



**SKRIPSI**

**KAJIAN YURIDIS PAJAK REKLAME BERDASARKAN PERATURAN  
DAERAH KOTA MALANG NOMOR 2 TAHUN 2015  
TENTANG PAJAK DAERAH**

*THE ADVERTISEMENT JURIDICAL BASED ON THE REGION MALANG  
DISTRICT NUMBER 2 YEARS 2015 ON LOCAL TAXES*

Oleh

**JEHA SUFI LABIBA**

**NIM : 120710101046**

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS HUKUM**

**2017**

**SKRIPSI**

**KAJIAN YURIDIS PAJAK REKLAME BERDASARKAN PERATURAN  
DAERAH KOTA MALANG NOMOR 2 TAHUN 2015  
TENTANG PAJAK DAERAH**

*THE ADVERTISEMENT JURIDICAL BASED ON THE REGION MALANG  
DISTRICT NUMBER 2 YEARS 2015 ON LOCAL TAXES*

Oleh

**JEHA SUFI LABIBA**

**NIM : 120710101046**

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS HUKUM**

**2017**

### MOTTO

(Seorang pelajar tidak akan memperoleh ilmu dan tidak akan bisa mengambil manfaatnya kecuali dengan mengagungkan ilmu, pengarang dan guru <sup>1</sup>)



---

<sup>1</sup> Syaikh Az-Zarnuji. 1995. Kitab Ta'limul Muta'allim. Penerbit Haramain. Hlm.33

### **PERSEMBAHAN**

Dengan mengucapkan puji syukur atas rahmat Allah SWT, penulis persembahkan skripsi ini untuk:

1. Kedua orang tua yang sangat penulis sayangi, hormati dan banggakan, Ayahanda Drs.H. Masrur dan Ibunda Dra.Hj. Hilda Afida yang selalu memberikan do'a restu, kasih sayang, semangat, dukungan serta semua pengorbanan yang tidak ternilai oleh apapun;
2. Suami tercinta yang sangat penulis sayangi, hormati dan banggakan, Mas Ahmad Mujaddid, S.Pd.I., yang telah memberikan semangat, dukungan, do'a dan motivasi serta selalu menemani penulis tanpa rasa lelah;
3. Almamater tercinta Universitas Jember yang penulis banggakan.

**PERSYARATAN GELAR**

**KAJIAN YURIDIS PAJAK REKLAME BERDASARKAN PERATURAN  
DAERAH KOTA MALANG NOMOR 2 TAHUN 2015  
TENTANG PAJAK DAERAH**

*THE ADVERTISEMENT JURIDICAL BASED ON THE REGION MALANG  
DISTRICTNUMBER 2 YEARS 2015 ON LOCAL TAXES*

**SKRIPSI**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat  
Untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Hukum (S1)  
Dan mencapai gelar Sarjana Hukum

**JEHA SUFI LABIBA**

**NIM : 120710101046**

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS HUKUM**

**2017**

**SKRIPSI INI TELAH DISETUJUI**

**TANGGAL, 25 April 2017**

**Oleh:**

**Dosen Pembimbing Utama,**

**RIZAL NUGROHO, S.H., M.Hum.**

**NIP. 195611251984031002**

**Dosen Pembimbing Anggota,**

**IDA BAGUS OKA ANA, S.H., M.M.**

**NIP. 196011221989021001**

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul:

**KAJIAN YURIDIS PAJAK REKLAME BERDASARKAN PERATURAN  
DAERAH KOTA MALANG NOMOR 2 TAHUN 2015 TENTANG PAJAK  
DAERAH**

Oleh:

**JEHA SUFI LABIBA**

**NIM : 120710101046**

**Pembimbing,**

**Pembantu Pembimbing,**

**RIZAL NUGROHO, S.H., M.Hum.**

**NIP. 195611251984031002**

**IDA BAGUS OKA ANA, S.H., M.M.**

**NIP. 196011221989021001**

**Mengesahkan,**

**Kemeterian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi**

**Universitas Jember**

**Fakultas Hukum**

**Dekan,**

**Dr. NURUL GHUFRON, S.H., M.H.**

**NIP. 197409221999031003**

**PENETAPAN PANITIA PENGUJI**

Dipertahankan di hadapan Panitia Pengujian pada:

Hari : Jum'at

Tanggal : 11

Bulan : November

Tahun : 2016

Diterima oleh Panitia Penguji Fakultas Hukum Universitas Jember

**Panitia Penguji :**

**Ketua,**

**Sekretaris,**

**Dr. JAYUS, S.H., M.Hum.**

**NIP. 195612061983031003**

**NURUL LAILI F., S.H., M.M.**

**NIP. 198707132014042001**

**Anggota Penguji,**

1. **RIZAL NUGROHO, S.H., M.Hum.**

: .....

**NIP. 195611251984031002**

2. **IDA BAGUS OKA ANA, S.H., M.M.**

: .....

**NIP. 196011221989021001**



**PERNYATAAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : JEHA SUFI LABIBA

NIM : 120710101046

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul :

**KAJIAN YURIDIS PAJAK REKLAME BERDASARKAN PERATURAN  
DAERAH KOTA MALANG NOMOR 2 TAHUN 2015 TENTANG PAJAK  
DAERAH**

adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggungjawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 08 Mei 2017

Yang menyatakan,

**JEHA SUFI LABIBA**

**NIM. 120710101046**

### UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul:

#### **KAJIAN YURIDIS PAJAK REKLAME BERDASARKAN PERATURAN DAERAH KOTA MALANG NOMOR 2 TAHUN 2015 TENTANG PAJAK DAERAH**

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, koreksi, dukungan, semangat dan do'a dari semua pihak, sehingga pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terimakasih kepada:

1. Bapak Rizal Nugroho, S.H., M.Hum. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, saran dan motivasi dalam penulisan skripsi ini;
2. Bapak Ida Bagus Oka Ana, S.H., M.M. selaku Dosen Pembantu Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran dan motivasi dalam penulisan skripsi ini;
3. Bapak Dr. Jayus, S.H., M.Hum. selaku Dosen Ketua Penguji yang telah memberikan kritik, saran dan masukan yang bermanfaat untuk perbaikan penulisan skripsi ini;
4. Ibu Nurul Laili Fadhilah., S.H., M.M. selaku Sekretaris Dosen Penguji yang telah memberikan banyak tambahan ilmu serta masukan yang bermanfaat bagi penulis dalam perbaikan penulisan skripsi ini;
5. Bapak Dr. Nurul Ghufron, S.H., M.H. selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Jember yang telah memberikan persetujuan skripsi ini;
6. Ibu Dr. Dyah Ochtorina, S.H., M.Hum., Bapak Mardi Hadono, S.H., M.H., dan Bapak Iwan Rachmad Soetijono, S.H., M.H. selaku Pembantu Dekan I, Pembantu Dekan II, dan Pembantu Dekan III Fakultas Hukum Universitas Jember;

7. Bapak Multazaam Muntahaa, S.H., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan akademik, semangat dan motivasi dalam menuntut ilmu;
8. Para dosen yang terhormat dan seluruh staf serta karyawan Fakultas Hukum Universitas Jember yang telah memberikan ilmu, dukungan dan membantu penulis dalam perkuliahan;
9. Kepada teman-teman seperjuanganku, Septian Nurussamawah, S.H., Yenny Setiawan, Rina Dwi Prasetya, S.H., Iin Nur Kholilah, Renika Marliani, S.H., Irma Wildana, S.H., terimakasih atas segala hal yang telah kalian berikan, semua canda, tawa, pengalaman serta pelajaran hidup luar biasa yang senantiasa menguatkan langkah ini untuk terus berjuang menggapai cita-cita dan impian;
10. Teman-temanku Ikatan Mahasiswa Hukum Tata Negara (IMA HTN), Nur Kholifah S.H., melly, Denny, S.H., Budi, Jeffry S.H., Mas Wian, S.H., Mas Nando, S.H., dan teman-teman IMA HTN lainnya yang telah memberikan semangat dan motivasi serta segala bantuan dalam penyusunan skripsi ini;
11. Teman-temanku seperjuangan dalam Kuliah Kerja Nyata 51 (KKN 51) Desa Bantaran, Kecamatan Bantaran, Kabupaten Probolinggo, Nur Watul Khasanah, Bariroh, Dini Syarifah, Naifah Salma, Della Permata Kusuma, Ahmad Ulul Arham, Duval Ardiansyah, Lutfi Hakim, Zainal Arifin.;
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan pahala yang baik berkah bagi kitasemua dan mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Jember, 08 Mei 2017

Penulis

## RINGKASAN

Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan utama bagi sebuah negara yang dibayarkan oleh masyarakat. Pajak juga sebagai iuran pemungutan yang dapat dipaksakan oleh pemerintah berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan serta sebagai perwujudan peran dalam masyarakat atau wajib pajak untuk dan secara langsung bersama-sama melaksanakan kewajiban perpajakan yang diperlukan untuk membiayaan negara dan pembangunan nasional. Sebagaimana dinyatakan dalam Pasal 23 ayat (2) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang menegaskan agar setiap pajak yang akan dipungut haruslah berdasarkan undang-undang, berdasarkan hasil amandemen Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, ketentuan tersebut diatur dalam Pasal 23A Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Bagi pemerintah daerah penerimaan pajak yang terpenting dan dominan ialah yang bersumber dari pajak pembangunan, pajak hiburan atau tontonan dan pajak reklame. Yang pada dasarnya merupakan penerimaan bagi hasil dari pemerintah pusat kepada pemerintah daerah, untuk meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD). Hasil dari pungutan pajak tersebut akan digunakan untuk mensejahterahkan masyarakat. Berdasarkan pada uraian diatas maka penulis tertarik untuk membahas kedalam suatu karya ilmiah skripsi.

Rumusan masalah dalam skripsi ini yaitu Bagaimana pengawasan dinas pendapatan daerah pemerintah Kota Malang terhadap pelaksanaan pajak reklame dan Bagaimana dampak pajak reklame bagi pemerintah daerah dan masyarakat. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk Mengetahui dan memahami pengawasan dinas pendapatan daerah pemerintah Kota Malang terhadap pelaksanaan pajak reklame dan Mengetahui dan memahami dampak positif maupun negatif adanya pajak reklame bagi pemerintah daerah dan masyarakat. Metode dalam penulisan skripsi ini adalah metode penelitian yuridis normatif dengan menggunakan metode pendekatan undang-undang (*Statute Approach*), dan pendekatan konseptual (*Conceptual Approach*). Sumber bahan hukum yang digunakan atas bahan hukum primer, sumber bahan hukum sekunder dan bahan non hukum.

Berdasarkan rumusan masalah dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan bahwa: (1) Di Kota Malang pajak daerah telah diatur dalam Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2015 tentang Pajak Daerah. Dalam Peraturan Daerah tersebut salah satu jenis pajak daerah kota atau kabupaten yang disebutkan yaitu pajak reklame. Sistem pajak reklame menggunakan sistem yang tergantung pada kesadaran pajak dari masing-masing wajib pajak. Pengawasan terhadap dinas pendapatan daerah Kota Malang dalam pelaksanaan pemungutan pajak reklame dilakukan oleh beberapa pihak terkait antara lain yaitu: Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan, Badan Pemeriksa Keuangan, Inspektorat Kota Malang. (2) Dengan adanya pajak reklame dampak positif yang di peroleh pemerintah daerah untuk dapat meningkatkan pendapatan asli daerah yang kian tahun mengalami perubahan pesat dengan banyaknya usaha-usaha baru yang membutuhkan sebuah media dalam memasarkan produk-produk, barang, jasa, orang, atau badan. Yang pada dasarnya merupakan penerimaan bagi hasil dari pemerintah pusat kepada pemerintah daerah, untuk meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD). Dampak positif hasil dari pungutan pajak tersebut akan digunakan untuk mensejahterahkan masyarakat yang disalurkan melalui sarana dan prasarana secara langsung maupun tidak langsung.

Saran yang dapat di berikan pemerintah juga harus melakukan suatu penyuluhan dan pengawasan di lapangan terhadap pelaksanaan dan penerapan pengaturan tersebut agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam menafsirkan pengaturan tersebut mengenai apa yang boleh dilakukan dan apa yang tidak boleh dilakukan. Agar tidak terjadi penyalahgunaan wewenang dalam mengawasi para wajib pajak, agar tidak terjadinya penyelewengan dana dalam pemungutan pajak reklame agar pengalokasian dana dapat tepat sasaran demi mensejahterahkan masyarakat, juga melakukan penataan pada iklan-iklan reklame baik reklame papan, kain, melekat dan reklame lainnya khususnya di Kota Malang agar tidak terjadi kekumuhan tata ruang kota juga tidak berakibat membahayakan masyarakat akan kualitas bahan yang tidak bagus dan tidak sesuai dengan standar reklame yang baik.



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN SAMPUL DEPAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN SAMPUL DALAM</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSYARATAN GELAR</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>HALAMAN PENETAPAN PANITIA PENGUJI</b> .....	<b>viii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>HALAMAN UCAPAN TERIMAKASIH</b> .....	<b>x</b>
<b>HALAMAN RINGKASAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>HALAMAN DAFTAR ISI</b> .....	<b>xv</b>
<b>HALAMAN DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.3.1 Tujuan Umum .....	5
1.3.2 Tujuan Khusus .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.5 Metode Penelitian .....	5
1.5.1 Tipe Penelitian .....	6
1.5.2 Pendekatan Masalah .....	6
1.5.3 Sumber Bahan Hukum .....	7
1.5.3.1 Bahan Hukum Primer .....	7
1.5.3.2 Bahan Hukum Sekunder .....	8
1.5.3.3 Bahan Non Hukum .....	8

	15
1.5.4 Analisis Bahan Hukum .....	8
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1 Pajak Daerah dan Retribusi Daerah .....	10
2.1.1 Pengertian Pajak Reklame,Pajak dan Retribusi Daerah.....	10
2.1.2 Objek dan Subjek Pajak Reklame .....	12
2.1.3 Jenis Pajak Daerah .....	14
2.1.4 Sistem Pemungutan Pajak Kota dan Kabupaten .....	15
2.1.3 Dasar Hukum Pemungutan Pajak Reklame .....	16
2.2 <i>Earmarking Tax</i> (Pengalokasian Pajak).....	16
2.2.1 Pengertian <i>Earmarking Tax</i> (Pengalokasian Pajak).....	16
2.2.2 <i>Earmark</i> Pajak.....	18
2.2.3 Dasar Hukum <i>Earmarking Tax</i> .....	20
<b>BAB 3 PEMBAHASAN .....</b>	<b>21</b>
3.1 Pengawasan Dinas Pendapatan Daerah Kota terhadap Pelaksanaan Pajak .....	21
3.2 Dampak Pajak Reklame .....	30
3.2.1 Regulasi Pajak Daerah dan Retribusi Daerah .....	30
3.2.2 Pajak Daerah sebagai Sumber Pendapatan Asli Daerah .....	33
3.2.3 Tarif Pajak Reklame.....	37
3.2.4 Pengalokasian Hasil Realisasi Penerimaan Pajak Daerah.....	42
<b>BAB 4 PENUTUP.....</b>	<b>49</b>
4.1 Kesimpulan .....	49
4.2 Saran .....	50
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>51</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
<b>Tabel 1</b> Tarif Pajak Reklame Tetap Berdasarkan Peraturan Walikota Malang Nomor 34 Tahun 2013 dengan Masa Pajak 1 Tahun .....	37
<b>Tabel 2</b> Tarif Pajak Reklame Tetap Berdasarkan Peraturan Walikota Malang Nomor 34 Tahun 2013 dengan Masa Pajak 1 Bulan.....	38
<b>Tabel 3</b> Tarif Pajak Reklame Tetap Berdasarkan Peraturan Walikota Malang Nomor 34 Tahun 2013 dengan Masa Pajak 1 Hari .....	39
<b>Tabel 4</b> Tarif Pajak Reklame Tetap Berdasarkan Peraturan Walikota Malang Nomor 34 Tahun 2013 dengan Masa Pajak 1 Kali Penyelenggaraan .....	40
<b>Tabel 5</b> Laporan Realisasi Penerimaan Pajak Daerah Tahun Anggaran 2015 sampai dengan Desember 2015 .....	42
<b>Tabel 6</b> Laporan Realisasi Penerimaan Pajak Daerah Tahun Anggaran 2016 sampai dengan Desember 2016 .....	43
<b>Tabel 7</b> Laporan Realisasi Penerimaan Pajak Daerah Tahun Anggaran 2017 sampai dengan Februari 2017.....	43



## BAB 1 PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan utama bagi sebuah negara yang dibayarkan oleh masyarakat. Pajak juga sebagai iuran pemungutan yang dapat dipaksakan oleh pemerintah berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan serta sebagai perwujudan peran dalam masyarakat atau wajib pajak untuk dan secara langsung bersama-sama melaksanakan kewajiban perpajakan yang diperlukan untuk membiayaan negara dan pembangunan nasional. Seiring dengan perkembangan masyarakat, maka dibuatlah suatu aturan yang lebih baik yang bersifat memaksa dengan memperhatikan unsur keadilan. Guna memenuhi unsur keadilan inilah maka rakyat diikut sertakan dalam membuat berbagai aturan pemungutan pajak yang terlebih dahulu harus disetujui oleh rakyat, sebagaimana dinyatakan dalam Pasal 23 ayat (2) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang menegaskan agar setiap pajak yang akan dipungut haruslah berdasarkan undang-undang.<sup>2</sup>

Pengenaan pajak dalam perundang-undangan perpajakan pada dasarnya sudah mengacu landasan tepat walaupun belum sepenuhnya bersifat konstitusional. Bahkan dalam penerapannya masih belum memiliki kesamaan langkah guna menyelesaikan berbagai macam permasalahan hukum di bidang perpajakan. Berdasarkan hasil amandemen Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, ketentuan tersebut diatur dalam Pasal 23A yang berbunyi “pajak dan pungutan lain yang bersifat memaksa untuk keperluan negara diatur dengan undang-undang”, berarti pemungutan pajak telah mendapatkan persetujuan dari rakyat melalui perwakilan di Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), yang biasa disebut “berdasarkan yuridis” berarti pemerintah telah memberikan jaminan hukum yang tegas akan hukum negara dalam pemungutan pajak yang

---

<sup>2</sup>Wirawan B. Ilyas, richard burton. 2013. Hukum pajak: teori, analisis dan perkembangannya. edisi 6. Jakarta: penerbit salemba empat. Hlm. 5

nantinya akan dikembalikan juga hasilnya untuk kepentingan rakyat dan kesejahteraan masyarakat .<sup>3</sup>

Sejarah pemerintahan daerah di Indonesia, sejak Indonesia merdeka sampai saat ini pajak daerah dan retribusi daerah telah menjadi sumber penerimaan yang dapat diandalkan bagi daerah. Sejak tahun 1948 berbagai undang-undang tentang pemerintah daerah dan pertimbangan keuangan antara pusat dan daerah telah menempatkan pajak daerah dan retribusi daerah sebagai sumber penerimaan daerah, dan dimasukkan menjadi pendapatan asli daerah.<sup>4</sup>

Sifat konstitusional ini menunjukkan perkembangan atau perubahan yang sangat fundamental atau mendasar dalam hal pengenaan atau pungutan pajak. Artinya, dasar hukum melakukan pungutan pajak berdasarkan undang-undang dimakni sebagai boleh diatur undang-undang pajak dan juga dimungkinkan diatur bukan dengan undang-undang sepanjang undang-undang pajak memberikan delegasi melakukan pungutan pajak. Dengan kata lain dasar hukum melakukan pungutan pajak selain diatur dalam undang-undang juga dimungkinkan diatur dalam peraturan pemerintah, peraturan presiden, peraturan menteri keuangan ataupun peraturan direktur jenderal pajak.<sup>5</sup>

Latar belakang reformasi pemungutan pajak daerah dan retribusi daerah di Indonesia dewasa ini tidak terlepas dari pemberlakuan Undang-Undang Pajak Daerah dan retribusi Daerah. Dengan ditetapkannya Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (Lembaran Negara Tahun 2009 Nomor 130, Tambahan Lembaran Negara Nomor 5049) yang selanjutnya disebut Undang-Undang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Bahwa kebijakan pajak daerah dan retribusi daerah dilaksanakan berdasarkan prinsip demokrasi. Pajak daerah dan retribusi daerah merupakan bagian pendapat yang strategis bagi daerah untuk biaya penyelenggaraan pemerintahan. Pasal 1 angka 1 Peraturan

---

<sup>3</sup>*Ibid.* Hlm. 6

<sup>4</sup>Maritho pahala siahaan. 2016. Pajak daerah dan retribusi daerah. Edisi revisi. Cetakan ke-4. Jakarta: rajawali pers. Hlm. 1

<sup>5</sup>Wirawan B. Ilyas, richard burton. *Op Cit.*Hlm. 26

Pemerintah Republik Indonesia Nomor 65 Tahun 2001 tentang Pajak Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2001 Nomor 118, Tambahn Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4138) menyatakan bahwa iuran 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. Dalam upaya mengelola urusan pemerintahan daerah yang lahir sebagai konsekuensi otonomi, daerah harus mampu mengumpulkan uang sebagai instrumen pembiayaan melalui pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan dan/atau diberikan oleh pemerintah daerah untuk kepentingan orang pribadi atau badan, yang dinyatakan dalam Pasal 1 angka 1 Peraturan Pemerintah Nomor 66 Tahun 2001 tentang Retribusi Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2001 Nomor 119, Tambahan Lembaran Negara Nomor 4139).

Sejalan dengan sistem perpajakan nasional, pembinaan pajak daerah dilakukan secara terpadu dengan pajak nasional. Pembinaan ini dilakukan secara terus-menerus, terutama mengenai objek dan tarif pajak, sehingga antara pajak pusat dan pajak daerah saling melengkapi. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah dalam jenis pajak pada kabupaten atau kota salah satunya yang akan dibahas lebih terperinci pada pajak reklame tercantum dalam Pasal 2 ayat (2).

Pajak dan retribusi daerah merupakan sumber Penetapan Asli Daerah (PAD), salah satu pajak yang berpotensi dalam peningkatan pendapatan asli daerah adalah pajak reklame yaitu pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame sendiri memiliki pengertian yang tercantum dalam pasal 1 angka 16 Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 2 Tahun 2015 tentang Pajak Daerah, yang berbunyi :

“Benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, mengajukan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan atau dinikmati oleh umum.”

Dengan adanya pajak reklame yang di peroleh pemerintah daerah untuk dapat meningkatkan pendapatan asli daerah yang kian tahun mengalami perubahan pesat dengan banyaknya usaha-usaha baru yang membutuhkan sebuah media dalam memasarkan produk-produk, barang, jasa, orang, atau badan.

Bagi pemerintah daerah penerimaan pajak yang terpenting dan dominan ialah yang bersumber dari pajak pembangunan, pajak hiburan atau tontonan dan pajak reklame. Penerimaan pajak pada dasarnya merupakan penerimaan bagi hasil dari pemerintah pusat kepada pemerintah daerah, untuk meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD). Hasil dari pungutan pajak tersebut akan digunakan untuk mensejahterahkan masyarakat.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis bermaksud untuk menulis, membahas dan mengkaji lebih lanjut dalam bentuk Tugas Akhir/Skripsi dengan judul **“KAJIAN YURIDIS PAJAK REKLAME BERDASARKAN PERATURAN DAERAH KOTA MALANG NOMOR 2 TAHUN 2015 TENTANG PAJAK DAERAH.”**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang di atas, rumusan masalah yang akan dikaji oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengawasan dinas pendapatan daerah pemerintah Kota Malang terhadap pelaksanaan pajak reklame ?
2. Bagaimana dampak pajak reklame bagi pemerintah daerah dan masyarakat ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Agar memperoleh sasaran yang dikehendaki maka dalam penulisan skripsi ini perlu ditetapkan tujuan penelitian. Tujuan yang hendak dicapai dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

### **1.3.1 Tujuan Umum**

Tujuan umum yang hendak dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk memenuhi dan melengkapi persyaratan pokok yang bersifat akademis guna mencapai gelar Sarjana Hukum di Fakultas Hukum Universitas Jember;
2. Mengembangkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama perkuliahan yang bersifat teoritis dengan realita yang ada di masyarakat;

### **1.3.2 Tujuan Khusus**

Tujuan khusus yang hendak dicapai adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui dan memahami pengawasan dinas pendapatan daerah pemerintah Kota Malang terhadap pelaksanaan pajak reklame;
2. Mengetahui dan memahami dampak positif maupun negatif adanya pajak reklame bagi pemerintah daerah dan masyarakat.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk memberi pengetahuan dan wawasan bagi para akademisi khususnya dan masyarakat umumnya mengenai pengawasan dinas pendapatan pemerintah kota Malang terhadap pelaksanaan pajak reklame yang ada di Kota Malang berdasarkan Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 2 Tahun 2015 tentang Pajak Daerah ;
2. Sebagai bahan masukan bagi pemerintah dan instansi-instansi terkait untuk mengatasi permasalahan serta dampak yang timbul bagi pemerintah daerah dan masyarakat terkait dengan pajak reklame di Kabupaten Malang..

### **1.5 Metode Penelitian**

Penulisan suatu karya ilmiah atau skripsi di dalamnya digunakan metode tertentu yang sistematis dan terarah guna mendapatkan hasil pemecahan dan kesimpulan yang mempunyai nilai validitas dan dapat dipertanggungjawabkan, sehingga pengkajian dan penganalisaan terhadap objek penelitian dapat dilakukan dengan benar dan optimal.. Metode penelitian hukum adalah cara yang digunakan



dalam ilmu hukum untuk menemukan kebenaran hukum. Langkah-langkah yang digunakan menjadi batasan bagi penulis agar tetap terarah pada titik fokus suatu penelitian Untuk itu metode yang digunakan harus tepat karena metode penelitian merupakan faktor penting dalam melakukan suatu penelitian.

### 1.5.1 Tipe Penelitian

Penelitian hukum merupakan suatu penelitian didalam kerangka *know-know* di dalam hukum untuk memberikan prespektif mengenai apa yang seyogianya atas isu yang diajukan<sup>6</sup> Tipe penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah yuridis normatif, yaitu penelitian yang difokuskan untuk mengkaji penerapan kaidah-kaidah atau norma-norma dalam hukum positif. Penelitian ini dilakukan dengan cara mengkaji berbagai aturan hukum yang bersifat formil seperti undang-undang, berkaitan dengan pajak reklame yang kemudian dihubungkan dengan pokok permasalahan dan juga disertai dengan acuan dari peraturan-peraturan serta literatur yang berisi konsep-konsep teoritis yang dihubungkan dengan permasalahan yang dibahas dalam penulisan skripsi ini. Dengan demikian apabila terdapat kesesuaian antara sesuatu yang ditelaah dengan nilai atau ketetapan (aturan), maka disebut kebenaran.

### 1.5.2 Pendekatan Masalah

Penelitian hukum mempunyai beberapa pendekatan. Berdasarkan adanya pendekatan tersebut, peneliti akan memperoleh informasi dari berbagai aspek mengenai isu permasalahan untuk dicari jawabannya atas permasalahan yang menjadi pokok kajian dalam karya ilmiah. Dalam skripsi ini pendekatan yang dilakukan adalah pendekatan undang-undang (*Statute Approach*), dan pendekatan konseptual (*Conceptual Approach*).<sup>7</sup>

Pendekatan undang-undang (*statute approach*) dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang

---

<sup>6</sup>Peter Mahmud Marzuki. 2016. *Penelitian Hukum*. Jakarta: cetakan ke-12. Prenadamedia group. Hlm. 83

<sup>7</sup>*Ibid.* Hlm. 133

sedang ditangani. dengan menalaah semua undang-undang dengan undang-undang lainnya atau antara regulasi dan undang-undang. Hasil dari telaah tersebut meupakan suatu argumen untuk memecahkan isu yang di hadapi.<sup>8</sup> Pendekatan konseptual (*Conceptual Approach*) adalah pendekatan pada pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin akan menemukan ide-ide yang melahirkan pengertian-pengertian hukum, konsep-konsep hukum, dan asas-asas hukum yang relevan akan pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin untuk membangun suatu argumentasi hukum dalam memecahkan isu yang dihadapi.<sup>9</sup>

### 1.5.3 Sumber Bahan Hukum

Sumber bahan hukum dalam penulisan skripsi ini dapat dibedakan menjadi sumber bahan hukum yang berupa bahan-bahan hukum primer dan sumber bahan-bahan hukum sekunder untuk memecahkan isu hukum sekaligus memberikan preskripsi mengenai apa yang seyogyanya. Penelitian hukum juga dapat menggunakan bahan-bahan non hukum apabila dipandang perlu. Pada penelitian skripsi, peneliti menggunakan bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan non hukum.

#### 1.5.3.1 Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang bersifat *autoritatif* artinya merupakan otoritas. Bahan hukum primer terdiri dari perundang-undangan, catatan-catatan resmi atau risalah dalam pembuatan perundang-undangan dan putusan-putusan hakim.<sup>10</sup> Bahan hukum primer yang digunakan dalam penulisan skripsi ini meliputi:

1. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUDNRI 1945);
2. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah;

---

<sup>8</sup>*Ibid.* Hlm. 133.

<sup>9</sup>*Ibid.* Hlm. 136.

<sup>10</sup>*Ibid.* Hlm. 181.

3. Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 tentang Pajak Daerah;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 66 Tahun 2001 tentang Retribusi Daerah;
5. Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 2 Tahun 2015 tentang Pajak Daerah.

#### **1.5.3.2 Bahan Hukum Sekunder**

Bahan hukum sekunder berupa semua publikasi tentang hukum yang bukan merupakan dokumen-dokumen resmi. Publikasi tentang hukum meliputi buku-buku teks, kamus-kamus hukum, jurnal-jurnal hukum, dan komentar-komentar yang bertujuan untuk mempelajari isi dari pokok permasalahan yang akan dibahas.<sup>11</sup> Pada penulisan skripsi ini bahan hukum sekunder yang digunakan yaitu buku-buku teks, kamus-kamus hukum, jurnal-jurnal hukum dan dokumen-dokumen resmi yang berkaitan dengan isu hukum yang menjadi pokok permasalahan.

#### **1.5.3.3 Bahan Non Hukum**

Bahan non hukum merupakan penunjang bagi bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, bahan yang dapat memberikan petunjuk dan penjelasan dalam mengidentifikasi dan menganalisa fakta secara akurat. Adapun bahan non hukum ini dapat berupa data yang diperoleh melalui internet, kamus ataupun wawancara dengan narasumber yang terkait dengan permasalahan yang sedang dikaji.

#### **1.5.4 Analisis Bahan Hukum**

Analisa bahan hukum dalam skripsi ini adalah dengan metode deskriptif normatif, yaitu suatu metode untuk memperoleh gambaran singkat tentang permasalahan tidak didasarkan pada bilangan statistik melainkan pada analisis yang diuji dengan norma-norma dan kaidah hukum yang terkait dengan masalah yang dibahas. Menurut Peter Mahumud Marzuki, dalam melakukan penelitian hukum dilakukan langkah-langkah:<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup>*Ibid.* Hlm. 181.

<sup>12</sup>*Ibid.* Hlm. 213.



1. Mengidentifikasi fakta hukum dan mengeliminir hal-hal yang tidak relevan untuk menetapkan isu hukum yang hendak dipecahkan;
2. Pengumpulan bahan-bahan hukum dan sekiranya dipandang mempunyai relevansi juga bahan-bahan non hukum;
3. Melakukan telaah atas isu hukum yang diajukan berdasarkan bahan-bahan yang telah dikumpulkan;
4. Menarik kesimpulan dalam bentuk argumentasi yang menjawab isu hukum;
5. Meberikan preskripsi berdasarkan argumentasi yang telah dibangun di dalam kesimpulan.

Selanjutnya untuk menarik kesimpulan terhadap analitis bahan hukum dalam skripsi ini dilakukan dengan metode deduktif. Bertujuan untuk menemukan jawaban atas permasalahan pokok yang dibahas kemudian ditarik kesimpulan. Dengan kata lain metode deduktif adalah proses penarikan kesimpulan yang dilakukan dari pembahasan mengenai permasalahan yang bersifat umum menuju permasalahan yang bersifat khusus.

## BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.

#### 2.1.1 Pengertian Pajak Reklame, Pajak dan Retribusi Daerah

Pengertian pajak menurut beberapa ahli sebagaimana yang dikemukakan dibawah ini:<sup>13</sup>

- a. Prof. Dr. M.J.H. Smeets  
“Pajak adalah prestasi kepada pemerintah yang terutang melalui norma-norma umum, dan yang dapat dipaksakannya, tanpa adanya kontraprestasi yang dapat ditunjukkan dalam hal yang individual; maksudnya adalah membuat pembiayai pengeluaran pemerintah.”
- b. Prof. Dr. Rachmat Soemitro, S.H.  
“Pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa-timbal (kontra-prestasi), yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum.”
- c. Sommerfeld  
“Pajak adalah suatu pengalihan sumber-sumber yang wajib dilakukan sektor swasta kepada sektor pemerintah berdasarkan peraturan tanpa mendapat suatu imbalan kembali yang langsung dan seimbang, agar pemerintah dapat melaksanakan tugas-tugasnya menjalankan pemerintahan.”
- d. Dr. Soeparman Soemahamidjaja  
“Pajak adalah iuran wajib berupa uang atau barang, yang dipungut oleh penguasa berdasarkan norma-norma hukum, guna menutup biaya produksi barang-barang dan jasa kolektif dalam mencapai kesejahteraan umum.”

Pengertian pajak reklame sesuai dengan Pasal 1 angka 26 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (Lembaran Negara Tahun 2009 Nomor 130, Tambahan Lembaran Negara Nomor 5049), yang berbunyi :<sup>14</sup>

“ pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame.”

---

<sup>13</sup>Muqodim, 2000. Perpajakan buku satu. Edisi dua, revisi. Yogyakarta: UII press dan EKONISIA.

<sup>14</sup>Marithot pahala siahaa. *Op Cit.* Hlm. 381.

Reklame sendiri memiliki pengertian yang tercantum dalam Pasal 1 angka 27 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (Lembaran Negara Tahun 2009 Nomor 130, Tambahan Lembaran Negara Nomor 5049), yang berbunyi :<sup>15</sup>

“Benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, mengajukan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan atau dinikmati oleh umum.”

Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa pengertian pajak yaitu pungutan pajak haruslah berdasarkan undang-undang yang sifatnya dipaksakan dan tidak ada kontra-prestasi (imbalan langsung yang dapat dirasakan oleh pembayar pajak), dimana negara dan pemerintah pusat maupun daerah yang membiayai berbagai pengeluaran pemerintah (rutin dan pembangunan) bagi kepentingan masyarakat umum.

Retribusi adalah pembayaran wajib dari penduduk kepada negara karena adanya jasa tertentu yang diberikan oleh negara bagi penduduknya secara perorangan. Jasa tersebut dapat dikatakan bersifat langsung, yaitu hanya yang membayar retribusi yang menikmati balas jasa dari negara.<sup>16</sup>

Retribusi daerah adalah pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan dan atau diberikan oleh pemerintah daerah untuk kepentingan orang pribadi atau badan. Sesuai yang tercantum pada Pasal 1 angka 64 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (Lembaran Negara Tahun 2009 Nomor 130, Tambahan Lembaran Negara Nomor 5049).

Beberapa ciri yang melekat pada retribusi daerah yang saat ini dipungut adalah sebagai berikut:<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup>*Ibid.* Hlm. 382.

<sup>16</sup>*Ibid.* Hlm. 5.

<sup>17</sup>*Ibid.* Hlm. 6.

- a. Retribusi merupakan pungutan yang dipungut berdasarkan undang-undang dan peraturan daerah;
- b. Hasil penerimaan retribusi yang masuk ke kas pemerintahan daerah;
- c. Pihak yang membayai retribusi mendapat kontra prestasi (balas jasa) secara langsung dari pemerintah daerah atas pembayaran yang dilakukannya;
- d. Etribusi terutama apabila ada jasa yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah yang dinikmati oleh orang atau badan;
- e. Sanksi yang di kenakan pada retribusi adalah sanksi secara ekonomis, yaitu jika tidak membayar retribusi, tidak akan memperoleh jasa yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah.

Pajak daerah adalah iuran wajib yang dilakukan oleh daerah kepada orang pribadi atau badan tanpa imbalan langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah. Wewenang pemungutannya dilaksanakan oleh pemerintah daerah dan hasil digunakan untuk membiayai pengeluaran pemerintah daerah dalam melaksanakan penyelenggaraan pemerintah dan pembangunan di daerah.<sup>18</sup>

Hal-hal yang berkaitan dengan pemungutan pajak reklame yang perlu diketahui, yaitu:<sup>19</sup>

1. Penyelenggara reklame adalah orang atau badan yang menyelenggarakan reklame baik untuk dan atas namanya sendiri atau untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya;
2. Perusahaan jasa periklanan atau biro reklame adalah badan yang bergerak dalam bidang periklanan yang memenuhi persyaratan sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Panggung reklame suatu sarana atau tempat pemasangan reklame yang yang ditetapkan untuk satu atau beberapa buah reklame;
4. Izin adalah izin penyelenggaraan reklame yang terdiri dari izin tetap dan izin terbatas.

### 2.1.2 Objek dan Subjek Pajak Reklame

Objek pajak reklame adalah semua penyelenggaraan reklame. Yang dapat dilakukan oleh penyelenggara reklame atau perusahaan jasa periklanan atau yang

---

<sup>18</sup>*Ibid.* Hlm. 9.

<sup>19</sup>*Ibid.* Hlm. 383.

terdaftar pada dinas pendapatan daerah kabupaten atau kota. Sebagaimana ditetapkan menjadi objek pajak reklame, yaitu:<sup>20</sup>

1. Reklame permanen, terdiri dari:
  - a. Reklame papan atau billboard adalah reklame yang terbuat dari papan kayu, termasuk seng atau bahan lain yang sejenis, dipasang atau digantungkan atau dibuat pada bangunan, tembok, dinding, pagar, pohon, tiang, dan sebagainya baik bersinar maupun yang disinari;
  - b. Reklame *megatron/videotron/large electronic display* (LED) adalah reklame menggunakan layar monitor besar berupa program reklame atau iklan bersinar dengan gambar dan atau tulisan berwarna yang dapat berubah-ubah, terprogram, dan difungsikan dengan tenaga listrik;
  - c. Reklame berjalan (termasuk pada kendaraan) adalah reklame yang ditempatkan atau ditempelkan pada kendaraan yang diselenggarakan dengan menggunakan kendaraan atau dengan cara dibawa oleh orang.
2. Reklame insidental, terdiri dari:
  - a. Reklame kain adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain, termasuk kertas, plastik karet atau bahan lain yang sejenis dengan itu;
  - b. Reklame baliho adalah reklame berbentuk bidang, dengan bahan terbuat dari kayu, logam, fiberglass atau plastik dan bahan lain yang sejenis sesuai dengan perkembangan jaman yang memasangnya berdiri dengan konstruksi sementara bersifat semi permanen;
  - c. Reklame melekat, stiker adalah 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;
  - d. Reklame selebaran adalah 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;
  - e. Reklame udara (balon udara) adalah reklame yang diselenggarakan diudara dengan menggunakan gas, laser, pesawat, atau alat lain yang sejenis;
  - f. Reklame suara adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari atau oleh perantaraan alat;
  - g. Reklame apung adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara menempelkan reklame pada kendaraan diatas perairan umum;
  - h. Reklame film/*slide* adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan klise berupa kaca atau film, ataupun bahan-bahan yang

---

<sup>20</sup>*Ibid.* Hlm. 385.



- sejenis, sebagai alat untuk diproyeksikan dan atau dipancarkan pada layar atau benda lain yang ada diruangan;
- i. Reklame peragaan adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan atau disertai suara.

Subjek pajak identik dengan wajib pajak, yaitu setiap orang atau badan yang memenuhi ketentuan sebagai subjek pajak diwajibkan untuk membayar pajak sehingga secara otomatis menjadi wajib pajak. Pada pajak reklame yang menjadi subjek pajak reklame adalah orang pribadi atau badan yang menggunakan reklame yang dapat dikenakan pajak daerah. Hal ini menunjukkan bahwa wajib pajak dapat merupakan subjek pajak yang dikenakan kewajiban membayar pajak maupun pihak lain, yang bukan merupakan subjek pajak, berwenang untuk memungut pajak dari subjek pajak.

### 2.1.3 Jenis Pajak Daerah

Jenis pajak daerah yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (Lembaran Negara Tahun 2009 Nomor 130, Tambahan Lembaran Negara Nomor 5049) terdiri atas :<sup>21</sup>

- a. Pajak hotel adalah pajak atas pelayanan yang disediakan oleh hotel;
- b. Pajak restoran adalah pajak atas pelayanan yang disediakan oleh restoran;
- c. Pajak hiburan adalah pajak atas penyelenggaraan reklame;
- d. Pajak penerangan jalan adalah pajak atas penggunaan tenaga listrik, baik yang dihasilkan sendiri maupun diperoleh dari sumber lain;
- e. Pajak mineral bukan logam dan batuan adalah pajak atas kegiatan pengambilan mineral bukan logam atau batuan, baik dari sumber alam didalam dan atau permukaan bumi untuk dimanfaatkan;
- f. Pajak parkir adalah pajak atas penyelenggaraan tempat parkir diluar badan jalan, baik yang disediakan berkaitan dengan pokok usaha maupun yang disediakan sebagai suatu usaha, termasuk penyedia tempat penitipan kendaraan bermotor;
- g. Pajak air tanah adalah pajak atas pengambilan dan atau pemanfaatan air tanah;
- h. Pajak sarang burung walet adalah pajak atas kegiatan pengambilan dan atau pengusahaan sarang burung walet;
- i. Pajak bumi dan bangunan pedesaan dan perkotaan adalah pajak atas bumi dan atau bangunn yang dimiliki, dikuasai, dan atau dimanfaatkan oleh

---

<sup>21</sup>*Ibid.* Hlm. 64.

- orang pribadi atau badan, kecuali kawasan yang digunakan untuk kegiatan usaha perkebunan, perhutanan, dan pertambangan;
- j. Bea perolehan Hak Atas Tanah dan Bangunan adalah pajak atas perolehan hak atas tanah dan atau bangunan.

#### 2.1.4 Sistem Pemungutan Pajak Kota dan Kabupaten

Pemungutan pajak daerah saat ini menggunakan tiga sistem pemungutan pajak, sebagaimana tertera dibawah ini:<sup>22</sup>

- a. Dibayar sendiri oleh wajib pajak yaitu sistem pengenaan pajak yang memberi kepercayaan kepada wajib pajak untuk menghitung, membayar dan melaporkan sendiri pajak terutang dengan menggunakan SPTPD;
- b. Ditetapkan oleh kepala daerah yaitu sistem pengenaan pajak yang dibayar oleh wajib pajak setelah terlebih dahulu ditetapkan oleh kepala daerah atau pejabat yang ditunjuk melalui Surat Ketetapan Pajak Daerah atau dokumen lain yang dipersamakan.
- c. Dipungut oleh pemungut pajak yaitu sistem pengenaan pajak yang dipungut oleh pemungut pajak pada sumbernya.

Pemungutan pajak reklame tidak dapat diborong. Artinya seluruh proses kegiatan pemungutan pajak reklame tidak dapat diserahkan kepada pihak ketiga. Walaupun demikian, dimungkinkan adanya kerjasama dengan pihak ketiga dalam proses pemungutan pajak, antara lain:

- a. Pencetakan formulir perpajakan;
- b. Pengiriman surat-surat kepada wajib pajak;
- c. penghimpunan data objek dan subjek pajak.

Kegiatan yang tidak dapat dikerjasamakan dengan pihak ketiga adalah kegiatan penghitungan besarnya pajak terutang, pengawasan penyeteroran pajak, dan penagihan pajak. Dalam rangka pelaksanaan kegiatan pemungutan dan pengelolaan pajak reklame yang telah sesuai dengan prosedur biaya pemungutan sebesar 5% (lima persen) dari hasil penerimaan pajak yang telah disetorkan ke kas daerah kabupaten atau kota.

---

<sup>22</sup>*Ibid.* Hlm. 99.

### 2.1.5 Dasar Hukum Pemungutan Pajak Reklame

Pemungutan pajak reklame di Indonesia saat ini didasarkan pada dasar hukum yang jelas dan kuat sehingga harus dipatuhi oleh masyarakat dan pihak terkait. Dasar hukum pemungutan pajak reklame pada suatu kabupaten atau kota adalah sebagai berikut:

1. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (Lembaran Negara Tahun 2009 Nomor 130, Tambahan Lembaran Nomor 5049);
2. Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 tentang Pajak Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2001 Nomor 118, Tambahn Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4138) ;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 66 Tahun 2001 tentang Retribusi Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2001 Nomor 119, Tambahan Lembaran Negara Nomor 4139);
4. Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 2 Tahun 2015 tentang Pajak Daerah (Lembaran Daerah Kota Malang Tahun 2015 Nomor 2, Tambahan Lembaran Daerah Kota Malang Tahun 2015 Nomor 16) ;

## 2.2 *Earmarking tax* (Pengalokasian Pajak)

### 2.2.1 Pengertian *Earmarking tax* (Pengalokasian Pajak)

*Earmark* awalnya dianggap sebagai pengganti sistem anggaran yang lain, karena baik politisi dan para pembayar pajak tampak melihat *earmark* menjadi cara yang menarik dan layak untuk pembiayaan jaminan sosial, pendidikan, program lingkungan hidup, dan hal-hal baik lainnya. Politisi menginginkan *earmark* sebagai alat untuk mengurangi resistensi yang tinggi dari pembayar pajak, serta akuntabilitas yang diinginkan oleh pembayar pajak seperti akuntabilitas yang berkaitan dengan bagaimana uang pajak dibelanjakan. Menurut Mittermaier & Wexler, menyatakan “*earmarking connotes an inappropriate end-run around the normal appropriations process, a Congressional mandate that federal funds be spent in a specified place or given to a specified recipient, circumventing otherwise applicable merit-based or competitive allocation processes or curtailing the ability of the executive branch of government to allocate and manage the funds*”. Kutipan ini memaparkan *earmarking* memiliki konotasi sebagai suatu proses yang berjalan bersamaan dengan suatu proses yang



berlangsung normal, merupakan suatu mandat kongres dimana dana pemerintah pusat digunakan pada tempat atau penerima yang ditentukan, juga menghindari proses berdasarkan jasa atau alokasi kompetitif atau membatasi kemampuan cabang eksekutif pemerintah untuk mengalokasikan dan mengelola dana.<sup>23</sup>

Menurut Mittermaier & Wexler, menyatakan “*in the financial sphere, it refers to assigning funds or revenue streams to particular persons or uses, and it is in this sense that it intersects with federal tax laws applicable to tax-exempt organizations and their donor*”. Kutipan ini memaparkan di bidang keuangan, *earmarking* mengacu pada penyerahan dana atau aliran pendapatan untuk pengguna atau orang-orang tertentu, dan dalam pengertian ini *earmarking* saling tumpang tindih dengan hukum pajak federal yang berlaku untuk organisasi bebas pajak dan donor mereka.<sup>24</sup>

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah merupakan undang-undang yang mengatur pajak daerah dan kemudian melahirkan *earmarking tax*. *Earmarking tax* merupakan kebijakan dalam hal pengalokasian sejumlah hasil penerimaan pajak daerah untuk mendanai pembangunan sector pajak tertentu sesuai dengan jenis pajak yang dipungut. Indonesia telah menerapkan *earmark tax* dalam bentuk *revenue sharing* dari pemerintah pusat ke pemerintah. Bird dan Joesoeng dalam tipe-tipe *earmarking*, menjelaskan konsep bagi hasil pajak pusat kepada daerah adalah merupakan tipe G yang dikemukakan oleh Bird dan Joesoeng yaitu bentuk *revenue sharing* kepada pemerintah daerah. Dalam sistem perpajakan Indonesia, tipe tersebut diwujudkan dalam bentuk dana bagi hasil pajak (BDH). BDH pajak meliputi bagi hasil atas penerimaan pajak penghasilan (PPh), wajib pajak orang pribadi dalam negeri (WPOP DN), pajak bumi dan bangunan (PBB), bea perolehan hak atas tanah dan bangunan (BPHTB).<sup>25</sup>

### 2.2.2 Earmark Pajak

---

<sup>23</sup><https://www.google.com/search?q=analisis+penerapan+kebijakan+earmarking+tax+pada+pemungutan+pajak+penerangan+jalan+di+kotamanado&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b-ab> (diakses pada hari sabtu, 24-09-2016, pukul 10.39 wib).

<sup>24</sup><https://www.google.com/search?q=analisis+penerapan+kebijakan+earmarking+tax+pada+pemungutan+pajak+penerangan+jalan+di+kotamanado&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b-ab> (diakses pada hari sabtu, 24-09-2016, pukul 10.39 wib).

<sup>25</sup><https://www.google.com/search?q=analisis+penerapan+kebijakan+earmarking+tax+pada+pemungutan+pajak+penerangan+jalan+di+kotamanado&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b-ab> (diakses pada hari sabtu, 24-09-2016, pukul 10.39 wib).

Sistem Dana Bagi Hasil Pajak (DBH) pajak antara pemerintah pusat kepada pemerintah daerah yang dilakukan memang sejalan dengan tipe G dari *earmarking tax* yaitu hasil penerimaan pajak-pajak pusat tertentu digunakan nantinya untuk dana transfer ke pemerintah daerah. Penerapan tipe *revenue sharing* sebagai salah satu tipe *earmarking* memang bukan berarti pajak-pajak yang dipungut pemerintah pusat tersebut didasarkan atas pertimbangan semata untuk dana transfer ke pemerintah daerah. Walaupun implementasinya penerimaan pajak pusat tersebut akan mempengaruhi besarnya dan transfer ke pemerintah daerah yang nantinya akan mempengaruhi struktur pendapatan setiap daerah. *Earmarking* sendiri untuk meningkatkan kualitas pelayanan secara bertahap dan terus menerus dan sekaligus menciptakan *good governance* dan *clean government*, penerimaan beberapa jenis pajak daerah wajib di alokasikan (di- *earmark*) untuk mendanai pembangunan sarana dan prasarana yang secara langsung dapat dinikmati oleh pembayar pajak dan seluruh masyarakat.<sup>26</sup>

Berkaitan dengan hasil penerimaan pajak kota atau kabupaten diperuntukkan paling sedikit 10% (sepuluh persen) bagi desa diwilayah daerah kota atau kabupaten yang bersangkutan. Bagian daerah kabupaten atau kota ditetapkan lebih lanjut dengan Peraturan Daerah Provinsi dengan memperhatikan aspek pemerataan dan potensi antar daerah kabupaten atau kota. Bagian desa ditetapkan dengan peraturan daerah kota dengan memperhatikan aspek pemerataan dan potensi antar desa. Penggunaan bagian daerah kabupaten atau kota sepenuhnya oleh daerah kabupaten atau kota.<sup>27</sup>

Dalam hal hasil penerimaan pajak kabupaten atau kota dalam suatu provinsi terkonsentrasi pada sejumlah kecil daerah kabupaten atau kota, gubernur berwenang merealokasikan hasil penerimaan pajak tersebut pada daerah kabupaten atau kota dalam provinsi yang bersangkutan. Yang dimaksud dengan berkonsentrasi pada suatu daerah kabupaten atau kota adalah apabila hasil penerimaan pajak tertentu lebih besar dari pada total penerimaan pajak sejenis diseluruh kabupaten atau kota lain dalam provinsi yang bersangkutan. Realokasi diatas dilakukan oleh gubernur atas dasar kesepakatan yang dicapai antar bupati atau walikota daerah kabupaten atau kota yang terkait, masing-masing dengan persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) yang bersangkutan.<sup>28</sup>

---

<sup>26</sup>Maritho pahala siahaan. *Op Cit.* Hlm. 61.

<sup>27</sup>Aries Djaenuri. 2014. Hubungan Keuangan Pusat-Daerah. Cetakan ke-2. Bogor: Ghalia Indonesia. Hlm. 92.

<sup>28</sup>*Ibid.*Hlm. 92.

Dengan penetapan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah ini, diharapkan struktur Anggaran Pendapatan Badan Daerah (APBD) menjadi lebih baik, iklim investasi di daerah menjadi lebih kondusif karena Peraturan Daerah pungutan daerah yang membebani masyarakat secara berlebihan dapat dihindari, serta memberikan kepastian hukum bagi semua pihak.

Penetapan tarif paling tinggi tersebut bertujuan memberi perlindungan kepada masyarakat dari penetapan tarif yang terlalu membebani. Sedangkan tarif paling rendah tidak ditetapkan dalam rangka memberi peluang kepada pemerintah daerah untuk mengatur sendiri besarnya tarif yang sesuai dengan kondisi masyarakat di daerahnya, termasuk membebaskan pajak bagi masyarakat yang tidak mampu, disamping itu dalam penetapan tarif pajak dapat diadakan klasifikasi atau penggolongan tarif berdasarkan kemampuan wajib pajak atau berdasarkan jenis objek. Tarif jenis pajak daerah paling tinggi salah satunya pajak reklame 25% (dua lima persen). Tarif pajak reklame dikenal atas nilai sewa reklame, yang didasarkan atas nilai jual objek pajak reklame dan nilai strategis pemasangan reklame.<sup>29</sup>

Jika diamati tujuan penerapan pajak earmarked bisa menjadi salah satu cara untuk memastikan penerimaan pajak dialokasikan untuk sektor yang paling tepat dan terkait dengan penarikan pajak tersebut, juga menjamin proyek yang mendapat dana *earmarked taxes* akan 'aman' tidak terpengaruh fluktuasi penerimaan pajak, karena biasanya obyek earmarked taxes cenderung tidak fluktuatif (*inelastic*). Bila tidak ada *earmarked taxes*, bisa saja sebuah proyek tertunda atau dibatalkan dengan alasan penerimaan pajak menurun.

Untuk kasus Indonesia sendiri dana pajak earmarked bisa juga dikembangkan untuk membangun daerah terpencil atau tertinggal yang dikenakan terhadap perusahaan pertambangan atau perkebunan di wilayah tersebut. Jika selama ini perusahaan hanya menyalurkan dana *Corporate Social Responsibility* yang dikelolanya sendiri, maka dengan adanya pajak earmarked yang dikhususkan untuk pembangunan daerah tersebut, dampaknya bisa lebih nyata.

### 2.2.3 Dasar Hukum *Earmarking tax*

*Earmarking tax* di Indonesia saat ini didasarkan pada dasar hukum yang jelas dan kuat sehingga masyarakat mengetahui pajak yang dialokasikan sesuai

---

<sup>29</sup>*Ibid* Hlm. 93

dengan ketentuan perundang-undangan. Dasar hukum *earmarking tax* adalah sebagai berikut:

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (Lembaran Negara Tahun 2009 Nomor 130, Tambahan Lembaran Nomor 5049).



## BAB 4 PENUTUP

### 4.1 Kesimpulan

1. Pajak daerah mempunyai peran yang sangat penting berkaitan dengan pembangunan suatu daerah. Di Kota Malang pajak daerah telah diatur dalam Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2015 tentang Pajak Daerah. Dalam Peraturan Daerah tersebut salah satu jenis pajak daerah kota atau kabupaten yang disebutkan yaitu pajak reklame. Sistem pajak reklame menggunakan sistem yang tergantung pada kesadaran pajak dari masing-masing wajib pajak. Pengawasan yang dilaksanakan oleh Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang terkait pelaksanaan pajak reklame ini bisa termasuk dalam pengawasan preventif sekaligus juga pengawasan represif. Pengawasan preventif adalah pengawasan yang dilakukan sebelum dikeluarkannya suatu keputusan/ketetapan pemerintah, sedangkan pengawasan represif adalah pengawasan yang dilakukan sesudah dikeluarkannya keputusan/ketetapan. Dengan sistem pembayaran pajak yang menganut sistem *self-assesment* maka pengawasan harus ditingkatkan, sebab sistem ini membebaskan wajib pajak untuk membayar sendiri jumlah pajak yang harus dibayar. Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang memiliki kewajiban untuk mengawasi pemungutan dan pelaksanaan pajak reklame di Kota Malang.
2. Dengan adanya pajak reklame dampak positif yang di peroleh pemerintah daerah untuk dapat meningkatkan pendapatan asli daerah yang kian tahun mengalami perubahan pesat dengan banyaknya usaha-usaha baru yang membutuhkan sebuah media dalam memasarkan produk-produk, barang, jasa, orang, atau badan. Bagi pemerintah daerah penerimaan pajak yang terpenting dan dominan ialah yang bersumber dari pajak pembangunan, pajak hiburan atau tontonan dan pajak reklame. Yang pada dasarnya merupakan penerimaan bagi hasil dari pemerintah pusat kepada pemerintah daerah, untuk meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD). Dampak positif hasil dari pungutan pajak tersebut akan digunakan untuk mensejahterahkan



masyarakat yang disalurkan melalui sarana dan prasarana secara langsung maupun tidak langsung.

#### 4.2 Saran

1. Pengaturan pengawasan dinas pendapatan daerah pemerintah Kota Malang terhadap pelaksanaan pajak reklame sudah diatur secara jelas dan rinci oleh pemerintah. Namun, pemerintah juga harus melakukan suatu penyuluhan dan pengawasan di lapangan terhadap pelaksanaan dan penerapan pengaturan tersebut agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam menafsirkan pengaturan tersebut agar tidak terjadi penyalahgunaan wewenang dalam mengawasi para wajib pajak, selain itu agar tidak terjadinya penyelewengan dana dalam pemungutan pajak reklame.
2. Bagi Pemerintah Daerah harusnya melakukan penataan pada iklan-iklan reklame baik reklame papan, kain, melekat dan reklame lainnya khususnya di Kota Malang agar tidak terjadi kekumuhan tata ruang kota juga tidak berakibat membahayakan masyarakat akan kualitas bahan yang tidak bagus dan tidak sesuai dengan standar reklame yang baik.
3. Bagi pemerintah dengan adanya pajak reklame yang diperoleh sebagai sumber pendapatan asli daerah tetap harus digunakan hasil pemungutannya untuk mensejahterahkan masyarakat melalui pengalokasian yang tepat sasaran. Selain itu, masyarakat sebagai wajib pajak yang dalam memasarkan produknya harus tertib dalam membayar pajak reklame dan pencabutan reklame yang sudah habis dalam masa penyelenggaraannya. Sehingga manfaat dari pajak reklame akan dapat dirasakan dengan optimal dan adil baik oleh pemerintah maupun masyarakat setempat.

## DAFTAR PUSTAKA

## A. Buku:

- Adrian Sutedi. 2008. *Hukum Pajak dan Retribusi Daerah*. Bogor Selatan: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Aries Djaenuri. 2014. *Hubungan Keuangan Pusat-Daerah*. Cetakan ke-2. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Darwin. 2010. *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.
- Erly Suandy. 2011. *Hukum Pajak*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Haula Rosdiana, Rasin Tarigan. 2005. *Perpajakan teori dan aplikasi*. Jakarta: PT Raja grafindo persada.
- Kesit Bambang Prakosa. 2001. *Pajak dan Retribusi Daerah*. Yogyakarta: UII Press.
- Liberty Pandiangan. 2002. *Pemahaman praktis undang-undang perpajakan indonesia*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Marihot Pahala Siahaan. 2016. *Pajak daerah dan retribusi daerah*. Edisi revisi. Cetakan ke-4. Jakarta: rajawali pers.
- Muqodim. 2000. *Perpajakan buku satu*. Edisi dua, revisi. Yogyakarta: UII press dan EKONISIA.
- Panca Kurniawan, Agus Purwanto. 2006. *Pajak daerah dan retribusi daerah di indonesia*. Cetakan ke-2. Malang: Bayumedia publishing.
- Peter Mahmud Marzuki. 2016. *Penelitian Hukum*. Jakarta: cetakan ke-12. Prenadamedia group.
- SF Marbun, 2004. *Dimensi-Dimensi Pemikiran Hukum Administrasi Negara*. Yogyakarta: UII Press.
- Triwulan Tutik dan Ismu Gunadi Widodo. 2011. *Hukum Tata Usaha Negara dan Hukum Acara Peradilan Tata Usaha Negara Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Universitas Jember. 2012. *Pedoman penulisan karya ilmiah universitas Jember*. Jember: Jember university press.
- Wirawan B. Ilyas, richard burton. 2013. *Hukum pajak: teori, analisis dan perkembangannya*. edisi 6. Jakarta: penerbit salemba empat.

## **B. Peraturan Perundang-undangan**

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUDNRI 1945).

Undang-Undang nomor 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (Lembaran Negara Tahun 2009 Nomor 130, Tambahan Lembaran Negara Nomor 5049).

Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 tentang Pajak Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2001 Nomor 118, Tambahn Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4138).

Peraturan Pemerintah Nomor 66 Tahun 2001 tentang Retribusi Daerah(Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2001 Nomor 119, Tambahan Lembaran Negara Nomor 4139).

Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 2 Tahun 2015 tentang Pajak Daerah (Lembaran Daerah Kota Malang Tahun 2015 Nomor 2, Tambahan Lembaran Daerah Kota Malang Nomor 16).

## **C. Internet**

<https://www.google.com/search?q=analisis+penerapan+kebijakan+earmarking+tax+padapemungutan+pajak+penerangan+jalan+di+kotamanado&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b-ab>(diakses pada hari sabtu, 24-09-2016, pukul 10.39 WIB).

<https://www.google.com/search?q=analisis+earmarking+tax&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b> (diakses pada hari sabtu, 24-09-2016, pukul 10.25 WIB).

[http://sriandriyani.blogspot.co.id/2013/09/hukumadministrasinegarabadan\\_8.html](http://sriandriyani.blogspot.co.id/2013/09/hukumadministrasinegarabadan_8.html) (diakses pada tanggal 30-11-2016 pukul 19.28 WIB).