

BAB III

PEMBAHASAN

3.1 Tinjauan Teori

3.1.1. Definisi Pajak

Definisi pajak yang dikemukakan oleh Prof. Dr Rochmat Soemitro, S.H : pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal balik (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum.

Definisi tersebut kemudian disempurnakan menjadi, Pajak adalah peralihan kekayaan dari pihak rakyat kepada kas negara untuk membiayai pengeluaran rutin dan “surplus” nya digunakan untuk *public saving* yang merupakan sumber utama untuk membiayai *public investment*.

Definisi pajak yang dikemukakan oleh S. I. Djajadiningrat : pajak sebagai suatu kewajiban menyerahkan sebagian dari kekayaan ke kas negara yang disebabkan suatu keadaan, kejadian dan perbuatan yang memberikan kedudukan tertentu, tetapi bukan sebagai hukuman, menurut peraturan yang ditetapkan pemerintah serta dapat dipaksakan, tetapi tidak ada jasa timbal balik dari negara secara langsung untuk memelihara kesejahteraan secara umum.

Definis pajak yang dikemukakan oleh Dr. N. J Feldmann : Pajak adalah prestasi yang dipaksakan sepihak oleh dan terutang kepada penguasa (norma-norma yang ditetapkannya secara umum), tanpa adanya kontraprestasi dan semata-mata digunakan untuk menutup pengeluaran-pengeluaran umum.

Sedangkan menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007, Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat (KUP, 2013).

3.1.2. Pajak Daerah

Menurut Undang-undang No 28 tahun 2009 “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.”

Menurut Erly Suandy (2013: 262) “Pajak Daerah adalah iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan kepada Daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah.”

Dari pengertian Pajak Daerah diatas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan pajak daerah adalah iuran wajib yang dibayarkan oleh orang pribadi atau badan yang pemungutannya dapat dipaksakan sesuai dengan undang-undang yang berlaku dan digunakan untuk menyelenggarakan pemerintahan daerah serta untuk memakmurkan rakyat.

- **Macam-macam Pajak Daerah**

Pajak Daerah merupakan pajak iuran yang dibayarkan kepada daerah tanpa mendapatkan imbalan secara langsung.

Berdasarkan Undang-Undang no 28 tahun 2009 pajak daerah digolongkan dalam dua golongan terdiri dari:

1. Pajak Provinsi, Pajak Provinsi terdiri dari lima macam pajak, yaitu:
 - Pajak Kendaraan Bermotor
 - Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor
 - Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor
 - Pajak Air Permukaan; dan
 - Pajak Rokok.

2. Pajak Kabupaten/Kota, Pajak Kabupaten/Kota saat ini terdiri dari sebelas macam, yaitu :
 - Pajak Hotel
 - Pajak Restoran
 - Pajak Hiburan
 - Pajak Reklame
 - Pajak Penerangan Jalan
 - Pajak Mineral bukan Logam dan Batuan
 - Pajak Parkir
 - Pajak Air Tanah
 - Pajak Sarang Burung Walet
 - Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan dan
 - Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan.

3.1.3. Pajak Reklame

Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Wajib Pajak atas pajak reklame adalah penyelenggaraan reklame yaitu orang atau badan yang menyelenggarakan reklame, baik untuk dan atas namanya sendiri atau untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya. Pajak sebagai alat kebijakan fiskal yang digunakan terus menerus oleh negara. Pajak Reklame

adalah pajak daerah yang penerimaanya diserahkan dan digunakan untuk kepentingan pemerintah daerah.

Seperti diketahui Pajak Reklame dikenakan atas semua penyelenggaraan reklame, otomatis yang menjadi objeknya adalah semua penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda, alat, perbuatan, media yang menurut bentuk dan corak ragamnya memiliki tujuan komersial, digunakan 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. (Marihot P. Siahaan, 2005).

3.1.4. Pengertian Objek, Subjek, dan Wajib Pajak

Pajak Reklame adalah salah satu pajak daerah dan salah satu sumber pendapatan asli daerah yang menunjukkan posisi strategis dalam hal pendanaan pembiayaan daerah. Pendapatan Asli Daerah (PAD) menurut pasal 79 UU No. 22 tahun 1999 tentang pemerintah daerah adalah:

1. Pendapatan Asli Daerah, terdiri dari:
 - a. Hasil pajak daerah
 - b. Retribusi daerah
 - c. Bagian laba BUMD
 - d. Lain-lain Pendapatan Asli Daerah yang sah
2. Dana perimbangan keuangan pusat – daerah
3. Pinjaman Daerah
4. Lain-lain Pendapatan Asli Daerah yang sah

Penjelasan di atas memperlihatkan bahwa PAD merupakan bagian dari pendapatan daerah yang salah satunya bersumber dari pajak.

Penyelenggaraan reklame yang ditetapkan menjadi objek Pajak Reklame (Perda Kota Semarang Nomor 14 Tahun 2012 tentang Pajak Reklame) adalah sebagaimana tersebut di bawah ini:

- a. Reklame Papan/Billboard yaitu reklame yang terbuat dari papan, kayu termasuk seng atau bahan lain yang sejenis, dipasang atau digantung atau dibuat pada bangunan, tembok, dinding, pagar, pohon, tiang dan sebagainya baik bersinar maupun yang disinari.
- b. Reklame Megatron/Videotron/Large Electronic Display (LED) yaitu reklame yang menggunakan layar monitor besar berupa program reklame atau iklan bersinar dengan gambar dan atau tulisan berwarna yang dapat berubahubah, terprogram dan difungsikan dengan tenaga listrik.
- c. Reklame Kain yaitu reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain, termasuk kertas, plastik, karet atau bahan lain yang sejenis dengan itu.
- d. Reklame Melekat (Stiker/Poster) yaitu reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebarkan, dipasang, digantung pada suatu benda dengan ketentuan luasnya tidak lebih dari 200 cm² per lembar.
- e. Reklame Selebaran yaitu reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebarkan, diberikan atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempelkan, diletakkan, dipasang atau digantungkan pada suatu benda lain.
- f. Reklame Berjalan yaitu reklame yang ditempatkan pada kendaraan yang diselenggarakan dengan menggunakan kendaraan atau dengan cara dibawa oleh orang.
- g. Reklame Udara yaitu reklame yang diselenggarakan diudara dengan menggunakan gas, laser, pesawat atau alat lain yang sejenis.

- h. Reklame Suara yaitu reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari atau oleh perantara alat.
- i. Reklame Film/Slide yaitu reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan klise berupa kaca atau film, ataupun bahan-bahan sejenis, sebagai alat untuk diproyeksikan dan atau dipancarkan pada layar atau benda lain yang ada di ruangan.
- j. Reklame Peragaan yaitu reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara.

Semua reklame yang termasuk dalam kategori di atas adalah objek pajak reklame. Prinsip Pajak Reklame mencerminkan keadilan ditunjukkan oleh pengecualian terhadap objek yang tidak dikenakan pajak karena secara teoritis harus mempertimbangkan Overhead ekonomi (M.L. Jhingan, 2000). Menurut DPKD Kota Semarang pada Pajak Reklame, tidak semua penyelenggaraan reklame dikenakan pajak antara lain:

1. Penyelenggaraan reklame lainnya yang ditetapkan dengan peraturan daerah, misalnya penyelenggaraan reklame yang diadakan khusus untuk sosial, pendidikan, keagamaan dan politik tanpa sponsor.
2. Penyelenggaraan reklame melalui internet, televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan dan sejenisnya.
3. Penyelenggaraan reklame semata-mata untuk kepentingan umum dalam jangka waktu yang ditentukan oleh Walikota.
4. Penyelenggaraan reklame yang ditempatkan pada bangunan dan atau tanah tempat penyelenggaraan pertunjukkan yang semata-mata berhubungan dengan pertunjukkan yang sedang atau akan diselenggarakan.
5. Penyelenggaraan Reklame oleh Perwakilan Diplomatik, Perwakilan Konsulat, Perwakilan PBB serta badan-badan

khususnya Badan-Badan atau Lembaga-Lembaga Organisasi Internasional pada lokasi Badan-Badan yang dimaksud.

6. Penyelenggaraan oleh organisasi politik atau organisasi sosial politik yang semata-mata mengenai politik.

Ditinjau dari obyek pajak, subyek pajak, wajib pajak reklame menurut Peraturan Daerah Kota Semarang No. 14 tahun 2012 adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1

**Definisi Objek, Subjek, dan Wajib Pajak
Perda Kota Semarang**

No	Keterangan	Pajak Reklame
1.	Objek pajak	Semua penyelenggaraan reklame
2.	Subjek pajak	Orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan atau memesan reklame
3.	Wajib pajak	Orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame

Tabel 3.1 Sumber : peraturan daerah semarang no.14 tahun 2012

3.1.5. Tarif dan Dasar Pengenaan dan Pokok Pajak Terhutang

- Dasar pengenaan pajak

Sebelum menghitung besarnya pajak reklame kita harus mengetahui dasar dan pengenaan pajak beserta tarif pajaknya. Dasar pengenaan pajak reklame adalah sebesar nilai sewa reklame (NSR) yang telah diatur dalam keputusan Walikota Semarang No.973/266 tentang nilai sewa reklame di wilayah Kota Semarang.

Dasar pengenaan pajak adalah nilai sewa reklame (NSR), yaitu nilai yang ditetapkan sebagai dasar perhitungan penetapan besarnya pajak reklame. Nilai sewa reklame diperhitungkan dengan memperhatikan lokasi penempatan, jenis, jangka waktu penyelenggaraan, dan ukuran media reklame. Pada dasarnya

Nilai Sewa Reklame dihitung dengan mempertimbangkan (Marihhot P. Siahaan, 2005) :

- a. Besarnya biaya pemasangan reklame
- b. Besarnya biaya pemeliharaan reklame
- c. Jenis dan jangka waktu pemasangan reklame
- d. Nilai strategis lokasi
- e. Ukuran media reklame

Nilai sewa reklame (NSR) didasarkan atas :

1. Nilai jual objek pajak reklame (NJOPR)

Yang dimaksud dengan Nilai Jual Objek Pajak Reklame (NJOPR). NJOPR adalah keseluruhan pembayaran/pengeluaran yang dikeluarkan oleh pemilik dan atau penyelenggaraan reklame, konstruksi, instalasi listrik, pembayaran/ongkos perakitan pemancaran, peragaan, penayangan, pengecatan, pemasangan dan transportasi yang bersangkutan dan lain sebagainya sampai dengan bangunan reklame selesai dipancarkan, diperagakan, ditayangkan, dan atau terpasang ditempat yang telah diizinkan.

Perhitungan NJOPR didasarkan pada besarnya komponen biaya penyelenggaraan reklame, yang meliputi indikator :

- a. Biaya pembuatan /kontruksi
- b. Biaya pemeliharaan
- c. Lama pemasangan
- d. Jenis reklame
- e. Luas bidang reklame
- f. Ketinggian reklame

2. Nilai Strategis Pemasangan Reklame (NSPR)

Sedangkan Nilai Strategis Pemasangan Reklame (NSPR) adalah ukuran nilai yang ditetapkan pada titik lokasi pemasangan reklame tersebut, berdasarkan kriteria

kepadatan pemanfaatan tata ruang kota untuk berbagai aspek kegiatan di bidang usaha. Kawasan atau kelas jalan diklasifikasikan berdasarkan faktor :

a. Tingkat kepadatan

Faktor penentu tingkat kepadatan diukur dari jumlah reklame terpasang dibagi dengan panjang jalan dan diberi bobot 50%.

b. Sudut pandang

Faktor penentu tingkat kepadatan diukur dari jumlah persimpangan dan arah arus lalu lintas diberi bobot 35%.

c. Lebar jalan

Lebar jalan diberi bobot 15%.

Dasar pengenaan pajak terutang dihitung dengan mengkalikan tarif pajak dengan dasar pengenaan pajak. Adapun besarnya masing-masing NJOPR (Nilai Jual Objek Pajak Reklame), NSPR (Nilai Strategis Pemasangan Reklame), dan NSR (Nilai Sewa Reklame) ditetapkan dengan Peraturan Daerah no 6 tahun 2011 tentang penetapan nilai sewa reklame wilayah kota semarang. Pengelompokan kawasan dan kelas jalan reklame tersebut terbagi dalam :

- a. Kawasan khusus
- b. Kawasan sentral khusus
- c. Kawasan bisnis
- d. Kelas jalan A
- e. Kelas jalan B
- f. Kelas jalan C

• Tarif pajak

Tarif pajak reklame ditetapkan paling tinggi sebesar 25% (dua puluh lima persen) dengan dasar pengenaan pajak dan ditetapkan dengan peraturan daerah kabupaten atau kota

bersangkutan. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan keleluasaan kepada Pemerintah Kabupaten atau Kota menetapkan tarif pajak yang dipandang sesuai dengan kondisi masing-masing Daerah Kabupaten atau Kota. Menurut Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 6 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame, Tarif pajak ditetapkan sebagai berikut:

- a. Reklame Megatron sebesar 25% (sepuluh persen);
- b. Reklame Papan/Billboard sebesar 25% (dua puluh lima persen);
- c. Reklame Kain sebesar 25% (dua puluh lima persen);
- d. Reklame Melekat/Stiker/Poster sebesar 25% (dua puluh lima persen);
- e. Reklame Selebaran sebesar 25% (dua puluh lima persen);
- f. Reklame Berjalan sebesar 25% (dua puluh lima persen);
- g. Reklame Kendaraan sebesar 25% (dua puluh lima persen);
- h. Reklamen Udara sebesar 25% (dua puluh lima persen);
- i. Reklame Suara sebesar 25% (dua puluh lima persen);
- j. Reklame film/Slide sebesar 25% (dua puluh lima persen);
- k. Reklame Peragaan sebesar 25% (dua puluh lima persen).

Dengan demikian, setiap Daerah Kabupaten atau Kota diberikan kewenangan untuk menetapkan besarnya tarif pajak yang mungkin berbeda dengan kota atau kabupaten lainnya, asalkan tidak lebih dari 25% (dua puluh lima persen) dan lebih jelasnya lihat pada lampiran.

3.1.6. Tata Cara Perhitungan Pajak Reklame

Berdasarkan isian formulir SPTPD sebagaimana dimaksud Pasal 4 ayat (1) peraturan walikota nomor 43 tahun 2011 dihitung dan ditetapkan besarnya pajak terutang dengan menerbitkan SKPD (surat ketetapan pajak daerah) dijelaskan sebagai berikut :

- ✓ Apabila Reklame Papan dipasang dalam satu bidang dimana warna bidang itu merupakan identitas suatu produk, maka pajak reklame dihitung dari keseluruhan luas bidang tersebut.
- ✓ Reklame Kain berbentuk cover yang dipasang pada konstruksi pemasangan reklame maka pajak dihitung berdasarkan NSR sesuai lokasi dimaksud.
- ✓ Reklame Kain berbentuk cover dengan naskah berbeda yang dipasang pada reklame terpasang yang masa pajaknya belum berakhir, maka diperlakukan sebagai objek pajak baru.
- ✓ Reklame Papan yang menampilkan bermacam - macam produk yang sejenis dalam jangka waktu tertentu selama satu tahun dimasukkan dalam reklame papan multivision. Reklame Papan yang pemasangannya menggunakan bingkai atau batas, maka ukuran reklame dihitung dari bingkai atau batas paling luar dimana seluruh gambar, kalimat atau huruf - huruf tersebut berada didalamnya.
- ✓ Reklame Papan yang tidak berbentuk persegi dan tidak berbingkai dihitung dari batas paling luar dimana seluruh gambar, kalimat atau huruf-huruf yang paling luar ditarik garis lurus vertikal dan horisontal, sehingga merupakan empat persegi panjang reklame papan yang berbentuk kotak, silinder, kerucut dan sejenisnya luasnya dihitung sesuai dengan rumus mencari luas.
- ✓ Reklame Papan/billboard termasuk didalamnya multivision, rotari kanopi, baliho, payung tenda, reklame yang semata-mata memuat nama profesi atau badan hukum yang dipasang di halaman sendiri yang semata-mata memuat nama profesi atau badan hukum yang ukurannya melebihi 0,50 m², maka pajak dihitung sesuai luas reklame tersebut.
- ✓ Reklame papan nama pengenalan usaha atau profesi nama pengenalan usaha atau profesi yang dipasang melekat pada

bangunan tempat usaha atau profesi dengan ketentuan luasan tidak melebihi ukuran 0,5 (nol koma lima) m² maka pajak dihitung sama dengan ukuran 0,50 m².

Apabila suatu reklame berhubungan dengan sifatnya dapat digolongkan dalam dua jenis reklame sebagaimana dimaksud Pasal 2 ayat (2), dan menurut lokasi dapat digolongkan dalam dua Kawasan dan Kelas Jalan sebagaimana dimaksud Pasal 5 ayat (4), maka pajak dihitung berdasarkan NSR yang paling tinggi. Setiap penyelenggaraan reklame dikenakan tambahan NSR apabila ketinggian reklame sebagai berikut :

- a. di atas 15 M s/d 30 M sebesar 20% dari NSR yang seharusnya;
- b. di atas 30 M s/d 45 M sebesar 40 % dari NSR yang seharusnya;
- c. di atas 45 M s/d 60 M sebesar 60 % dari NSR yang seharusnya;
- d. di atas 60 M s/d 75 M sebesar 80 % dari NSR yang seharusnya;
- e. di atas 75 M sebesar 100 % dari NSR yang seharusnya.

Contoh penghitungannya adalah sebagai berikut:

Reklame megatron

Diketahui : luas reklame = 24 m²

Lokasi reklame = jalan Pamularsih (kawasan bisnis)

Ketinggian reklame = 21 m

Masa tayang = 4 bulan

Pajak Reklame yang dibayarkan = ?

Jawab :

NSR seharusnya = NSR x luas

$$= \text{Rp. } 26.500.000,00 \times 24 \text{ m}^2$$

$$= \text{Rp. } 636.000.000,00$$

Karena ketinggian reklame 21m, maka NSR ditambah dengan 20% dari NSR seharusnya. Sehingga NSR sebagai dasar pengenaan adalah :

$$= \text{Rp. } 636.000.000,00 + (20\% \times \text{Rp. } 636.000.000,00)$$

$$\begin{aligned}
 &= \text{Rp.}763.200.000,00 \\
 \text{Pajak} &= \frac{10\% \times \text{Rp.} 763.200.000,00 \times 4 \text{ bulan}}{12 \text{ bulan}} \\
 &= \text{Rp.} 25.440.000,00
 \end{aligned}$$

3.2 Tinjauan Praktik

3.2.1 Perizinan Reklame Di Kota Semarang

- Harus mendapat ijin terlebih dahulu dari Walikota Semarang
- Penyelenggaraan reklame harus mengajukan permohonan tertulis kepada Walikota Semarang dengan mengisi formulir yang telah disediakan di Kantor Dinas Pendapatan Daerah
- Permohonan dilakukan dengan mengisi Surat Permohonan Ijin Penyelenggaraan Reklame dan melampirkan ;

a. Untuk reklame permanen :

1. Fotocopy KTP dengan menunjukkan aslinya;
2. Fotocopy NPWP dengan menunjukkan aslinya;
3. Surat keterangan terdaftar sebagai penyelenggara reklame/ biro reklame di pemerintah daerah untuk reklame ukuran sedang dan besar.
4. Surat kuasa bermaterai dari pemohon bila pengajuan permohonan dikuasakan pada orang lain;
5. Sketsa titik lokasi penyelenggaraan reklame;
6. Ijin dari Perusahaan listrik negara (persero) bagi reklame yang menggunakan tenaga listrik;
7. Desain dan tipologi reklame;
8. Foto terbaru rencana lokasi penempatan reklame berukuran 10 R;
9. Ijin mendirikan bangunan pertandaan sesuai yang dipersyaratkan;

10. Rekomendasi / ijin dari instansi pengelola apabila penyelenggaraan reklame di luar lahan milik pemerintah daerah;
 11. Surat keterangan tidak keberatan dari pemilik lahan apabila penyelenggara reklame di lahan milik perorangan / swasta; dan
 12. Surat kesanggupan menanggung segala kerugian yang timbul sebagai akibat penyelenggaraan reklame.
- b. Untuk reklame non permanen:
1. Fotocopy ktp dengan menunjukkan aslinya;
 2. Fotocopy npwp dengan menunjukkan aslinya;
 3. Surat kuasa bermaterai dari pemohon bila pengajuan permohonan dikuasakan pada orang lain;
 4. Sketsa titik lokasi penyelenggaraan reklame.
 5. Surat keterangan tidak keberatan dari pemilik lahan apabila penyelenggara reklame di lahan milik perorangan/swasta.
- Permohonan ijin ditolak apabila tidak memenuhi persyaratan administrasi dan persyaratan teknis.
 - Ketentuan mengenai tata cara permohonan ijin sebagaimana dimaksud di atas diatur dengan peraturan walikota.
 - Penyelenggaraan reklame di lahan yang dimiliki dan dikelola oleh Pemerintah daerah wajib dikoordinasikan dengan instansi pengelola.

3.2.2 Pemungutan Pajak Reklame Di Kota Semarang

- a. Tata Cara Pembayaran dan Penagihan
 - Pembayaran pajak dilakukan di kas daerah atau tempat lain yang ditunjuk oleh Walikota.

- Apabila pembayaran pajak dilakukan di tempat lain yang ditunjuk, hasil penerimaan pajak harus disetor ke Kas Daerah selambat-lambatnya 1 (satu) hari kerja.
- Walikota atau pejabat yang ditunjuk menentukan tanggal jatuh tempo pembayaran dan penyetoran pajak yang terutang 30 (tiga puluh) hari kerja setelah saat terutangnya Pajak.
- SKPD, STPD, Surat Keputusan Pembetulan, surat Keputusan, Keberatan, dan Putusan Banding, yang menyebabkan jumlah pajak yang harus dibayar bertambah merupakan dasar penagihan Pajak dan harus dilunasi dalam jangka waktu paling lama 1 (satu) bulan sejak tanggal diterbitkan.

3.2.3. Penerimaan dan Target Pajak Reklame Kota Semarang

Penerimaan pajak reklame Kota Semarang mengalami naik turun dalam hal penerimaan, namun secara keseluruhan reklame-reklame di pinggir jalan-jalan kota Semarang hampir tidak pernah kosong yang artinya penerimaan pajak reklame Kota Semarang hampir memenuhi targetnya dalam pendapatan tahunan Penerimaan Pajak Reklame Kota Semarang. Untuk mengetahui lebih tepatnya berapa jumlah dari Penerimaan Pajak Reklame Kota Semarang, Penerimaannya sebagai berikut :

Tabel 3.2
Target & Penerimaan Pajak Reklame di
Kota Semarang
Tahun 2013-2015
(dalam rupiah)

Tahun	2013	2014	2015
Target	18.500.000.000	20.812.500.000	25.000.000.000
Penerimaan	23.040.464.075	22.505.204.838	25.938.295.913
Persentase Pencapaian	124%	108%	103%

Sumber : DPKAD Kota Semarang

Berdasarkan data mengenai penerimaan pajak reklame 2013-2015, diketahui bahwa penerimaan atas pajak reklame selalu mengalami naik turun tergantung pada minat masyarakat dalam menggunakan reklame kota. Dan banyak faktor yang mempengaruhi naik turunnya penerimaan pajak reklame ini.

Demikian pula dengan target tahunan dari penerimaan pajak reklame di Kota Semarang, mengalami naik turun sesuai dengan pencapaian tahun sebelumnya. Target akan naik apabila tahun sebelumnya mengalami kenaikan, namun target juga akan diturunkan apabila target tidak tercapai, dalam 3 tahun terakhir ini karna target terus tercapai, maka target terus naik seiring pencapaian target penerimaan pajak reklame.

Faktor penyebabnya pun naik turun target pun tentu karna penerimaan yang naik turun akibat minat masyarakat dalam menggunakan reklame. Namun tidak hanya itu, faktor yang mempengaruhi naik turunnya penerimaan juga disebabkan oleh adanya penataan lingkungan dimana lahan sewa reklame dihilangkan atau ditiadakan guna pembesaran jalan atau penataan kota. Karna itu target diturunkan karna lahan reklame di kota

semarang juga berkurang, namun terkadang pendapatan dan target naik tiba-tiba karna adanya kebijakan kenaikan tarif pajak reklame dari walikota atau dinas terkait.

Persentase pencapaian target pajak reklame semakin menurun, dikarenakan target yang terus melambung akibat dari berhasilnya target pada tahun-tahun sebelumnya. Karna minat yang tinggi akan penggunaan reklame, target terus terpenuhi, dan karna terus terpenuhi maka target ditinggikan guna mengejar pemasukan daerah.