

## **BAB III**

### **PEMBAHASAN**

#### **3.1 Pajak Reklame**

##### **3.1.1 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.

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 penerimaannya 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. (Marihhot P. Siahaan, 2005).

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 cm<sup>2</sup> per lembar.

- e. Reklame Selebaran yaitu reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebar, 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. Penyelenggaran oleh organisasi politik atau organisasi sosial politik yang semata-mata mengenai politik.

Ditinjau dari objek pajak reklame, subjek pajak reklame, dan wajib pajak reklame menurut Peraturan Daerah Kota Semarang No. 14 tahun 2012 tentang pajak daerah dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Sedangkan jumlah wajib pajak daerah yang terdaftar pada Dinas Pengelolaan Keuangan Dan Aset Daerah Kota Semarang (DPKAD) dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 3.1 Jumlah Wajib Pajak Daerah Kota Semarang Tahun 2015

No	Jenis Pajak Daerah	Jumlah Wajib Pajak
1	Pajak Hotel	137
2	Pajak Restoran	616
3	Pajak Hiburan	213
4	Pajak Reklame	12.942
5	Pajak Penerangan Jalan	373.015
6	Pajak Pengambilan Bahan Galian Gol. C	1
7	Pajak Parkir	134
8	Pajak Air dan Tanah	496
9	Pajak Sarang Burung Walet	-
10	Pajak Bumi dan Bangunan	517.447
11	BPHTB	12.794
Jumlah		917.795

Sumber : DPKAD kota semarang ( data wajib pajak daerah tahun 2015 Kota Semarang )

### 3.1.2 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 (Marihot 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
- c. Faktor penentu tingkat kepadatan diukur dari jumlah persimpangan dan arah arus lalu lintas diberi bobot 35%.
- d. 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 Keputusan Walikota Semarang No.90 tanggal 8 maret 2012 tentang penetapan nilai sewa reklame wilayah kota semarang. Pengelompokan kawasan dan kelas jalan reklame tersebut terbagi menjadi (tarif dijelaskan dalam lampiran) :

- 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

keluasaan 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 2 Tahun 2002 Tentang Pajak Reklame, Tarif pajak ditetapkan sebesar 25% dari NSR seharusnya (nilai sewa reklame). Sedangkan besaran tarif umum pajak reklame Kota Semarang ditetapkan sebagai berikut :

Tabel 3.2 Tarif Umum Pajak Reklame

- Pajak Permanen

Jenis	Ukuran		
	Kecil	Sedang	Besar
Megatron	Rp.393,000	Rp.589,500	Rp.786,000
Papan	Rp.262,000	Rp.393,000	Rp.524,000
Kendaraan	Rp.131,000	Rp.196,500	Rp.262,000

- Pajak Tidak Permanen

Jenis	Ukuran		
	Kecil	Sedang	Besar
Baliho	Rp.65,500	Rp.98,250	Rp.131,000
Balon Udara	Rp.65,000	-	-
Kain	Rp.32,750	-	-
Berjalan	Rp.26,200	-	-
Peragaan	Rp.26,200	-	-
Melekat	Rp.19,650	-	-
Selebaran	Rp.19,650	-	-
Suara	Rp.13,100	-	-
Slide	Rp.13,100	-	-

Sumber : DPKAD Kota Semarang ( tarif umum pajak reklame kota semarang tahun 2012 )



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).

### **3.1.3 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 m<sup>2</sup>, maka pajak dihitung sesuai luas reklame tersebut.
- ✓ Reklame papan nama pengenal usaha atau profesi nama pengenal usaha atau profesi yang dipasang melekat pada bangunan tempat usaha atau profesi dengan ketentuan luasan tidak melebihi ukuran 0,5 (nol koma lima) m<sup>2</sup> maka pajak dihitung sama dengan ukuran 0,50 m<sup>2</sup>.

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.

Dalam menghitung pajak reklame ada beberapa hal yang harus diperhatikan, secara umum reklame yang sifatnya permanen dibayarkan secara langsung untuk 1 (satu) tahun tetapi reklame yang sifatnya tidak permanen dibayarkan sesuai dengan waktu reklame tersebut dipasang atau terpasang. Komponen-komponen untuk menentukan besaran pajak reklame adalah sebagai berikut :

- jumlah hari atau masa tayang reklame
- luas media reklame dalam meter persegi yaitu panjang dikali lebar, apabila dua muka maka reklamennya dikali dua.
- Tarif pajak ditetapkan 25 %
- Contoh penghitungannya adalah sebagai berikut:

PT.ABC akan memasang 1 buah reklame berupa megatron ukuran kecil di kawasan jln. Pandanaran semarang dengan ketentuan sebagai berikut :

Luas reklame (S) = 3 m<sup>2</sup>

Masa tayang (D) = 1 bulan (30 hari)

Tarif reklame (Pr) = Rp.393.000

Berapa Pajak Reklame yang dibayarkan = ?

Pajak reklame = ( S x D x Pr ) x 25 %  
 = ( 3 x 30 x Rp.393.000 ) x 25 %  
 = Rp.35.370.000 x 25 %  
 = Rp.8.842.500

## 3.2 Pelaksanaan Pemungutan Pajak Reklame Di Kota Semarang

### 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 menunjukan aslinya;
  2. Fotocopy npwp dengan menunjukan 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 atau pejabat yang ditunjuk sesuai waktu yang ditentukan dalam SPTPD, SKPD, SKPDKB, SKPDKBT, dan STPD
- Apabila pembayaran pajak dilakukan di tempat lain yang ditunjuk, hasil penerimaan pajak harus disetor ke Kas Daerah selambat-lambatnya 1 (satu) hari kerja
- Pembayaran pajak dilakukan menggunakan SSPD
- 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
- Angsuran pembayaran pajak harus dilakukan secara teratur dan berturut-turut dengan dikenakan bunga sebesar 2% (dua

persen) sebulan dari jumlah pajak yang belum atau kurang dibayar.

- Walikota dapat memberikan persetujuan kepada wajib pajak untuk menunda pembayaran pajak sampai batas waktu yang ditentukan dengan bunga 2% (dua persen) sebulan dari jumlah pajak yang belum atau kurang dibayar.
- Persyaratan untuk dapat mengangsur dan menunda pembayaran serta tata cara pembayaran angsuran dan penundaan ditetapkan oleh Walikota.
- Setiap pembayaran pajak diberikan tanda bukti pembayaran dan dicatat dalam buku penerimaan.
- Bentuk, jenis, isi, ukuran buku penerimaan dan tanda bukti pembayaran pajak ditetapkan oleh Walikota.

b. Sanksi Administrasi

1. Walikota dapat melakukan pembongkaran atau penurunan terhadap reklame terpasang atau menghentikan pemasangan reklame yang sedang berlangsung apabila :
  - Tidak membayar pajak sesuai ketentuan
  - Tidak memasang plat/label lunas pajak
  - Tidak berizin
2. Hasil pembongkaran, penurunan, penghentian reklame menjadi milik pemerintah daerah.

c. Sanksi pidana

1. Wajib pajak yang karena kealpaannya tidak menyampaikan SPTPD atau mengisi dengan tidak benar atau tidak lengkap atau melampirkan keterangan yang tidak benar sehingga merugikan keuangan daerah dapat dipidana dengan pidana kurungan paling lama 1 (satu) tahun atau denda paling banyak 2 (dua) kali jumlah pajak yang terutang.
2. Wajib pajak yang dengan sengaja tidak menyampaikan SPTPD atau mengisi dengan tidak benar atau tidak lengkap

atau melampirkan keterangan lain yang tidak benar sehingga merugikan keuangan daerah dapat dipidana dengan pidana paling lama 2 (dua) tahun dan atau denda 4 (empat) kali jumlah pajak yang terutang.

### 3.3 Potensi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Daerah

Berdasarkan data dari Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Semarang, Mengemukakan bahwa “salah satu komponen pendapatan asli daerah yang mempunyai kontribusi dan potensi terbesar di Kota Semarang adalah pajak daerah”. pajak reklame berhasil menyumbangkan 25% dari total PAD Kota Semarang tahun 2015. Pajak Reklame merupakan sumber pendapatan yang dapat dikembangkan berdasarkan peraturan pajak yang diterapkan oleh daerah untuk kepentingan pembiayaan rumah tangga pemerintah daerah tersebut (Elly,2016:10).

Disamping itu tingkat pertumbuhan pendapatan daerah dari sektor pajak reklame pada tahun 2011-2015 mengalami kenaikan perolehan sebesar 18,6% juga memberikan bukti masih terbukanya peluang bagi upaya peningkatan perolehan pendapatan dari pajak reklame tersebut. Target dan realisasi pajak reklame Kota Semarang dari tahun 2011 sampai tahun 2015 dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel. 3.3 Target Dan Realisasi Pajak Reklame

Jenis Pajak	2011			
	Target	Pendapatan	Denda	Realisasi (pendapatan+denda)
Reklame	18.000.000.000	15,372,091,999	2,150,332,150	17,522,424,149
Jumlah	18.000.000.000	15,372,091,999	2,150,332,150	17,522,424,149

Jenis Pajak	2012			
	Target	Pendapatan	Denda	Realisasi (pendapatan+denda)
Reklame	15,000,000,000	17,193,207,759	2,195,403	17,195,403,162
Jumlah	15,000,000,000	17,193,207,759	2,195,403	17,195,403,162

Jenis Pajak	2013			
	Target	Pendapatan	Denda	Realisasi (pendapatan+denda)
Reklame	18,500,000,000	19,068,813,222	3,971,650,853	23,040,464,075
Jumlah	18,500,000,000	19,068,813,222	3,971,650,853	23,040,464,075

Jenis Pajak	2014			
	Target	Pendapatan	Denda	Realisasi (pendapatan+denda)
Reklame	20,812,500,000	18,464,888,968	4,040,315,870	22,505,204,838
Jumlah	20,812,500,000	18,464,888,968	4,040,315,870	22,505,204,838

Jenis Pajak	2015			
	Target	Pendapatan	Denda	Realisasi (pendapatan+denda)
Reklame	25,000,000,000	21,848,025,413	4,135,270,500	25,983,295,913
Jumlah	25,000,000,000	21,848,025,413	4,135,270,500	25,983,295,913

*Sumber :Target dan realisasi pajak daerah DPKAD Kota Semarang*

Dalam tabel tersebut terlihat bahwa pada tahun 2011 pendapatan pajak reklame yang diperoleh pemerintah kota Semarang belum mencapai target yang diharapkan. Namun pada tahun 2012 hingga 2015 realisasi yang diperoleh dari sektor pajak reklame telah mencapai target yang ditetapkan. Ini artinya Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Semarang telah berhasil melampaui target penerimaan pajak reklame dan potensi yang diperoleh sudah kian meningkat dari tahun ke tahun.



Namun walaupun target sudah tercapai, dari nominal pendapatan tersebut terdapat denda-denda tahun kemarin yang baru diterima. Denda tersebut timbul karena banyaknya wajib pajak yang menunggak dan telat ketika membayar pajak reklame tersebut. Sehingga realisasi yang tercapai itu tidak 100 % berasal dari pendapatan bersih saja namun juga ada nominal dari pembayaran sanksi dan denda. Target pendapatan daerah dari pos pajak reklame Kota Semarang Selama 5 tahun kebelakang baru terealisasi sekitar 40% atau sekitar Rp.4.000.000.000 dari target sekitar Rp.15.000.000.000 hingga akhir tahun 2015 ini. Oleh karena itu, Dinas Penerangan Jalan dan Pengelolaan Reklame Kota Semarang mengusulkan peraturan daerah baru untuk memaksimalkan pendapatan dari sektor pajak reklame.

Prospek pajak reklame cukup potensial untuk waktu yang akan datang karena Kota Semarang merupakan Pusat Pemerintahan di Jawa Tengah sekaligus sebagai Kota Industri. Perusahaan yang ada di Kota Semarang sangatlah beragam mulai dari Perusahaan Terbuka (PT), Perusahaan sektor pembangunan perumahan, CV, dan lain-lain. Perusahaan-perusahaan tersebut tentu akan melakukan berbagai macam promosi guna meningkatkan penjualan perusahaannya, salah satunya lewat media iklan, reklame, dan promosi penjualan. Oleh karena itu objek pajak reklame akan tumbuh seiring dengan banyaknya perusahaan dan industri yang ada di Kota Semarang. Faktor inilah yang membuat pajak reklame menjadi salah satu target pajak daerah yang berpotensi besar dalam tingkat kontribusinya sebagai sumber pendapatan pajak daerah di Kota Semarang.

Selain itu banyaknya reklame ilegal yang terpasang juga seharusnya bisa meningkatkan pendapatan yang diterima oleh pemerintah Kota Semarang. Reklame ilegal tersebut juga merupakan potensi dari pajak reklame namun tidak terdaftar secara resmi dan legal di Dinas Pengelolaan Keuangan Dan Aset Daerah Kota Semarang. Sehingga pemerintah tidak mendapatkan penerimaan pajak yang sesuai dengan potensi pajak yang ada.

### **3.4 Mekanisme Pengelolaan Titik-Titik Strategis Pemasangan Reklame**

Pajak Reklame sebagai sumber pendapatan yang potensial memang tingkat optimalisasinya tidak hanya ditekankan pada aspek kontribusi pendapatan semata, akan tetapi juga aspek keserasian dalam pemasangan sehingga tetap menjamin keindahan kota. Oleh karena itu pengaturannya menjadi sangat penting, termasuk dalam penetapan titik-titik strategis. Pengelolaan titik-titik strategis ini hanya akan berhasil dengan adanya komitmen yang tinggi dari semua pihak, baik pemerintah, pihak DPKAD (Dinas Pengelolaan Keuangan Dan Aset Daerah) Kota Semarang, pelaku bisnis, maupun masyarakat. Puji Astuti (2007:10)

#### **3.4.1 Kawasan dan Klasifikasi Jalan Sebagai Titik-titik Strategis**

Terkait dengan pengelolaan titik-titik strategis ini, Kota Semarang mengeluarkan aturan pelaksanaannya yaitu keputusan Walikota Semarang No. 188/142 tahun 2002. Dalam peraturan tersebut dijelaskan bahwa yang dimaksud dengan pajak reklame adalah pajak yang dipungut kepada setiap penyelenggaraan reklame dengan tujuan memperkenalkan, menganjurkan, atau memuji kepada suatu barang, jasa, atau seseorang, yang diselenggarakan/ditempatkan atau dilihat, dibaca dan didengar dari suatu tempat oleh umum.

Dalam menghitung potensi daerah yang berakibat pada penerimaan pajak dalam hal ini pajak reklame DPKAD menentukan tarif berdasarkan nilai strategis pemasangan reklame. Untuk efektifitas pengelolaan pajak reklame tersebut pemerintah kota Semarang menetapkan adanya kawasan dan klasifikasi jalan sebagai titik-titik strategis yang bisa dimanfaatkan untuk pemasangan reklame. Adapun klasifikasi kawasan terbagi menjadi kawasan khusus, kawasan sentral bisnis, dan kawasan bisnis,

sementara untuk kelas jalan terbagi menjadi kelas jalan A, kelas jalan B, dan kelas jalan C, dengan rincian sebagai berikut :

- a. Kawasan khusus, berada di kawasan simpang lima sampai radius 50 meter.
- b. Kawasan sentral bisnis, mencakup delapan lokasi (bandara ahmad yani, jl.ahmad yani, jl.ahmad dahlan, jl.agus salim, jl.gajah mada, jl.pandanaran, jl.pahlawan, jl.pemuda.
- c. Kawasan bisnis, yang mencakup 24 lokasi (Jl.Brigjen Katamso, Jl.Bubakan, Jl.Bundaran Sayangan, Jl.Dargo Barat Dan Timur, Jl.MH Tamrin, Jl.Pamularsih, Jl.Pedurungan, Jl.Raya Semarang Demak, Jl.S.Parman, Jl.Setia Budi, Jl.Sriwijaya, Jl.Sugiyopranoto, Jl.Sultan Agung, Jl.Stasiun Tawang, Jl.Depan Terminal Terboyo, Jl.Teuku Umar, Jl.Jend.Soedirman, Jl.Kaligawe, Jl.Majapahit, Jl.Pudak Payung)
- d. Jalan kelas A berjumlah 81 lokasi
- e. Jalan kelas B berjumlah 62 lokasi
- f. Jalan kelas C berjumlah 598 lokasi

### **3.5 Upaya Optimalisasi Pajak Reklame Di Kota Semarang**

Menurut Lewis (dalam Prawiro,1990:100-107) kinerja perpajakan sering tidak optimal dikarenakan rendahnya tingkat kesadaran masyarakat dalam membayar pajak. Oleh karena itu meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar pajak menjadi sebuah kunci penting yang dapat dilakukan dengan cara antara lain :

1. Pemberian informasi tentang pajak seperti pemberian brosur yang berisi tentang informasi perpajakan sehingga wajib pajak makin tahu arti pentingnya membayar pajak untuk pembangunan daerah Kota Semarang. Pemberian brosur tersebut sudah dilakukan oleh pemerintah DPKAD Kota Semarang pada saat adanya acara-acara yang diselenggarakan di halaman Balai kota Semarang contohnya

dalam acara Semarang Great Sale yang dilaksanakan pada awal tahun 2016 lalu pihak panitia memasang baliho dan membagikan brosur tentang pajak daerah.



*Gambar 3.1 Bentuk Brosur Dan Baliho Yang Diberikan Pemkot Semarang Saat Acara Semarang Great Sale*

2. Memberikan himbauan kepada masyarakat agar tidak mudah terpengaruh terhadap pemberitaan yang negatif dan buruk terhadap pegawai dan instansi pajak. Karena tidak semua pegawai dan instansi pajak berperilaku sama seperti para tersangka yang terlibat dengan kasus perpajakan. Himbauan tersebut dapat berupa iklan di radio atau pengeras suara yang ada di lampu merah.
3. Mempermudah sistem pembayaran pajak dengan menambah tempat/lokasi dalam melakukan pembayaran pajak khususnya bagi masyarakat di daerah pedesaan yang belum terjangkau akses internet untuk melakukan pembayaran secara online.
4. Dibuatnya sistem kesetaraan dengan pendapatan atau jumlah harta bagi setiap warga masyarakat seperti pemberian nominal atau tarif pajak reklame yang berbeda tergantung pada status wajib pajak itu sendiri, contohnya untuk perusahaan besar (PT. Indofood) dibedakan

tarifnya dengan perusahaan kecil (home industry). sehingga bagi masyarakat/wajib pajak yang statusnya masuk dalam kelas ekonomi menengah kebawah tidak merasa terbebani dengan tarif dan nominal pajak yang terhutang.

5. Diberlakukannya sanksi tegas kepada setiap wajib pajak yang tidak memenuhi kewajibannya sebagai wajib pajak yang patuh dan taat. Dengan diberikan sanksi dimulai dari surat teguran, denda, dan bahkan pemasangan spanduk, sticker terhadap tanah, bangunan, reklame dan yang lainnya sebagai tanda bahwa wajib pajak tersebut belum memenuhi kewajiban pajaknya.



*Gambar 3.2 reklame di ngaliyan belum membayar pajak*

6. Pemerintah Semarang membuat rancangan Perda yang baru. Perda tersebut dapat berisi tentang perubahan titik-titik lokasi strategis, aturan-aturan lainnya dalam pembayaran pajak reklame terutama

pemberian sanksi dan denda pada reklame yang terpasang secara ilegal. Reklame ilegal tersebut adalah reklame yang tidak lapor kepada pihak DPKAD sehingga reklame tersebut tidak memiliki izin untuk dipasang. Contohnya banyaknya sticker dan poster konser music yang terpasang di pohon, pada tiang listrik, pagar, dan lain-lain.

### **3.6 Hambatan-Hambatan Yang Dihadapi Pemerintah Kota Semarang Dalam Upaya Optimalisasi Pajak Reklame**

#### **3.6.1 Hambatan Internal**

Terkait dengan upaya untuk optimalisasi dalam pengelolaan pajak reklame, juga seringkali ditemukan adanya hambatan-hambatan yang dihadapi pemerintah kota dalam upaya optimalisasi tersebut, sehingga upaya optimalisasi itu tidak dapat berjalan sesuai dengan rencana dan target yang diharapkan oleh pemerintah. Hambatan tersebut dapat timbul dari dalam (internal) Dinas Pengelolaan Keuangan Dan Aset Daerah dan dari luar/lingkungan dinas terkait (eksternal). Berikut dijelaskan beberapa hambatan yang timbul dari dalam (internal) yaitu :

##### **3.7.1.1 Keterbatasan Sumber Daya Manusia**

Masih kurangnya sumber daya manusia atau pegawai dari pihak-pihak terkait menjadi salah satu hambatan yang dihadapi oleh pemerintah. Adapun jumlah pegawai pajak keseluruhan di Pemerintah Kota Semarang : 227 (pegawai Negeri Sipil) , 4 (pegawai honorer), dengan jumlah pegawai Pajak Reklame hanya berjumlah 21 orang.

Peranan pegawai pajak sangat berperan penting dalam upaya optimalisasi ini, seperti dalam pelaksanaan

penagihan, penyuluhan, kampanye, bahkan pegawai yang bertugas di loket/tempat pembayaran pajak yang jumlahnya masih sedikit sehingga seringkali ditemukan antrian-antrian panjang pada kantor pelayanan pajak seperti KPP Pratama, Kelurahan, dan Kecamatan. Antrian panjang ini yang menyebabkan sebagian wajib pajak merasa malas dan tidak nyaman ketika akan memenuhi kewajiban perpajakannya.

Selain itu masyarakat yang belum paham tentang pajak tentu akan merasakan kesulitan ketika akan mengurus perpajakan seperti dalam perizinan reklame, seharusnya ada pegawai pajak yang menjaga di bagian perizinan reklame yang dapat membimbing masyarakat dan menjelaskan secara lebih detail tentang pajak reklame. Pegawai tersebut juga harus dapat menguasai materi perpajakan.

### **3.7.1.2 Kurangnya Sarana dan Informasi**

Kurangnya sarana dan prasarana serta informasi yang menunjang dalam pelaksanaan pemungutan pajak reklame sangat mempengaruhi tingkat pendapatan dari pajak reklame itu sendiri. Dalam hal pembayaran atau pengurusan izin reklame masyarakat harus mendatangi kantor DPKAD setempat, seharusnya pemerintah dapat menambah sarana untuk dapat melakukan proses perizinan tersebut agar masyarakat yang tinggal di daerah pedesaan dapat lebih mudah dalam mengurus perizinan pemasangan reklame tersebut. Kurangnya intensitas pemberian informasi pada media-media tertentu misalkan melalui sosialisasi, dalam 1 (satu) tahun pemerintah Kota Semarang hanya melakukan sosialisasi 1 kali saja yaitu

saat akan memasuki masa pajak tahun berikutnya yaitu pada bulan maret. Biasanya sosialisasi tersebut diselenggarakan di pusat keramaian kota seperti di Taman Menteri Supeno (Taman KB Kota Semarang), Mall Ciputra Semarang, Lapangan Simpang Lima, dan seminar-seminar di lingkungan Universitas-universitas yang ada di Kota Semarang. Ini membuat masyarakat yang belum tau tidak begitu memahami tata cara dan pengurusan reklame.

### **3.7.2 Hambatan Eksternal**

Selain adanya hambatan internal, juga terdapat hambatan-hambatan eksternal (yang berasal dari luar). Hambatan dari luar tersebut adalah hambatan yang berasal dari luar lingkungan DPKAD (Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah) Kota Semarang, yaitu Wajib Pajak dan Objek Pajak Reklame yang dijelaskan sebagai berikut :

#### **3.7.2.1 Pemasangan reklame yang belum sesuai dengan standar yang telah ditetapkan**

Di beberapa tempat seringkali ditemukan reklame yang belum sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh Pemerintah Kota Semarang. Seperti ukuran reklame, ketinggian, dan jangka waktu pemasangan yang masih belum sesuai standar yang seharusnya seperti NSR (nilai sewa reklame) yang telah ditetapkan. Banyak ditemukan reklame yang terpasang dengan ukuran yang lebih besar dan tidak sesuai dengan yang sudah ditentukan. Ini menyebabkan ukuran reklame yang terlalu besar bisa saja menutupi jalan atau wilayah tempat dimana reklame itu terpasang. Contohnya reklame di sekitar jalan simpang lima pada tahun 2015 terdapat baliho yang ukurannya



terlalu lebar sehingga menutupi lampu jalan yang ada di belakang reklame tersebut.

### **3.7.2.2 Banyaknya Reklame Ilegal**

Masih banyak reklame-reklame yang terpasang tanpa izin bertebaran di sudut-sudut jalanan Kota ataupun daerah sekitar perumahan. Maraknya acara-acara atau event di Kota Semarang membuat pihak panitia gencar mengadakan promosi lewat media pemasangan spanduk ataupun baliho. Seperti spanduk acara-acara pentas seni dari Fakultas yang ada di Universitas, sticker atau poster konser musik, spanduk-spanduk dari partai politik, sticker iklan klinik kesehatan dan kecantikan, iklan berjalan yang ada pada kendaraan, dan lain-lain. Meskipun pemasangan itu berlangsung singkat hanya tidak kurang dari 1 minggu bahkan hanya beberapa hari saja, namun seharusnya pihak panitia atau penyelenggara dapat melaporkan terlebih dahulu untuk izin pemasangan reklame-reklame tersebut kepada pemerintah atau dinas yang terkait. Karena apapun alasannya mereka sudah seharusnya sadar akan keharusannya dalam pemenuhan pajak reklame yang terpasang. Banyaknya reklame ilegal yang ada harusnya merupakan bagian dari unsur potensi pajak reklame yang dapat meningkatkan sumber pendapatan asli daerah Kota Semarang. Apabila jumlah reklame ilegal semakin berkurang tentunya ini akan meningkatkan jumlah efektivitas pendapatan pajak reklame yang ada di Kota Semarang, dan meningkatkan realisasi pajak reklame Kota Semarang.



*Gambar 3.3 Reklame ilegal acara pensi*



*Gambar 3.4 Reklame ilegal yang terpasang di tiang listrik*

### **3.7.2.3 Kurangnya Kesadaran Wajib Pajak Dalam Pemenuhan Kewajiban Perpajakan**

Sebagian masyarakat awam masih sangat rendah dalam hal tingkat kesadaran dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Terutama bagi masyarakat yang memiliki kesibukan yang sangat tinggi dan berdomisili di daerah yang jaraknya jauh dari pusat kota/kantor DPKAD

setempat. Kurangnya kesadaran dalam membayar pajak membuat mereka seringkali mengenyampingkan dalam membayar pajak, dan lebih memilih untuk menunggak pembayaran dengan alasan kesibukan tersebut. Dengan kurangnya kesadaran tersebut itu membuktikan pemerintah Kota Semarang masih jauh dari kata optimal dalam pendapatan pajak reklame di setiap tahunnya, itu dibuktikan dari tabel target dan realisasi yang menunjukkan denda disetiap tahunnya semakin meningkat yang menandakan wajib pajak masih belum sadar akan kewajiban perpajakannya. Selain itu banyaknya reklame ilegal yang terpasang juga seharusnya bisa meningkatkan pendapatan yang diterima oleh pemerintah Kota Semarang. Reklame ilegal tersebut juga merupakan potensi dari pajak reklame namun tidak terdaftar secara resmi dan legal di Dinas Pengelolaan Keuangan Dan Aset Daerah Kota Semarang. Sehingga pemerintah tidak mendapatkan penerimaan pajak yang sesuai dengan potensi pajak yang ada.

#### **3.7.2.4 Banyaknya Pemikiran Negatif Tentang Pajak**

Akhir-akhir ini semakin banyak berita di media elektronik seperti televisi dan internet yang menayangkan pemberitaan tentang pajak. Namun tidak sedikit dari pemberitaan tersebut berisi kabar yang negatif. Contohnya seperti korupsi, KKN, penggelapan pajak dan sebagainya. Masyarakat yang merupakan makhluk sosial yang dapat berinteraksi satu sama lain akan dengan mudah mendengar berita negatif tersebut dimana-mana baik itu dari media atau pembicaraan langsung antar masyarakat.

Semakin banyaknya berita dan isu-isu negatif yang beredar membuat pegawai atau instansi yang berhubungan dengan pajak mendapat citra yang buruk di mata masyarakat. Mereka akan berfikir bahwa pegawai dan instansi pajak tersebut juga tidak lepas dari kegiatan yang melanggar hukum seperti korupsi, penyuapan, bahkan penggelapan uang pajak yang disetorkan masyarakat.. Buruknya citra tersebut membuat sebagian masyarakat merasa tidak percaya terhadap kinerja pegawai yang ada. Dari rasa tidak percaya itulah yang membuat masyarakat mengulur-ulur waktu dalam hal pembayaran pajak.

### **3.8 Upaya Yang Dilakukan Pemerintah Kota Semarang Dalam Mengatasi Hambatan Dalam Optimalisasi Pajak Reklame**

#### **3.8.1 Sosialisasi Masyarakat Tentang Perpajakan Daerah**

Pemerintah perlu melaksanakan sosialisasi yang lebih efektif dan efisien tentang perpajakan daerah kepada masyarakat. Sosialisasi dapat dilaksanakan di tempat-tempat keramaian seperti area Car free day, pusat kota, dan pusat perbelanjaan. Dalam sosialisasi itu sendiri pemerintah dapat menjelaskan tentang apa itu pajak daerah, kontribusi pajak daerah terhadap pembangunan Kota Semarang, dan pengenalan lebih rinci tentang pajak daerah yang ada di Kota Semarang khususnya pajak reklame. Pemerintah juga dapat bekerja sama dengan pihak-pihak terkait. Adapun kegiatan sosialisasi tersebut berisikan :

- Pembekalan ilmu perpajakan terutama mengenai pentingnya perizinan pajak reklame

- Memberi informasi dengan pemberian brosur tentang pajak reklame pada area car free day, car free night, festival, pameran dan acara lainnya.

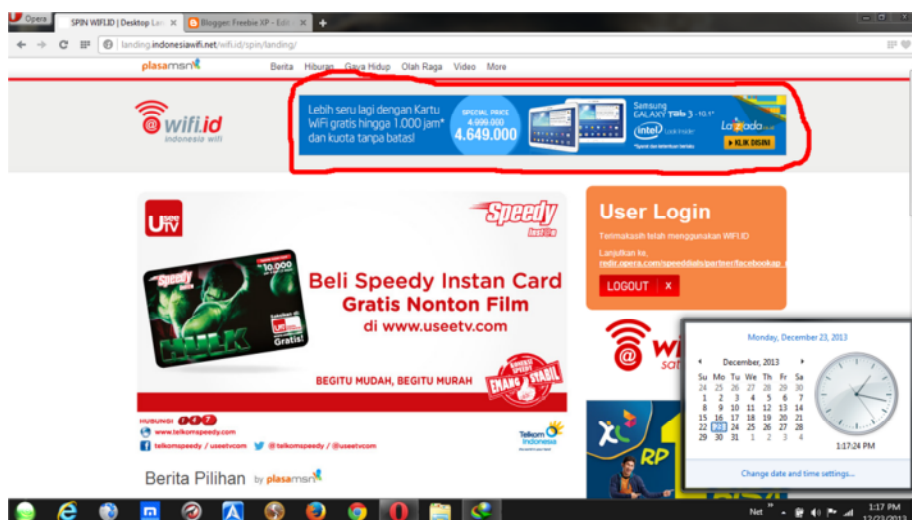
Sejauh ini pemerintah kota Semarang sangat gencar melakukan sosialisasi tentang perpajakan, berikut ini beberapa sosialisasi yang pernah dilaksanakan yaitu :

1. Seminar nasional perpajakan di fakultas ekonomi UNTAG Semarang (20 agustus 2015)
2. Sosialisasi pajak daerah di taman menteri supeno pada saat acara car free day (29 mei 2016)

### **3.8.2 Pemberian Informasi Lewat Media Iklan**

Dalam hal pemberian informasi sebaiknya pemerintah memasang beberapa informasi lewat surat kabar, iklan, bahkan lewat saluran radio yang dapat didengar oleh masyarakat. Informasi tersebut dapat berupa penjelasan tentang pajak reklame beserta tata cara pemasangan dan pembayarannya. Makin canggih dan berkembangnya media elektronik yang ada seperti handphone pintar, jaringan internet WIFI Gratis contohnya seperti saat kita mengakses Hotspot (Wifi) Secara gratis layar smartphone kita akan terlempar ke jendela iklan berupa informasi tentang pajak daerah kota Semarang salah satunya pajak reklame. Tetapi kebanyakan hotspot gratis di Kota Semarang hanya menampilkan iklan produk – produk berbayar saja seperti iklan belanja online atau produk kecantikan yang belum tentu telah membayar pajak. Ini dapat menjadi peluang bagi pemerintah dalam menyebarkan informasi tentang pajak reklame. Semakin sering informasi itu disebarluaskan kepada masyarakat maka akan semakin banyak masyarakat yang tahu tentang pajak reklame. Iklan tersebut juga dapat berisi himbauan atau pemberitahuan guna meyakinkan masyarakat bahwa tidak semua pegawai atau instansi pemerintah yang berhubungan

dengan pajak itu memiliki citra yang buruk. Karena pada hakikatnya pajak yang dibayarkan oleh masyarakat itu akan langsung masuk ke kas negara tanpa perantara pegawai atau instansi manapun.



.. Gambar 3.5 Contoh iklan saat masuk ke jendela Hotspot gratis

### 3.8.3 Petugas Terjun Langsung Ke Lapangan Untuk Melakukan Pendataan

Dalam hal Pemasangan reklame yang belum sesuai dengan standar yang telah ditetapkan, maka perlu dilaksanakannya pengawasan yang lebih tinggi oleh pemerintah maupun Dinas Pengelolaan Keuangan Dan Aset Daerah Kota Semarang terhadap perizinan serta pemasangan reklame di Kota Semarang. Sebagai salah satu bentuk pengawasan, petugas dapat terjun langsung ke lapangan untuk melakukan pendataan terhadap reklame yang akan dipasang beserta rincian dan NSR yang telah ditentukan untuk dapat dipasang pada tempat seharusnya. Petugas yang bersangkutan melakukan pendataan langsung terhadap reklame yang terpasang pada kawasan-kawasan komersial yang penuh reklame seperti daerah simpang lima, jalan pandanaran, kawasan kota lama, dan

sebagainya. Sehingga reklame yang terpasang nantinya akan sesuai dengan standar yang sudah seharusnya dan data yang sudah ada pada DPKAD Kota Semarang. Petugas juga perlu melakukan pendataan lebih rinci lagi terhadap reklame-reklame yang terpasang secara ilegal sehingga dapat ditertibkan.

#### **3.8.4 Penertiban Dengan Surat Teguran**

Upaya lainnya yang dapat dilakukan oleh pemerintah Kota Semarang adalah dengan diberlakukannya penertiban terhadap reklame-reklame yang sudah habis masa tayangnya, dan terhadap reklame yang belum terpasang sesuai tempat seharusnya. Penertiban itu sendiri dapat dilaksanakan dengan cara pemberian surat teguran atau peringatan terlebih dahulu kepada wajib pajak yang bersangkutan. Dengan adanya surat teguran tersebut diharapkan para wajib pajak dapat lebih menyadari kesalahan-kesalahan mereka dan memenuhi kewajiban perpajakannya supaya dapat lebih patuh dan taat.

#### **3.8.5 Pengawasan Lapangan Oleh Dinas Pengelolaan Keuangan Dan Aset Daerah Dibantu Oleh Dinas Pekerjaan Umum Dan Perumahan Dan Satpol PP**

Selain dengan dilakukannya pendataan oleh pemerintah dan dinas terkait, pihak Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah dapat melakukan pengawasan langsung terhadap reklame-reklame yang terpasang di jalan-jalan dan kawasan komersial yang ada di Kota Semarang. Dalam pengawasan ini tentunya pemerintah harus dapat bekerja sama dengan Dinas Pekerjaan Umum dan Perumahan, serta dibantu juga oleh pihak Satuan Polisi Pamong Praja. Satuan polisi pamong praja tersebut dapat melakukan pengawasan dan pengecekan secara berkala seperti pada setiap malam hari guna memastikan tidak ada reklame yang berubah atau

disalahgunakan tidak sesuai dengan fungsinya. Petugas pun dapat langsung menertibkan dan melakukan penyidikan terhadap reklame ilegal yang sudah terlanjur terpasang. Dengan banyaknya pihak yang membantu dalam pelaksanaan pengawasan, maka diharapkan reklame-reklame yang ada di kota Semarang akan lebih mudah terpantau sehingga akan mengurangi jumlah wajib pajak yang berlaku curang dalam pemasangan reklame seperti menambah jumlah reklame yang akan dipasang, mengubah ukuran reklame yang seharusnya, dan bahkan mencuri-curi kesempatan untuk memasang reklame secara ilegal.





