado telah sesuai dengan Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2011. Penerbitan STPD adalah Walikota Manado, ada hal yang membuat Walikota Manado dapat menerbitkan STPD, yaitu pajak dalam tahun berjalan kurang bayar atau belum bayar dan akan diberikan sanksi berupa bunga sebesar 2%.
- d. Pemungutan Pajak Reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kota Manado telah sesuai dengan Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2011. Pemungutan pajak reklame dilarang diborongkan, akan dibayar sesuai dengan surat ketetapan pajak dan dibayar oleh Wajib Pajak tersebut.

#### Daftar pustaka

- Budiman, N. A., Mulyani, S., & Wijayani D. R. (2019). Perpajakan. Kudus: Badan Penerbit Universitas Muria Kudus
- Budiningsih, L., Martoyo, & Isdairi. (2013). Implementasi kebijakan pemungutan pajak reklame berdasarkan Peraturan Daerah (Perda) No. 2 Tahun 2011 Tentang Pajak Daerah di Kabupaten Sintang. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura*, 1-21. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpmis/article/view/2295>
- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., Jonata., Mashudi, I., Hasanah, N., Maharani, A. Ambarwati, K., Noflidaputri, R., Nuryami., & Waris, L. (2022). Metodologi penelitian kualitatif. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Fireza, V. A. (2019). Analisis pengenaan pajak reklame berjalan pada kendaraan bermotor sebagai pajak daerah di Indonesia. *Jurnal Hukum Prioris*, 7(2), 161-170. <https://doi.org/10.25105/prio.v7i2.14962>.
- Irawan, A. (2021). Analisis potensi dan efektivitas pemungutan pajak reklame di Kota Bandung. *Indonesian Accounting Literacy Journal*, 02(01), 66-77. <https://doi.org/10.35313/ialj.v2i1.3590>.
- Indrihastuti, P., & Amaniyah, M. (2020). Peran pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Malang. *OPTIMA*, 4(1), 6-12. <https://jurnal.unitri.ac.id/index.php/Optima/article/view/1938>.
- Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. (2019). Metode penelitian kualitatif. Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo.
- Lumbanbatu, M. J., Dewi, K., & Lumbantoruan, S. (2023). Efektivitas dan kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Medan. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 3(2), 256-264. <https://doi.org/10.54373/ifijeb.v3i2.207>.
- Milwarni, Reno, S., & Laily, A. (2024). Analisis potensi pajak reklame dalam realisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD) pada Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Karimun. *Jurnal Manajemen Riset dan Teknologi Universitas Karimun (Jurnal Maritim)*, 5(2), 139-151. <https://ejurnal.universitaskarimun.ac.id/index.php/OJSM/article/view/1240>.
- Muhaimin, Adzim, F., & Firmansyah (2019). Analisis potensi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Makassar. *Amnesty: Jurnal Riset Perpajakan*, 2(2), 16-22. <https://doi.org/10.26618/jrp.v2i2.2535>.
- Nasution, A. F. (2023). Metode penelitian kualitatif. Bandung: CV Harfa Creative.
- Peraturan Daerah Kota Manado Nomor 2 Tahun 2011 Tentang Pajak Daerah.

- Pratiwi, A., Oktariansyah., & Mahmudah, S. (2022). Analisis penerimaan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Palembang. *Jurnal Media Akuntansi*, 4(2), 133-146. <https://doi.org/10.31851/jmediasi.v4i2.7857>.
- Putri, S. H., Handayani, P., Yuliani, A. S., Haryanti, P. and Wahyudi, W. (2024). Analysis of the potential billboard tax on Local Original Revenue (PAD) of Serang Regency. *Jurnal Mantik*, 8(1), 227-234. <https://doi.org/10.35335/mantik.v8i1.4955>.
- Safitri, I. I. (2021). Analisis terhadap kontribusi pajak reklame, pajak hotel dan pajak restoran dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) pada Badan Pendapatan Daerah DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 18(01). <https://doi.org/10.36406/jam.v18i01.350>.
- Sari, S. A. M. R., & diatmika, I. P. G. (2022). Analisis efektivitas dan efisiensi pajak reklame serta kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Buleleng tahun 2019-2021. *Vokasi: Jurnal Riset Akuntansi*, 11(1), 42-50. <https://doi.org/10.23887/vjra.v11i01.50325>
- Sihombing, S., & Sibagariang, S. A. (2020). Perpajakan: Teori dan Aplikasi. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Subandi. (2011). Deskripsi kualitatif sebagai satu metode dalam penelitian pertunjukan. Harmonia: Journal of Arts Research and Education, 11(2), 173-179. <https://journal.unnes.ac.id/nju/harmonia/article/view/2210>
- Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah
- Wijayanah & Basuki (2021). Strategi meningkatkan kepatuhan pajak reklame dengan pendekatan compliance model. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan* 5(4), 493 – 512. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i4.4869>.
- Yuniati, E., & Yuliandi, Y. (2021). Analisis efektivitas dan kontribusi pajak reklame dan pajak restoran terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(1), 79-92. <https://jurnal.ibik.ac.id/index.php/jiakes/article/view/484>.