

Aneh, Pajak Reklame Bando Masih Dibayar Meski Izin Disetop



banjarhits.id

Badan Keuangan Daerah (Bakeuda) Banjarmasin tidak lagi menjadikan Pajak bando¹ sebagai potensi pajak reklame untuk Pendapatan Asli Daerah (PAD)² sejak tahun 2019. Sebab, Dinas Penanaman Modal Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Banjarmasin tak lagi memperpanjang izin reklame bando.

Menurut Ketua Asosiasi Pengusaha Periklanan Seluruh Indonesia (APPSI) Kalimantan Selatan, Winardi Sethiono, pengusaha advertising masih menyetor uang kurang lebih Rp 60 juta per satu titik reklame bando di 14 titik setiap tahun di Banjarmasin. Walau Winardi Sethiono sadar Pemkot Banjarmasin tidak menerima lagi pajak reklame dari bando. Alasan pengusaha masih membayar karena hal itu suatu kewajiban terhadap negara.

Adapun Kepala Badan Keuangan Daerah (Bakeuda) Kota Banjarmasin, Subhan Noor Yaumil, membenarkan adanya uang pajak reklame bando yang disetorkan para pengusaha advertising. Meski begitu, Bakeuda tidak memasukan uang ini ke kode rekening pajak. Sebab,

¹ Bando Adalah Salah satu Jenis Papan Reklame Besar

² **Pendapatan Asli Daerah** (bahasa Inggris: *Original Local Government Revenue*) atau disingkat **PAD**, adalah penerimaan dari sumber-sumber di dalam wilayah suatu daerah tertentu, yang dipungut berdasarkan Undang-undang yang berlaku. PAD bertujuan memberikan kewenangan kepada pemerintah daerah untuk mendanai pelaksanaan otonomi daerah sesuai dengan potensi daerah sebagai perwujudan desentralisa (Sumber: https://id.wikipedia.org/wiki/Pendapatan_Asli_Daerah)

kata dia, memang pajak reklame bando tidak lagi sebagai pemasukan untuk PAD Kota Banjarmasin.

Subhan justru mempertanyakan dasar pembayaran yang dilakukan pihak advertising. Menurut dia, pembayaran pajak seharusnya sesuai ketentuan pajak yang dikeluarkan Bakeuda.

Sumber berita:

1. <https://kumparan.com>, *Aneh Pajak Reklame Bando Masih dibayar Meski Izin Disetor*, Jumat 8 November 2019
2. <https://kalsel.prokal.co>, *Tak Berizin Kok Masih Setor*, Minggu 10 November 2019

Catatan berita:

PAD terdiri dari hasil pajak, retribusi daerah, pendapatan dari dinas-dinas, BUMN dan lain-lain, yang dikalkulasikan dalam bentuk ribuan rupiah setiap tahunnya. PAD sebagai salah satu sumber penerimaan daerah mencerminkan tingkat kemandirian daerah. Semakin besar PAD, mengindikasikan bahwa sebuah daerah mampu melaksanakan desentralisasi fiskal dan ketergantungan terhadap pemerintah pusat berkurang.

Peraturan Pemerintah Nomor 91 Tahun 2010 tentang Jenis Pajak Daerah Yang Dipungut Berdasarkan Penetapan dan Pasal 5 Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2010 tentang Ketentuan Umum Pajak Daerah, mengatur pemungutan pajak daerah.

Pajak reklame merupakan biaya yang harus dibayar agar mendapatkan izin penyelenggaraan reklame. Secara umum, reklame dibedakan menjadi 2 jenis, yaitu reklame produk dan reklame non-produk. Reklame produk adalah reklame berisi informasi tentang barang atau jasa. Tujuannya semata-mata untuk keperluan promosi. Sedangkan reklame non-produk adalah jenis reklame yang semata-mata memuat nama perusahaan/badan/nama usaha. Contohnya logo, simbol, atau identitas perusahaan yang bertujuan agar diketahui oleh orang banyak.

Subjek dan Objek Pajak Reklame

Subjek pajak reklame adalah orang pribadi atau badan yang menggunakan reklame tersebut. Sedangkan objek pajak reklame adalah:

1. Semua penyelenggaraan reklame.
2. Objek pajak yang dimaksud pada poin pertama, meliputi:

- Reklame papan, reklame billboard, reklame videotron, reklame megatron, dan sejenisnya;
- Reklame kain;
- Reklame melekat, stiker;
- Reklame selebaran;
- Reklame berjalan, termasuk pada kendaraan;
- Reklame udara;
- Reklame apung;
- Reklame suara;
- Reklame film/slide; dan
- Reklame paragaan.

Dasar Pengenaan Pajak Reklame

Dasar pengenaan pajak reklame adalah Nilai Sewa Reklame (NSR). Jika reklame diselenggarakan oleh pihak ketiga, NSR ditetapkan berdasarkan dari nilai kontrak reklame. Namun, jika reklame diselenggarakan sendiri, NSR dihitung berdasarkan pada jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah, dan ukuran media reklame.

Jika reklame diselenggarakan oleh pihak ketiga, namun pihak tersebut tidak memiliki kontrak reklamennya, maka NSR ditetapkan dengan menggunakan faktor sebagaimana reklame yang diselenggarakan sendiri.