

# Mechanism Of Calculation Of Advertising Tax Reporting And Delivery At PT Mega Nikmat Persada Nusantara Makassar

**Moh. Yasin Noor**

Administrasi Pemerintahan, Politeknik LP3I Makassar

Email : [yasinred13@gmail.com](mailto:yasinred13@gmail.com)

**Lina Mariana**

Administrasi Pemerintahan, Politeknik LP3I Makassar

Email: [linamariana5390@gmail.com](mailto:linamariana5390@gmail.com)

**Adrian**

Administrasi Pemerintahan, Politeknik LP3I Makassar

Email: [adrian@gmail.com](mailto:adrian@gmail.com)

---

## Keywords:

*Calculation,  
Reporting,  
Deposit,  
Advertisement  
Tax*

---

## Abstract

*This research was conducted at PT Mega favors Persada Nusantara Makasaar with the aim of knowing whether the process of calculating and reporting and depositing billboard taxes at PT Mega Nimat Persada Nusantara is in accordance with the provisions of Perwali Makassar No. 40 of 2015. The method used in this research is descriptive in which each data is collected and analyzed then conclusions are drawn and the type of research used is descriptive qualitative. in accordance with the existing regulations in Makassar*

---

## Kata Kunci

Perhitungan,  
Pelaporan,  
Penyetoran,  
dan Pajak  
Reklame

---

## Abstrak

Pajak merupakan salah satu sumber pendapatan daerah yang di gunakan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu daerah. penelitian ini di lakukan di Pt mega nikmat persada nusantara makasaar dengan tujuan mengetahui apakah proses perhitungan dan pelaporan dan penyetoran pajak reklame di pt mega nimat persada nusantara sesuai dengan ketentuan Perwali Makassar No 40 Tahun 2015. metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif yang setiapn data di kumpulkan dan di analisis kemudian di tarik kesimpulan dan jenis penelitian yang di gunakan adalah kualitatif deskriptif. hasil penelitian yang di peroleh bahwa untuk proses perhitungan pelaporan dan penyetoran pajak reklame sudah sesuai dengan peraturan ketentuan yang ada di makassar.

---

## 1. PENDAHULUAN

Salah satu fungsi dari Otonomi daerah adalah pengupayaan terhadap kesejahteraan serta kemakmuran dari rakyatnya. Agar hal tersebut dapat terlaksana maka sumber daya yang ada harus di optimalkan potensinya secara kontinu sehigga mewujudkan pembangunan nasional. Upaya pembangunan tersebut dapat terlihat dari otonomi daerah yang dilakukan oleh pemerintah pusat. Keberadaa dari berebagai jenis media seperti cetak maupun elektronik merupakan salah satu modal yang cukup penting untuk dilakukan seluruh pengguna sektor perdagangan dan media yang paling dimiati yakni Media reklame karena dinilai menguntungkan serta sangat efektif untuk dapat menarik konsumen karena reklame memiliki jangkauan yang begitu luas.

Saat ini, terdapat berbagai jeis pajak yang memiliki kaitan yang cukup erat dengan kehidupan masyarakat, begitupula dengan retribusi daerah. Dari tiap jenis dari pajak serta retribusi terdapat sebuah objek, subjek, tarif serta dasar dari pengenaan sendiri. Pajak terbagi atas beberapa kelompok yang terdiri atas provinsi serta kabupaten atau kota yang dipergunakan untuk membiayai berbagai jenis pengeluaran suatu daerah serta membuat masyarakatnya lebih sejahtera.

Di Indonesia sendiri perekonomian sudah berkembang begitu pesarnya khususnya dalam hal pasar perdagangan bebas, saat ini perusahaan yang memproduksi barang dan jasa juga bertumbuh semakin banyak. Hal tersebut tentunya membutuhkan promosi yang cukup menghabiskan banyak

pembiayaan dalam hal sarana serta memberikan ajakan. Segala hal tersebut tentunya memiliki keterkaitan dengan perundangan berkenaan dengan pajak reklame. Karenanya pemerintah diharuskan untuk lebih responsif dalam melihat peluang untuk meningkatkan kas daerah dari pajak reklame. Reklame sendiri merupakan media, benda, serta alat dengan beberapa bentuk dan keragamannya yang memiliki tujuan secara komersial untuk memberikan anjuran, mempromosikan, memberikan pengenalan, serta menarik perhatian untuk membeli barang atau menggunakan jasa.

Umumnya Pajak Reklame dapat dimaknai dengan pemungutan pajak atas terselenggaranya reklame yang pengenaannya dilakukan pada wajib pajak terlepas individu maupun badan usaha. Sedangkan penyelenggaraan Reklame dapat dimaknai dengan sebuah kegiatan yang dilakukan pribadi ataupun badan hukum yang memasang reklame terlepas untuk atas nama sendiri maupun pihak lain dalam tanggungannya.

Reklame merupakan salah satu media periklanan yang dipergunakan perusahaan demi tercapainya tujuan secara komersial. Harapan pemerintah atas pelaksanaan pemungutan pajak reklame ini dapat berkontribusi secara signifikan terhadap penerimaan pajak daerah. Dengan berlakunya perundangan berkenaan dengan pajak serta retribusi diharapkan dapat memberikan dorongan terhadap semakin baiknya pelayanan yang diberikan terhadap masyarakat serta dorongan kepada daerah untuk dapat lebih mandiri. Pajak yang berasal dari Reklame ini diperoleh dari nilai sewa yang telah ditetapkan untuk pemasangan reklame yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu, pengguna jasa reklame, jenis dan ukuran dari reklame, serta siapa penyelenggara reklame tersebut.

PT Mega Nikmat Persada Nusantara Makasar juga bersama Asosiasi Pengusaha Reklame Indonesia (ASPRI) menjadi aktivis yang juga melayangkan somasi baru-baru ini terhadap Dinas Bapenda Kota Makasar. Lantaran Bapenda Kota Makasar diduga sering

memanfaatkan baliho yang terpampang untuk mencari keuntungan tersendiri dengan menyewakan kepihak swasta maupun pribadi (fajar.co.id). Di Kota Makassar, perhitungan Nilai Sewa Reklame diatur dalam Peraturan Walikota Makassar No 40 Tahun 2015 berkenaan dengan Penetapan Nilai Sewa dari Reklame sedang cara membayar, lokasi membayar serta penundaan pembayaran sudah tertera dalam Aturan Walikota No. 36 Tahun 2016.

Penelitian ini lebih berfokus pada pajak reklame yang memiliki fungsi sebagai bagian dari pajak daerah yang memiliki potensial dan dapat meningkatkan penerimaan pajak daerah. Penelitian ini meneliti bagaimana penerapan pelaporan perhitungan dan penyetoran pajak reklame yang diterapkan Bapenda Kota Makasar terhadap PT Mega Nikmat Persada Nusantara Makasar sesuai dengan ketentuan Perwali Makassar No 40 Tahun 2015 tentang penetapan Nilai Sewa Reklame.

Dari pemaparan tersebut maka dipilih judul berikut "Meknisme Perhitungan Pelaporan Dan Penyetoran Pajak Reklame Di PT Mega Nikmat Persada Nusantara". Dalam penelitian ini dipilih pokok permasalahan yaitu Bagaimanakah proses perhitungan pelaporan dan penyetoran pajak reklame di PT Mega Nikmat Persada Nusantara Makasar ?

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Pengertian Pendapatan Asli Daerah

Tombakan et al., (2019) mendefinisikan PAD sebagai pemasukan yang didapatkan oleh Daerah atas berbagai sumber yang ada pada wilayah sendiri yang pemungutannya didasarkan atas Aturan Daerah sebagaimana perundangan yang berlaku. PAD memiliki beberapa unsur seperti pajak daerah, retribusi, serta hasil Perusahaan Daerah, serta pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan serta pendapatan yang sah.

Nasir (2019) memaparkan bahwa PAD merupakan sumber pendapatan utama sebuah daerah yang bertujuan untuk membangun daerah yang dinikmati oleh seluruh masyarakat yang mana pengelolaan dilakukan

oleh pemerintah daerah yang mana hal ini dapat diartikan dengan semakin besar PAD maka pembangunan juga akan semakin baik.

“PAD juga didapatkan dari berbagai sumber dalam wilayah sendiri sehingga jika peranan PAD pada keuangan daerah tinggi, maka semakin tinggi pula kemampuan keuangan yang dimiliki oleh daerah untuk melaksanakan kegiatan pembangunan daerah”.

Sumber pendapatan PAD yakni Pajak daerah, retribusi daerah, serta kekayaan yang telah dikelola dan dipisahkan, serta PAD lain yang sah. PAD dikatakan baik untuk memenuhi pembiayaan pembangunan daerahnya apabila pencapaian persentasenya melebihi 70% dari total penerimaan PAD. Pada dasarnya PAD belum dapat membiayai pengeluaran daerah secara keseluruhan akan tetapi PAD dapat mengindikasikan kemandirian keuangan sebuah daerah atau suatu pemerintahan (Berwulo et al., 2017).

Peningkatan PAD dapat ditingkatkan dengan sehingga mampu lebih mendekati atau setidaknya sama dengan potensi yang diterima. Akan tetapi umumnya terdapat dua cara untuk dapat memaksimalkan nilai PAD yakni dengan cara Intensifikasi dan Ekstensifikasi. Intensifikasi dapat memiliki wujud Retribusi yang mana perhitungan atas potensi dilakukan dengan seakurat mungkin sehingga penerimaan dapat sesuai dengan potensinya. Sedang Ekstensifikasi yakni dapat didapatkan dengan menggali sumber objek pajak serta melakukan penjarangan atas wajib pajak baru (Firdausy, 2017). PAD yakni penerimaan yang didapat dari berbagai sumber yang ada di wilayah sendiri dan pemungutannya dilakukan dengan dasar aturan daerah sebagaimana aturan perundangan yang sudah berlaku.

Pendapatan daerah sebagaimana dimaksud berasal dari PAD, Dana perimbangan, serta pendapatan lain. Berdasarkan teori dapat diketahui PAD merupakan sumber penerimaan yang pemungutannya sebagaimana aturan daerah yang berlaku sehingga pendanaannya dipergunakan untuk mendanai pembangunan suatu daerah. Dari sebagai pemaparan pada

berbagai paragraf sebelumnya dapat ditarik kesimpulan bahwa Pada Prinsipnya Pajak memiliki kandungan unsur yang merupakan iuran wajib yang dilaksanakan baik oleh Individu maupun Badan terhadap Pemerintah tanpa imbalan dengan jumlah yang seimbang. PAD juga harus dilaksanakan dengan dasar Aturan Perundangan yang diberlakukan untuk membiayai terselenggaranya pemerinthaan serta pembangunan daerah.

## 2.2 Pengertian Pajak

Sebagaimana Pasal 1 angka 1 UU No. 6 Tahun 1983 berkenaan dengan Ketentuan umum serta tata cara perpajakan yang kemudian diubah UU No. 16 Tahun 2009 yang mana Pajak merupakan Kontribusi wajib terhadap Negara yang terutang secara Individu maupun Badan yang sifatnya memaksa dengan dasar aturan perundangan serta tidak diperoleh balas jasa secara langsung.

Pajak dapat dimaknai dengan Iuran yang sumbernya dari rakyat terhadap negara dengan dasar Aturan perundangan yang dipaksakan tanpa adanya timbal balik secara langsung serta tujuan penguatannya dilakukan untuk kepentingan umum (Hartati, Neneng, 2015)

Pajak ialah kewajiban yang dikenakan terhadap rakyatnya yang sifatnya wajib dan jika kewajiban tersebut tidak dilaksanakan terdapat aturan perundangan yang dapat memberikan sanksi hukum sehingga dapat dimaknai sebagai paksaan pemerintah (Rahayu, Siti Kurnia, 2017)

Pajak secara politik dapat dimaknai dengan partisipasi dari masyarakat dalam kegiatan pembangunan serta pertahanan untuk mewujudkan masyarakat yang adil. Karenanya, alat yang dinilai efektif dari fiskal yakni pajak yang mana memiliki tujuan untuk menggerakkan perekonomian serta mengoptimalkan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan pada sudut pandang hukum, pajak merupakan keuangan negara yang memerlukan aturan pemerintah untuk memberikan keteraturan atas keuangan negara.

Dari paparan tersebut maka pajak dapat dicirikan dengan berikut ini.

- a. Pemungutan pajak didasarkan atas perundangan serta aturan dalam menjalankanya dipaksakan karena adanya kekuatan hukum.
- b. Pembayaran yang dilakukan atas pajak ditujukan pada kotraprestasi pemerintah secara individu yang mana lembaga lain tidak diperkenankan memungut.
- c. Pemungutan negara dilakukan melalui pemerintah pusat dan daerah.
- d. Pajak ditujukan pada berbagai pengeluaran pemerintah dan jika masih surplus maka dapat digunakan untuk mendanai investasi public.

### 2.3 Pajak Reklame

Reklame dapat dimaknai sebagai salah satu unsur yang potensial dalam peningkatan PAD. Berdasar pada aturan Walikota Makassar No. 40 Tahun 2015 berkenaan dengan Penetapan Nilai sewa reklame pajak atas reklame didefinisikan sebagai pajak yang dikenakan atas pemasangan reklame. Reklame sendiri adalah benda, alat, perbuatan, serta media yang bentuknya beragam yang pemasanganya dilakukan dengan tujuan mengenalkan, memberikan anjuran promosi, merebut perhatian umum atas barang jasa, orang, badan yang dapat terlihat, terdengar, dan pada akhirnya sirasakan serta dinikmati secara umum.

Pengenaan pajak didasarkan atas Perda Kota Makassar No. 3 Tahun 2010 berkenaan dengan Pajak Daerah Kota Makassar. Nominal atau nilai dari sewa reklame didasarkan atas berbagai faktor yakni jenis reklame, penggunaan bahan, lokasi yang digunakan, waktu serta jangka waktu, jumlah, serta ukuran dari reklame.faktor tersebut diberlakukan baik sendiri maupun pihak ketiga.

Berdasar atas Aturan Walikota Makassar No. 40 Tahun 2015 Nilai Jual dari Pajak Reklame atau NJOPR merupakan jumlah perolehan atas harga serta pembiayaan pembuatan, pemasangan, serta pemeliharaan reklame yang diselenggarakan dengan

didasarkan atas estimasi harga yang wajar serta dapat dipertanggung jawabkan. NJOPR ini terdiri atas beberapa komponen seperti Biaya pembuatan, pemasangan, serta pemeliharaan reklame.

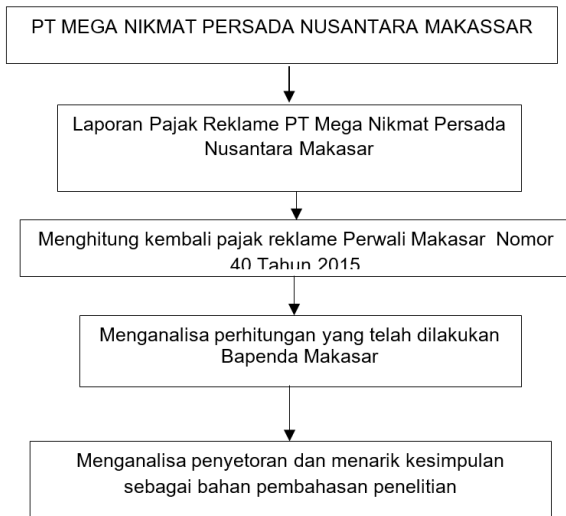
Berdasar atas Aturan Walikota Makassar No. 40 Tahun 2015 berkenaan dengan penetapan nilai dari sewa reklame.secara strategis pemasangan dari reklame didasarkan atas standar nilai yang telah ditetapkan pada lokasi pemasangan reklame yang didasarkan oleh pertimbangan ekonomi serta nilai Promotif. NSPR terdiri atas lahan yang digunakan, ukuran dari reklame, point of view, kelas jalan, serta lokasi. Kelas jalan juga menjadi salah satu klasifikasi dari pemasangan reklame sehingga berbeda kelas juga terdapat penetapan harga yang berbeda. Berdasar peraturan walikota jenis pajak meliputi :

- 1) Perhotelan
- 2) Rumah makan atau restoran.
- 3) Hiburan
- 4) Reklame, Penerangan Jalan, Pajak Mineral Non Logam dan Batuan
- 5) Parkir, Tanah air, serta sarag burung walet.

### 2.4 Kerangka Pikir/Konseptual

Dalam mekanisme perhitung pelaporan besar pajak reklame PT Mega Nikmat Persada Nusantara Makasar, terlebih dahulu akan ditentukan tarif pajak dan cara penghitungan nilai sewa reklame yang sudah ditetapkan Pemerintah Kota Makassar. Sehingga dalam penyetoran pajak reklame yang dibayarkan juga sesuai dengan apa yg digunakan oleh PT Mega Nikmat Persada Nusantara Makasar. Ketika hasil perhitungan pelaporan telah sesuai Perwali Makasar Nomor 40 Tahun 2015 maka pihak wajib pajak wajib melakukan penyetoran pajak reklame sesuai alur dari yang telah ditetapkan berdasarkan Perwali Makasar Nomr 36 Tahun 2016 dari pemungutan pajak reklame tersebut.Dalam penelitian ini, dengan tujuan untuk menganalisis perhitungan pelaporan dan penyetoran pajak reklame secara nyata. Bila hasil perhitungan nilai sewa reklame pajak reklame telah didapatkan maka pihak PT Mega Nikmat Persada Nusantara

Makassar dapat melakukan penyetoran sebagai tertanggung dan wajib pajak atas pajak reklame tersebut. Secara sistematis pemikiran terlampir sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Kerangka Pikir

### 3. METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis dan Desain Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan yaitu pendekatan deskriptif, yaitu pendekatan dalam melakukan penelitian yang menggambarkan secara lengkap berkenaan dengan kejadian yang sebenarnya, adanya situasi serta aktivitas dari tempat yang akan diteliti.

Desain Penelitian yang digunakan desain penelitian deskriptif kualitatif ialah membuat perbandingan atas kondisi lapangan dengan teori yang sesuai sehingga didapatkan hasil penelitian yang memiliki kaita dengan potensi dari reklame serta kotribusinya pada PAD yang dilakukan oleh PT Mega Nikmat Persada Nusantara Makassar.

#### 3.2 Teknik Analisis Data

Digunakan teknik deskriptif kualitatif yang memberikan gambaran berkenaan dengan fakta serta kondisi yang ada di lapangan atas suatu objek yang berbentuk uraian kalimat yang didasarkan atas informasi yang asalnya dari pihak yang memiliki kewenangan berdasarkan wawancara serta data yang ada hubungannya dari penelitian ini dengan mendeskripsikan data dengan menghitung reklame pada PT

Mega Nikmat Persada Nusantara Makassar. Adapun proses analisis data sebagai berikut :

#### 1. Analisis Perhitungan Penerimaan Nilai Sewa Pajak Reklame

Adapun rumus perhitungan nilai sewa Pajak Reklame berdasarkan Perwali Makassar Nomor 40 Tahun 2015 yaitu :

$$\text{Perhitungan Reklame Permanen} = \{(P \times L \times \text{NJOPR}) + \text{NSNS} (LO + SP + KT)\} \times 25\%$$

$$\text{Perhitungan Reklame Insidental} = \{(P \times L \times \text{NJOPR}) + \text{NS}\} \times 25\%$$

#### 2. Analisis Mekanisme Penyetoran Pajak Reklame

Berdasarkan Peraturan Walikota Nomor 36 Tahun 2016 Pasal 12 sebagai berikut :

- (1) pembayaran pajak didasarkan atas Surat ketetapan pajak yang mengacu pada aturan perundangan dengan penggunaan SKPD, SPPT atau Dokumen lain yang setara.
- (2) Pajak dibayarkan melalui tempat pembayaran di Dinas Pendapatan Daerah saat penyelenggaraan reklame.
- (3) Dokumen lain yang dipersamakan berbentuk Formulir Permohonan serta Ketetapan perhitungan pajak reklame.
- (4) Pembayaran pajak didasarkan atas SPTPD, SKPDKB, SKPDKBT.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Proses Perhitungan Pajak Reklame

Proses perhitungan juga didasarkan atas jenis reklame, diantaranya:

##### a. Perhitungan Reklame Permanen

Didasarkan atas Peraturan Walikota Makassar No. 40 tahun 2015 , perhitungan reklame permanen, dirumuskan berikut:

$$\{(P \times L \times \text{NJOP}) + \text{NSNS} (LO + SP + KT)\} \times 25\%$$

**Keterangan :**

P	:	Panjang
L	:	Lebar
NJOP	:	Nilai Jual Objek Pajak Reklame
NS	:	Nilai Strategis
LO	:	Lokasi
SP	:	Sudut Pandang
KT	:	Ketinggian
NSNS	:	Nilai Satuan Nilai Strategis

Tabel.1 1 Ketentuan Nilai Sewa Reklame Permanen

NO	JENIS REKLAME	NJOPR							
		1-4, 99M2	5-9, 99M2	10-19,99M2	20-29,99,2	30-49, 99M2	50-74,99M2	75-99,99M2	>10M2
1	MEGATRON	4,000,000	6,000,000	10,000,000		14,000,000	17,000,000	20,000,000	25,000,000
2	PAPAN / BILLBOARD								
	A. BANDO PADA JPO	2,000,000	2,500,000	2,750,000	3,000,000	3,500,000	4,000,000	5,000,000	6,000,000
	B. BILLBOARD	1,500,000	1,750,000	2,000,000	2,250,000	2,500,000	2,750,000	3,000,000	3,500,000
	C. REKLAME PAPAN (MENEMPEL DINDING)	700,000	900,000	1,200,000	1,400,000	74,600,000	1,800,000	2,000,000	2,200,000
3	BERJALAN	100,000	200,000	300,000	400,000	500,000	600,000	700,000	800,000

Dengan menggunakan persamaan yang dirumuskan di atas, maka selanjutnya dapat dihitung nilai dari tiap pajak reklame secara permanen, diantaranya:

1) Perhitungan Reklame Megaratron

NPRP	:	$\{(P \times L \text{ NJOP}) + \text{NSNS ( LO+SP+KT)}\} \times 25\%$
	:	$\{(10 \times 5 \times 10.000.000) + 14.500.000 (6+0.3+2)\} \times 25 \%$
	:	$\{(50 \times 10.000.000) + (14.500.000 \times 8.3)\} \times 25 \%$
	:	$\{500.000.000 + 120.350.000\} \times 25 \%$
	:	$620.350.000 \times 25 \%$
	:	155.087.500

2) Perhitungan Reklame Papan / Billboard

a) Reklame Bando pada JPO

NPRP	:	$\{(P \times L \text{ NJOP}) + \text{NSNS ( LO+SP+KT)}\} \times 25\%$
	:	$\{(10 \times 5 \times 2.750.000) + 14.500.000 (6+0.3+2)\} \times 25 \%$
	:	$\{(50 \times 2.750.000) + (14.500.000 \times 8.3)\} \times 25 \%$
	:	$\{137.500.000 + 120.350.000\} \times 25 \%$
	:	$257.850.000 \times 25 \%$
	:	64.462.500

b) Reklame Billboard

NPRP	:	$\{(P \times L \text{ NJOP}) + \text{NSNS ( LO+SP+KT)}\} \times 25\%$
	:	$\{(10 \times 5 \times 200.000) + 14.500.000 (6+0.3+2)\} \times 25 \%$
	:	$\{(50 \times 200.000) + (14.500.000 \times 8.3)\} \times 25 \%$
	:	$\{10.000.000 + 120.350.000\} \times 25 \%$
	:	$130.350.000 \times 25 \%$
	:	32.587.500

c) Reklame Papan (menempel Pada Dinding)

NPRP	:	$\{(P \times L \text{ NJOP}) + \text{NSNS ( LO+SP+KT)}\} \times 25\%$
	:	$\{(10 \times 5 \times 1.200.000) + 14.500.000 (6+0.3+2)\} \times 25 \%$
	:	$\{(50 \times 1.200.000) + (14.500.000 \times 8.3)\} \times 25 \%$
	:	$\{60.000.000 + 120.350.000\} \times 25 \%$
	:	$180.350.000 \times 25 \%$
	:	45.087.500

3) Perhitungan Reklame Berjalan

NPRP	:	$\{(P \times L \text{ NJOP}) + \text{NSNS ( LO+SP+KT)}\} \times 25\%$
	:	$\{(10 \times 5 \times 300.000) + 14.500.000 (6+0.3+2)\} \times 25 \%$
	:	$\{(50 \times 300.000) + (14.500.000 \times 8.3)\} \times 25 \%$
	:	$\{15.000.000 + 120.350.000\} \times 25 \%$
	:	$135.350.000 \times 25 \%$
	:	33.837.500

4) Perhitungan Reklame Insedentil

Sebagaimana pada Aturan Walikota Makassar No. 40 tahun 215 berkenaan dengan penetapan nilai sewa reklame yang dapat dihitung dengan rumus berikut :

$$\{(P \times L \times \text{NJOPR}) + \text{NS}\} \times 25\%$$

**Keterangan :**

- P : Panjang
- L : Lebar
- NJOP : Nilai Jual Objek Pajak Reklame
- NS : Nilai Strategis

**Tabel.1 2 Ketentuan Nilai Sewa Reklame Insidental**

NO	JENIS REKLAME	MASA PAJAK	SATUAN	NJOPR	NILAI STRATEGIS			KETERANGAN
					KELAS JALAN A	KELAS JALAN B	KELAS JALAN C	
1	BALIHO	PERHARI	RP. M2	25,000	50,000	30,000	10,000	
2	KAIN / SPANDUK / UMBUL - UMBUL	PERHARI	RP. M2	3,000	30,000	15,000	5,000	
3	SELEBARAN / BROSUR / LEAFLET	PERPENYELENGGARA	RP. / LEMBAR	300				PALING SEDIKIT RP 200.000 PERPENYELAGGARA
4	STIKER / MELEKAT	PERPENYELENGGARA	RP / CM	50				PALING SEDIKIT RP 200.000 PERPENYELAGGARA
5	FILM / SLIDE	PERPENYELENGGARA	RP / 10 DETIK	2,000				
6	UDARA	PERPENYELENGGARA	RP	16,000,000				PALING LAMA 30 HARI
7	APUNG	PERPENYELENGGARA	RP	16,000,000				PALING LAMA 30 HARI
8	SUARA	PERMENIT	RP.10 MENIT	2,000				
9	PERAGAAN	PERPENYELENGGARA	RP . / HARI	1,000,000				PALING SEDIKIT RP 200.000 PERPENYELAGGARA

Dengan menggunakan persamaan yang dirumuskan di atas, maka selanjutnya dapat dihitung nilai dari masing-masing pajak reklame insidental sebagai berikut:

**1. Perhitungan Reklame Baliho**

NPRI	:	$\{(P \times L \times NJOPR) + NS\} \times 25\%$
	:	$\{(4 \times 3 \times 25.000) + 50.000\} \times 25\%$
	:	$\{(12 \times 25.000) + 50.000\} \times 25\%$
	:	$\{300.000 + 50.000\} \times 25\%$
	:	$350.000 \times 25\%$
	:	87.500

**2. Perhitungan Reklame Kain / Spanduk / Umbul - Umbul**

NPRI	:	$\{(P \times L \times NJOPR) + NS\} \times 25\%$
	:	$\{(4 \times 3 \times 3.000) + 30.000\} \times 25\%$
	:	$\{(12 \times 3.000) + 30.000\} \times 25\%$
	:	$\{36.0000 + 30.000\} \times 25\%$
	:	$66.000 \times 25\%$
	:	16.500

**3. Perhitungan Reklame Selebaran / Brosur / Leaflet**

NPRI	:	$NJOPR \times JUMLAH LEMBAR \times 25\%$
	:	$300 \times 1 \times 25\%$
	:	$300 \times 25\%$
	:	75 / Lembar / Penyelenggara

**4. Perhitungan Reklame Stiker / Melekat**

NPRI	:	$NJOPR \times JUMLAH LEMBAR \times 25\%$
	:	$50 \times 1 \times 25\%$
	:	$50 \times 25\%$
	:	12,5 / Lembar / Penyelenggara

**5. Perhitungan Reklame Film / Slide**

NPRI	:	$NJOPR \times JUMLAH DETIK \times 25\%$
	:	$2.000 \times 1 \times 25\%$
	:	$50 \times 25\%$
	:	500 / DETIK / Penyelenggara

**6. Perhitungan Reklame Udara**

NPRI	:	$NJOPR \times JUMLAH BUAH \times 25\%$
	:	$16.000.000 \times 1 \times 25\%$

	:	50 x 25 %
	:	4.000.000 / Penyelenggara

7. Perhitungan Reklame Apung

NPRI	:	NJOPR x JUMLAH BUAH x 25%
	:	16.000.000 x 1 x 25%
	:	50 x 25 %
	:	4.000.000 / Penyelenggara

8. Perhitungan Reklame Suara

NPRI	:	NJOPR x JUMLAH MENIT x 25%
	:	2.000 x 1 x 25%
	:	2.000 x 25 %
	:	500 / Permenit

9. Perhitungan Reklame Peragaan

NPRI	:	NJOPR x JUMLAH HARI x 25%
	:	1.000.000 x 1 x 25%
	:	1.000.000 x 25 %
	:	250.000 / Permenit

Salah sumber dana PAD yakni Pajak reklame yang mana tujuan utamanya adalah membiayai kegiatan pemerintah kota Makassar sebagaimana aturan perundangan UU No. 23 tahun 2014 berkenaan dengan Perda. Berdasarkan hasil analisis proses perhitungan pelaporan dan penyetoran pajak reklame yang dilakukan di PT Mega Nikma Persada, dapat diketahui bahwa PT Mega Nikmat Persada Nusantara Makasar telah melakukan proses perhitungan pelaporan dan penyetoran pajak reklame sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku, hal ini diketahui dari kesamaan dan kesesuaian antara proses perhitungan yang digunakan di Perusahaan, dan proses perhitungan yang telah di tetapkan oleh daerah.

Pajak juga dapat mencerminkan adanya partisipasi dari masyarakat dalam kegiatan pembangunan serta mendukung keadilan masyarakat. Karenanya pajak menjadi salah satu alat yang cukup efektif dalam kebijakan fiskal sehingga masyarakat dapat tergerak dan berpartisipasi. Berdasar atas sudut pandang ekoomi yang berguna bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat berdasar atas sudut pandang dari hukum pajak sendiri merupakan

salah satu permasalahan keuangan negara sengga perlu aturan pemerintahan untuk mengatur keuangan negara.

Pajak memiliki kandungan unsur yang mana merupakan satu iuran yang bersifat wajib yang dilakukan individu maupu badan pada pemerintah daerah tanpa adanya balas jasa langsung yang lebih seimbang. Buka hanya itu pajak daerah juga harus bisa dilakukan dengan dasar aturan perundangan untuk memenuhi penyelenggaraan pemerintah serta pembangunan daerah.

**5. PENUTUP**

**5.1 Simpulan**

Dari hasil yang diperoleh disimpulkan bahwa Proses menghitung pajak reklame yang dilakukan PT mega Nikmat Persada Nusantara sudah sesuai dengan aturan daerah yang berlaku. Dibuktikan dengan analisa perhitungan serta pelaporan pajak yang dilakukan di PT Mega Nikmat Persada Nusantara.

**5.2 Saran**

Berdasar atas pambasan dan kesimpulan, maka dapat diberikan saran penelitian berikut:

1. Bagi PT Mega Nikmat Persada Nusantara
2. PT Mega Nikmat Persada Nusantara mempertahankan dan meningkatkan peraturan perpajakan dan tetap mengamati informasi-informasi yang baru mengenai perubahan yang berlaku.
3. Bagi peneliti selanjutnya
4. peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian di perusahaan atau daerah yang berbeda sehingga dapat hasil penelitian yang berbeda dan mengembangkan penelitian yang lebih sempurna.

**DAFTAR PUSTAKA**

Carunia, Mulya Firdausy. (2017). *Kebijakan dan Strategi Peningkatan Pendapatan Asli Daerah dalam Pembangunan Daerah*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Firmansyah, Asrul et.al. (2016). ANALISIS POTENSI PENDAPATAN PAJAK HIBURAN DAN KONTRIBUSINYA TERHADAP



PENDAPATAN PAJAK DAERAH. *Jurnal Perpajakan (JEJAK)*.

Fitriandi, Primandita, et.al. (2018). *Komplikasi Undang-undang Perpajakan Terlengkap*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.

Hartati, Neneng. (2015). *Pengantar Perpajakan*. Bandung: CV Pustaka Setia.

Hartati, Neneng. (2015). *Pengantar Perpajakan*. Bandung: CV Pustaka Setia.

Mardiasmo. (2016). *Perpajakan (Edisi Terbaru 2016)*. Bulaksumur: CV Andi Offset.

Nasir. (2019). *Hukum pajak*. Bandung.

Pramesti, F. A. (2021, 02 28). fungsi pajak. p. suara.com.

Rahayu, Siti Kurnia. (2017). *Perpajakan (Konsep dan Aspek Formal)*. Bandung: Rekayasa Sains.

Safarina, H. A. (2020, 09 senin). kebijakan pengumutan pajak. *pajak daerah*, p. news.ddtc.co.id/.

Siregar, Baldric. (2017). *Akuntansi Sektor Publik (Akuntansi Keuangan Pemerintah Daerah Berbasis Akrua)*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Sitresmi, A. R. (2021, 04 28). pengertian pajak menurut para ahli. p. liputan6.com.

Suandy, Erly. (2017). *Hukum Pajak*. Jakarta: Salemba Empat.

Tombakan. (2019). *pengantar perpajakan*. jakarta.

