

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

POLITEKNIK PALCOMTECH

PRAKTIK KERJA LAPANGAN

LAPORAN KEGIATAN TENTANG PERHITUNGAN PAJAK

REKLAME PADA CV. RHEMA ADVERTISING



Diajukan Oleh :

Sri Mulyani

041190019

**Diajukan Sebagai Syarat Menyelesaikan Mata Kuliah Praktik
Kerja Lapangan dan Syarat Penyusunan Laporan Tugas Akhir**

PALEMBANG

2022

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN
TINGGI POLITEKNIK PALCOMTECH**

**HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING PRAKTIK KERJA
LAPANGAN**

NAMA :SRI MULYANI
NOMOR POKOK MAHASISWA :041190019
PROGRAM STUDI :D3 AKUNTANSI
JENJANG PENDIDIKAN :DIPLOMA TIGA (D3)
JUDUL PKL :LAPORAN KEGIATAN
TENTANG PERHITUNGAN
PAJAK REKLAME PADA CV.
RHEMA ADVERTISING

Tanggal : Mengetahui,
Pembimbing Direktur

Rizki Fitri Amalia, S.E.,M.Si.,Ak.

Benedictus Effendi, S.T., M.T.

NIDN : 0204068901

NIP : 09.PCT.1

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
POLITEKNIK PALCOMTECH

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI PRAKTIK KERJA LAPANGAN

NAMA : SRI MULYANI

NOMOR POKOK MAHASISWA : 041190019

PROGRAM STUDI : D3 AKUNTANSI

JENJANG PENDIDIKAN : DIPLOMA TIGA (D3)

JUDUL PKL : LAPORAN KEGIATAN
TENTANG PERHITUNGAN
PAJAK REKLAME PADA CV.
RHEMA ADVERTISING

Tanggal : 26 Januari 2022

Penguji 1

Dr. Febrianty, S.E., M.Si.

NIDN: 0013028001

Tanggal : 26 Januari 2022

Penguji 2

Mutiara Lusiana Annisa, S.E., M.Si.

NIDN: 0225128802

Menyetujui

Direktur

Benedictus Effendi, S.T., M.T.

NIP :09.PCT.1

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“Risiko yang besar, ada mimpi dan harapan yang besar ”.

(Sri)

“Alasan nomor satu kenapa banyak orang gagal dalam hidup adalah karena mereka terlalu mendengarkan teman, keluarga, dan tetangga.”

(Napoleon Hill)

Ku Persembahkan kepada :

Allah SWT yang telah memberi kemudahan.

Orang tuaku yang selalu mendukung dan mendoakanku.

Orang yang selalu memberi pelajaran berharga dan memotivasi untuk mencapai semua ini.

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur penulis haturkan atas kehadiran Allah subhanahu Wa Ta'ala yang sudah memberikan berupa kesehatan dan kesempatan yang menjadikan penulis bisa merampungkan Laporan Praktik Kerja Lapangan ini.

Laporan Prakttik Kerja Lapangan ini Berjudul “**Laporan Kegiatan Tentang Perhitungan Pajak Reklame Pada CV. Rhema Advertising**”. Praktik Kerja Lapangan ini sudah penulis laksanakan dengan sebaik-baiknya di CV. Rhema Advertising.

Tujuan Praktik Kerja Lapangan ini adalah untuk memantapkan teori dan praktik yang sudah dipelajari di kampus dan mampu diselesaikan dengan mengaplikasikanya di lapangan.

Adapun selama penulisan dan penyusunan laporan PKL ini, Penulis mendapatkan banyak bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, sudah menjadi kewajiban bagi penulis untuk mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak tersebut, yaitu kepada:

1. Allah SWT, karena-nya Penulis telah dimudahkan dalam menyelesaikan laporan ini dengan lancar.
2. Direktur Politeknik Palcomtech, Bapak Benidictus Effendi, S.T., M.. T.
3. Ibu Rizki Fitri Amalia, SE., M.Si., Ak. selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan memberikan bimbingan selama penulis laporan.
4. Bapak Kimson Simanullang, selaku pembimbing Praktik Kerja Lapangan di CV. Rhema Advertising.
5. Papa tercinta yang telah memberikan dukungan materi dan moral.
6. Untuk teman-teman seperjuangan yang telah memberikan dukungan dan saranya selama penyusunan laporan PKL ini.

Demikian kata pengantar dari Penulis, dengan harapan laporan PKL ini dapat bermanfaat dan berguna bagi para pembaca, dengan kesadaran penulis bahwa laporan ini masih mempunyai banyak kekurangan dan kelemahan sehingga membutuhkan banyak saran dan kritik yang membangun untuk menghasilkan sesuatu yang lebih baik. Terima kasih.

Palembang, Januari 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Praktik Kerja Lapangan	3
1.3 Manfaat Praktik Kerja Lapangan	4
1.4 Tempat Praktik Kerja Lapangan	5
1.5 Waktu Praktik Kerja Lapangan.....	5
1.6 Teknik Pengumpulan Data.....	7

BAB II KEADAAN UMUM TEMPAT PKL

2.1 Sejarah CV. Rhema Advertising.....	9
2.2 Visi Misi CV. Rhema Advertising.....	12
2.3 Struktur Organisasi CV. Rhema Advertising	12
2.4 Tugas/wewenang di CV. Rhema Advertising	13
2.5 Lambang/Logo CV. Rhema Advertising	17

BAB III HASIL DAN CAPAIAN KEGIATAN PKL

3.1 Pelaksanaan Kerja.....	18
3.1.1 Uraian Kegiatan PKL	19
3.1.2 Pengertian Pajak	20
3.1.3 Fungsi pajak.....	21
3.1.4 Jenis Pajak	22
3.1.5 Fungsi Pajak	23
3.1.6 Unsur-unsur Pajak Daerah.....	24
3.1.7 Ciri-ciri Pajak Daerah	24
3.1.8 Pengertian Reklame & Pajak Reklame.....	25
3.1.9 Objek Pajak Reklame	25
3.1.10 Subjek Pajak Reklame	27

3.1.11	Wajib Pajak Reklame	28
3.1.12	Dasar Pengenaan Pajak Reklame.....	28
3.1.13	Rumus Nilai Sewa Reklame	28
3.1.14	Tarif Pajak Reklame	29
3.1.15	Cara Perhitungan Pajak Reklame	29
3.1.16	Perhitungan Pajak Reklame.....	33
3.2	Kendala yang dihadapi	38
3.3	Cara Mengatasi Kendala.....	39

BAB IV PENUTUP

4.1	Simpulan	40
4.2	Saran	40

DAFTAR PUSTAKA 42

DAFTAR LAMPIRAN 44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Gedung CV.Rhema Advertising	11
Gambar 2.2 Ruang Kantor CV. Rhema Advertising	11
Gambar 2.3 Struktur Organisasi CV. Rhema Advertising.....	12
Gambar 2.5 Lambang / Logo CV. Rhema Advertising	17
Gambar 3.1 Bukti Pembayaran Pajak Reklame di Kayu Agung	34
Gambar 3.2 Bukti Setoran Pajak Reklame di Kayu Agung.....	34
Gambar 3.3 Bukti Ketetapan Pajak Reklame di Kayu Agung.....	35
Gambar 3.4 Bukti Setoran Pajak Reklame di kota Prabumulih.....	36
Gambar 3.5 Bukti Ketetapan Pajak Reklame di kota Prabumulih.....	37

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jadwal Kerja Praktik Lapangan Selama Sebulan.....	7
Tabel 3.1	Kegiatan Harian PKL di CV. Rhema Advertising.....	19
Tabel 3.2	Kawasan Pemasangan Reklame & Nilai Strategis.....	30
Tabel 3.3	Tarif Billboard dan Sejenisnya Berdasarkan Lokasi.....	30
Tabel 3.4	Tarif Spanduk dan Sejenisnya Berdasarkan Lokasi.....	31
Tabel 3.5	Tarif Nilai Sewa Reklame untuk Produk	32
Tabel 3.6	Tarif Nilai Sewa Reklame untuk Non Produk	33

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Praktek kerja lapangan (PKL) adalah suatu kegiatan yang dilakukan seseorang di dunia pendidikan dengan cara terjun langsung kelapangan untuk mempraktekkan semua teori yang dipelajari di bangku pendidikan. Praktek kerja ini sangat diperlukan untuk mewujudkan sumber daya manusia yang mandiri, beretos kerja dan berdaya saing tinggi karena bangsa Indonesia dihadapkan pada tantangan yang semakin berat yaitu kurangnya tenaga kerja yang mempunyai kualifikasi, sehingga perlu didukung dengan situasi yang kondusif melalui partisipasi semua pihak dalam praktek kerja ini.

Di era modern seperti sekarang ini, dunia digital semakin berkembang dan semakin banyak diminati. Seiring dengan perkembangan dunia digital yang semakin aktif, mendorong mereka untuk ikut memanfaatkan platform digital sebagai wadah untuk mengenalkan produknya kepada masyarakat luas. Merek adalah sesuatu yang melekat dan mudah dikenali dari sebuah produk. Dengan jangkauan dunia digital yang tidak terbatas, memudahkan merek untuk meraih audiens yang lebih luas dan beragam. Hal ini dimanfaatkan oleh perusahaan periklanan untuk menawarkan jasa mempromosikan dan mengiklankan produk dari suatu merek tertentu melalui media digital.

Menurut Aripriaha (2012), Periklanan adalah komunikasi komersil dan non personal tentang sebuah organisasi dan produk-produknya yang

ditransmisikan ke suatu khalayak target melalui media bersifat massal seperti billboard, baliho dan neonbox. Untuk melakukan pemasangan iklan tersebut perlu adanya pembayaran pajak reklame yang telah ditentukan oleh pemerintah daerah. Menurut Siti Kurnia Rahayu, pajak reklame adalah pajak yang ditunjukkan kepada orang pribadi atau badan yang melakukan pemasangan reklame. Walaupun papan reklame terbukti efektif untuk media promosi, tetapi untuk pengurusan pajak reklame tidaklah mudah. Karena setiap reklame akan berbeda pajaknya tergantung banyaknya faktor-faktor yang memengaruhinya.

CV. Rhema Adversiting bergerak di bidang advertising yang berdomisili di Palembang dengan visi misi jangkauan layanan bersifat global untuk kepuasan pelanggan serta konsep total solution merupakan jawaban dari kebutuhan dibidang promosi akan kualitas dan kecepatan layanan terhadap pelanggan. Kecepatan, kualitas layanan, respon time tercepat, kendali mutu dan bergaransi ialah modal utama sebagai yang terdepan di bidang advertising atau reklame. CV. Rhema Advertising sudah berdiri selama 11 tahun dan membuat perusahaan confidence dalam memberikan layanan kepada seluruh pelanggan dengan kualitas layanan yang selalu terbaik. Konsep bisnis CV. Rhema Advertising adalah total *Solution Bussiness Partner* sebagai mitra atau partner yang sanggup memberikan kepuasan dan kenyamanan bagi *personal customer* ataupun *corporate customer*. Kendala yang dihadapi pada CV. Rhema Advertising yaitu sering terjadi kesalahan perhitungan dalam penentuan nilai pajak reklame, dimana perhitungannya berdasarkan tempat dan ukuran reklame itu sendiri. Kemudian pernah terlambat melaporkan sehingga adanya denda yang telah ditetapkan peraturan pemerintah.

Dengan pembahasan tentang pajak reklame diatas, penulis melakukan praktik kerja lapangan di CV. Rhema Advertising dengan judul **“Laporan Kegiatan Tentang Perhitungan Pajak Reklame pada CV. Rhema Advertising”**.

1.2. Tujuan Praktik Kerja Lapangan

Program studi D3 Akuntansi Politeknik Palcomtech Palembang mewajibkan program Praktik Kerja Lapangan bagi para mahasiswa sebagai bentuk implementasi pembelajaran yang diberikan selama kelas perkuliahan. Hal tersebut juga dilakukan agar meningkatkan wawasan pengetahuan, pengalaman, kemampuan dan keterampilan mahasiswa. Dengan melakukan Praktik Kerja Lapangan mahasiswa diharapkan dapat beradaptasi dengan lingkungan kerja dan menghadapi masalah-masalah di dalamnya dengan keterampilan serta pengetahuan yang telah dimiliki selama proses perkuliahan. Tujuan diadakannya praktik kerja lapangan diantaranya yaitu:

1. Meningkatkan wawasan pengetahuan, pengalaman, kemampuan dan keterampilan di dunia kerja.
2. Mengetahui secara langsung gambaran kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan bidang administrasi perkantoran.
3. Mengaplikasikan teori serta bidang ilmu yang sudah didapatkan dari bangku perkuliahan.

4. Melatih mahasiswa untuk bersosialisasi pada suasana lingkungan kerja yang sesungguhnya, berkenaan dengan disiplin ilmu dan tanggung jawab pekerjaan.

1.3. Manfaat Praktik Kerja Lapangan

Manfaat praktik kerja lapangan adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Bagi Mahasiswa
 - a. Memberikan pengalaman kerja, menambah wawasan dan memperluas jejaring sosial.
 - b. Mahasiswa mendapatkan penghasilan bila magang di tempat yang memberikan kompensasi kepada mahasiswa magang
 - c. Mahasiswa memiliki gambaran mengenai dunia kerja
 - d. Mahasiswa dapat mengasah keterampilannya
2. Manfaat Bagi Perguruan Tinggi
 - a. Terjalin kerja sama antara perguruan tinggi dan instansi terkait.
 - b. Perguruan tinggi bisa mengukur pencapaian kinerjanya serta mengevaluasi hasil pembelajaran; apakah program akademik sesuai sejalan dengan kebutuhan dunia kerja atau belum.
 - c. Untuk instansi yang menjadi tempat magang mendapatkan masukan dan saran dari mahasiswa mengenai instansinya sesuai dengan keilmuan mahasiswa tersebut.
3. Manfaat Bagi Perusahaan
 - a. Meningkatkan citra perusahaan

- b. Mendukung program pendidikan pemerintah
- c. Mendapatkan tenaga kerja sementara

1.4. Tempat Praktik Kerja Lapangan

Tempat pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan dilaksanakan di CV.Rhema Advertising yang berlokasi di Jl. Mr. Sudarman Ganda Subrata Lr. Mawar No. 90 Rt. 017 Rw. 008 Sukamaju Sako kota Palembang Sumatera Selatan 39164.

1.5. Waktu Praktik Kerja Lapangan

1. Tahap Persiapan

Dalam tahap persiapan penulis mencari perusahaan yang dapat dijadikan untuk Praktik Kerja Lapangan dan sudah diakui keberadaanya, letak yang strategis dan mudah untuk di temui. Sebelum memulai Praktik Kerja Lapangan penulis terlebih dahulu mengurus surat permohonan untuk melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di Biro Administrasi Akademik dan Keuangan (BAAK) yang ditujukan kepada Direktur Utama CV. Rhema Advertising.

Setelah selesai mengurus surat permohonan yang dibuat oleh pihak (BAAK) Palcomtech. Kemudian dilanjutkan dengan memberikan langsung surat permohonan Praktik Kerja Lapangan ke CV. Rhema Advertising untuk selanjutnya diberikan kepastian berupa konfirmasi surat balasan oleh pihak perusahaan. Ketika Penulis sudah terkonfirmasi

untuk menjadi mahasiswa magang, penulis dapat melaksanakan Praktik Kerja Lapangan sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan.

2. Tahap Pelaksanaan

Penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di CV. Rhema Advertising selama satu bulan dimulai dari tanggal 06 September 2021 sampai dengan 11 Oktober 2021. Ketentuan Praktik Kerja Lapangan di CV. Rhema Advertising, yaitu:

Tabel 1.1 Jadwal Kerja Praktik Lapangan Selama Sebulan

Hari	Jam Kerja	Keterangan
Senin s.d Sabtu	08.00-12.00 WIB	
	12.00-13.00 WIB	Istirahat
	13.00-17.00 WIB	

Sumber: CV. Rhema Advertising (2021)

3. Tahap Pelaporan

Setelah melaksanakan Praktik Kerja Lapangan selama satu bulan Penulis memiliki kewajiban kepada Politeknik Palcomtech untuk memberikan laporan mengenai kegiatan yang dilaksanakan ditempat kegiatan Praktik Kerja Lapangan. Penulis mempersiapkan Laporan Praktik Kerja Lapangan ini dimulai dari bulan Oktober 2021 sampai bulan Januari 2021.

Kegiatan yang dilakukan oleh Penulis selama melaksanakan Kegiatan Praktik Kerja Lapangan ini adalah mempelajari lingkungan kerja serta mencatat pengetahuan baru selama kegiatan Praktik Kerja

Lapangan. Dan yang terakhir adalah mencatat semua hasil kegiatan disertai dengan adanya data-data untuk proses dalam bentuk sebuah laporan Praktik Kerja Lapangan.

1.6. Teknik Pengumpulan Data

Adapun telnik pengumpulan data yang digunakan Penulis dalam Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan yaitu:

1. Observasi

Menurut Marshall Sugiyono (2016) menyatakan bahwa, “*through observation, the researcher learn behavior and the meaning attached to those behavior*”. Melalui observasi, Penulis belajar tentang perilaku, dan makna dari perilaku tersebut. Dalam melakukan observasi, Penulis akan terlibat kegitan sehari-hari proses kerja dan orang yang diamati sebagai sumber data. Penulis melakukan pengamata langsung mengenai cara kerja dalam merekap data gaji pegawai tetap dan pegawai tidak tetap, dan Penulis juga ikut terjun langsung untuk mengamati cara kerja dari pegawai tidak tetap.

2. Wawancara

Menurut Sugiyono (2016), wawancara adalah pertemuan yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi mupun suatu ide dengan cara tanya jawab, sehingga dapat dikerucutkan menjadi sebuah kesimpulan atau makna dalam topik tertentu. Melalui wawancara ini, Penulis akan mengetahui lebih dalam mengenai aktivitas proses kerja CV. Rhema Advertising. Penulis melakukan wawancara secara

langsung dengan bapak Kimson Simanullang selaku Direktur Utama CV. Rhema Advertising mengenai permasalahan yang dihadapi pada perhitungan dan pembayaran pajak reklame.

3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2016) menyatakan “Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.” Dokumen yang digunakan merupakan data pendukung terhadap hasil pengamatan. Dokumentasi yang didapat dari CV. Rhema Advertising berupa foto-foto yang dibutuhkan Penulis untuk mengerjakan laporan ini, diantaranya foto saat melakukan kegiatan pengumpulan data sebagai syarat pembayaran pajak, foto saat terjun langsung ke lapangan untuk melihat proses pembuatan kerangka reklame dan kegiatan lainya selama pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan

BAB II

KEADAAN UMUM TEMPAT PKL

2.1. Sejarah CV. Rhema Advertising

CV. Rhema Advertising adalah sebuah perusahaan yang melayani jasa di bidang periklanan seperti promosi outdoor maupun indoor yakni mulai dari tahap desain hingga realisasi pelaksanaan di lapangan sebagai tahap akhir sampai dengan tahap perawatan/pemeliharaan (*maintenance*).

CV. Rhema Advertising mempunyai fungsi sebagai instansi jasa iklan bertanggung jawab maupun profesionalisme dari setiap staff atau pekerja merupakan suatu kekuatan besar dari perusahaan tersebut, sehingga suatu pekerjaan terlaksana dengan baik. Perusahaan ini berdiri sejak 15 Desember 2010 berdomisili di kota Palembang. Selama ini perusahaan CV. Rhema Advertising sudah memenuhi proyek kerja dari klien tidak hanya di kota Palembang saja tapi seluruh wilayah Sumatera Selatan seperti kota Prabumulih, Kab. Banyuasin, OKI, OI, OKU Timur bahkan sampai provinsi Jambi.

Perusahaan advertising ini melayani jasa pembuatan media reklame seperti billboard, baliho, bando jalan, shopsign, neonbox, branding, letter sign. Lebih dari 10 tahun CV. Rhema Advertising beroperasi di media reklame, sudah banyak klien mempercayai kualitas pekerjaan dari perusahaan ini. Beberapa klien tersebut berasal dari perusahaan ternama seperti:

1. PT. Kalbe Farma

2. PT. Electronic City Tbk
3. PT. Bank Danamon
4. PT. Gudang Garam
5. PT. HM. Sampoerna
6. PT. Karka Abisatya Mataram
7. PT. Nojorono Tobacco International
8. PT. ACE Hardware Indonesia

Berikut adalah profil perusahaan dari CV. Rhema Advertising:

1. Nama Perusahaan : CV. Rhema Advertising
2. Alamat : Jl. Mr. Sudarman Ganda Subrata Lr. Mawar
No.90 Rt.17 Rw. 08 Sukamaju Sako
kota Palembang
3. Telepon : 0813-67976797
4. E-mail : rhemaadv@gmail.com
5. Bidang Usaha : Advertising
6. Bentuk Perusahaan : Perseroan Komanditer
7. Tahun Pendirian : 2010
8. NPWP : 03.103.642.9-301.000
9. NIB : 9120112021253

Berikut salah satu space di CV. Rhema Advertising:



Gambar 2.1
Gedung CV. Rhema Advertising



Gambar 2.2
Ruang kantor di gedung CV. Rhema Advertising

2.2. Visi Misi CV. Rhema Advertising

Visi:

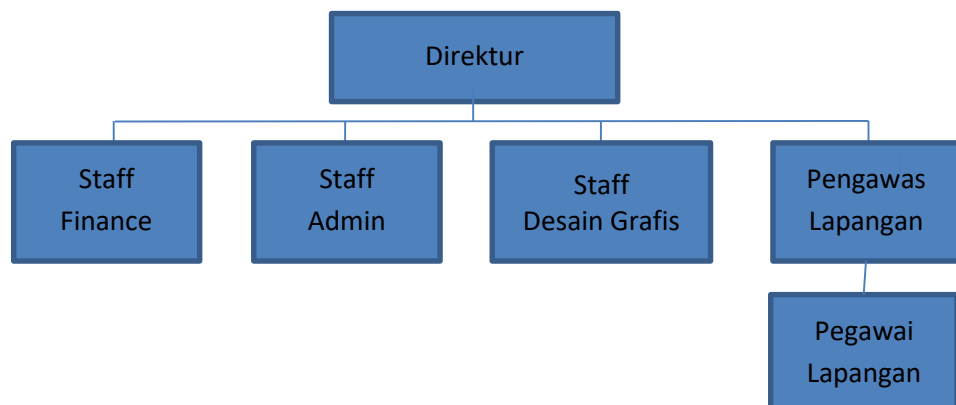
Suatu pekerjaan bagi kami adalah tanggung jawab kami kepada klien untuk memberikan kualitas layanan sehingga dapat menghasilkan mutu kerja yang sangat prima di bidang reklame.

Misi:

1. Meningkatkan pelayanan di bidang Advertising.
2. Mengembangkan SDM dan budaya perusahaan dengan kinerja tinggi
3. Memberikan layanan kepada seluruh pelanggan dengan kualitas layanan yang selalu terbaik, kecepatan, kualitas layanan, respon time cepat, kendali mutu sesuai dengan spesifikasi pelanggan.
4. Menjalin kerjasama yang saling menguntungkan dengan mitra usaha dan mitra kerja.

2.3. Struktur Organisasi CV. Rhema Advertising

Berikut ini merupakan struktur organisasi pada CV. Rhema Advertising:



Sumber : CV. Rhema Advertising (2021)

2.4. Tugas atau Wewenang di CV. Rhema Advertising

1) Direktur perusahaan

- a. Memutuskan dan menentukan peraturan dan kebijakan tertinggi perusahaan
- b. Bertanggung jawab dalam memimpin dan menjalankan perusahaan.
- c. Bertanggung jawab atas kerugian yang dihadapi perusahaan termasuk juga keuntungan.
- d. Merencanakan serta mengembangkan sumber-sumber pendapatan dan pembelanjaan kekayaan perusahaan.
- e. Bertindak sebagai perwakilan perusahaan dalam hubungannya dengan dunia luar perusahaan.
- f. Menetapkan strategi-strategi untuk mencapai visi dan misi perusahaan.
- g. Mengkoordinasikan dan mengawasi semua kegiatan di perusahaan, mulai bidang administrasi, kepegawaian hingga pengadaan, kualitas produk, persediaan dan distribusi barang.
- h. Mengangkat dan memberhentikan karyawan perusahaan.

2) Staff *Finance*

- a. Melakukan pengaturan keuangan perusahaan.
- b. Melakukan penginputan semua transaksi keuangan ke dalam sistem laporan keuangan.
- c. Melakukan transaksi keuangan perusahaan.
- d. Melakukan pembayaran kepada supplier.

- e. Berhubungan dengan pihak internal maupun eksternal terkait dengan aktivitas keuangan perusahaan.
- f. Mengontrol aktivitas keuangan / transaksi keuangan perusahaan.
- g. Membuat laporan mengenai aktivitas keuangan perusahaan.
- h. Menerima dokumen dari vendor internal maupun external.
- i. Melakukan pembayaran gaji karyawan
- j. Melakukan pembayaran beban administrasi perusahaan
- k. Melakukan pembayaran pajak dan izin media reklame
- l. Melakukan pembayaran SPT tahunan.

3) Staff Administrasi

- a. Membuat perencanaan keuangan, mulai perencanaan peminjaman, penerimaan, pengeluaran dan pembayaran.
- b. Menyusun schdule pekerjaan di lapangan.
- c. Menyusun infomasi keuangan harian, mingguan, bulanan dan tahunan.
- d. Mengelola kredit dengan mengerjakan tagihan-tagihan.
- e. Mengurus surat berharga, salah satunya menandatangani cek.
- f. Menyiapkan dokumen sebagai syarat untuk bayar pajak dan izin media reklame.
- g. Bekerja sama dalam menyusun kebijakan administrasi keungan dengan bagian lain yang terkait sesuai dengan visi dan misi perusahaan.

4) Staff Desain Grafis

- a. Membuat konsep dari informasi dan material yang berkaitan dengan desain yang akan dikerjakan.
- b. Bertemu dengan klien jika dibuuthkan untuk menggali informasi tambahan tentang desain yang akan dibuat.
- c. Mengilustrasikan konsep dalam bentuk draft.
- d. Membuat desain yang komunikatif dan mudah dipahami.
- e. Mengaplikasikan elemen desain, layout dan proses teknis sesuai dengan kebutuhan dan hasil akhir yang diinginkan.
- f. Memberikan solusi atas permasalahan tertentu.
- g. Mengikuti perkembangan gaya dan inovasi desain.
- h. Menyelesaikan proyek dan mengkoordinasikannya kepada pihak terkait.
- i. Bekerja sama dengan tim.

5) Pengawas Lapangan

- a. Melaksanakan pekerjaan pengawasan secara umum, pengawasan lapangan, koordinasi dan inspeksi kegiatan–kegiatan pembangunan agar pelaksanaan teknis maupun administrasi teknis yang dilakukan dapat secara terus menerus sampai dengan pekerjaan diserahkan untuk kedua kalinya.
- b. Mengawasi kebenaran ukuran, kualitas dan kuantitas dari bahan atau komponen bangunan, peralatan dan perlengkapan selama pekerjaan pelaksanaan di lapangan atau ditempat kerja lainnya.

- c. Mengawasi kemajuan pelaksanaan dan mengambil tindakan yang tepat dan cepat, agar batas waktu pelaksanaan minimal sesuai dengan jadwal yang ditetapkan.
- d. Memberikan masukan pendapat teknis tentang penambahan atau pengurangan biaya dan waktu pekerjaan serta berpengaruh pada ketentuan kontrak, untuk mendapatkan persetujuan dari Pengguna Jasa.
- e. Memberikan petunjuk, perintah sejauh tidak mengenai pengurangan dan penambahan biaya dan waktu pekerjaan serta tidak menyimpang dari kontrak, dapat langsung disampaikan kepada pemborong, dengan pemberitahuan tertulis kepada Pengelola Proyek.
- f. Memberikan bantuan dan petunjuk kepada Pemborong dalam mengusahakan perijinan sehubungan dengan pelaksanaan pembangunan.

6) Pegawai Lapangan

- a. Mengukur bahan seperti besi untuk pembuatan media reklame sesuai permintaan klien.
- b. Membuat kerangka media reklame sesuai permintaan klien.
- c. Menaikkan tiang media reklame di lokasi yang sudah ditentukan.
- d. Melakukan pemasangan iklan tertentu di media reklame yang sudah disiapkan.

- e. Melakukan dokumentasi berupa foto atau video sebagai bukti pemasangan finish.

2.5 LAMBANG CV. Rhema Advertising

Berikut ini adalah lambang CV. Rhema Advertising:



Gambar 2.5 Lambang Perusahaan CV. Rhema Advertising

BAB III

HASIL DAN CAPAIAN KEGIATAN PKL

3.1. Pelaksanaan Kerja

Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan dilaksanakan dengan Penempatan di bagian Administrasi CV. Rhema Advertising. Beberapa pekerjaan yang dilakukan oleh mahasiswa Praktik Kerja Lapangan (PKL) menyusun data bukti pembayaran pajak reklame. Disini penulis mencoba mendeskripsikan apa yang telah penulis lakukan selama satu bulan Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan.

Penulis melaksanakan Kegiatan Praktik Kerja Lapangan pada CV. Rhema Advertising selama kurang lebih satu bulan mulai dari 06 2021September sampai dengan 11 Oktober 2021. Waktu Praktik Kerja harian disesuaikan dengan jam kerja yang ada pada CV. Rhema Advertising yaitu dimulai pukul 08.00 WIB hingga pukul 17.00 WIB. Selama penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan, maka bentuk-bentuk pekerjaan yang diberikan oleh pembimbing lapangan merupakan kebijakan dari prosedur pada CV. Bermakarya.

Pada saat penulis melakukan Praktik Kerja Lapangan, penulis hanya tertuju pada tugas dan prosedur CV. Rhema Advertising yang berkaitan dengan rekapan bukti pembayaran pajak reklame dan berkas yang dibutuhkan untuk pelaporan pajak reklame.

Tabel 3.1

Tabel Kegiatan Harian PKL di CV. Rhema Advertising

Tanggal	Jam Kerja	Kegiatan
06 Sep - 11 Sep (Minggu pertama)	08.00 – 17.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan kepada seluruh Staf CV. Rhema Advertising. 2. Pembagian tugas dan aktivitas. 3. Melihat contoh format rekapan. 4. Membantu merekap berkas bukti pembayaran pajak reklame
13 Sep – 18 Sep (Minggu kedua)	08.00 – 17.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Belajar menghitung pajak reklame sesuai lokasi strategis dan ukuran. 2. Belajar menghitung denda pajak jika telat bayar.
20 Sep – 25 Sep (Minggu ketiga)	08.00 – 17.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membantu menginput lokasi reklame yang sudah bayar pajak 2. Membantu membuat surat. 3. Memahami persyaratan dalam pelaporan pajak reklame.
27 Sep - 02 Okt (Minggu keempat)	08.00 – 17.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melihat langsung pekerja membuat kerangka reklame. 2. Membantu fotocopy dan menata berkas dilemari. 3. Melakukan pembayaran pajak di DISPENDA.
04 Okt – 09 Okt (Minggu kelima)	08.00 – 17.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wawancara narasumber. 2. Perpisahan Pkl/ selesai.

Sumber; diolah 2021

3.1.1. Uraian Kegiatan Praktik Kerja Lapangan

Selama kurang lebih satu bulan Penulis melakukan kegiatan Praktik Kerja Lapangan kegiatan keseharian. Selama kurang lebih satu bulan Penulis mendapatkan banyak tugas yang diperintahkan langsung oleh

Direktur Utama Bapak Kimson Simanullang seperti, menyusun data rekapan bukti bayar pajak reklame, dan mengenprint data atau berkas perusahaan. Dan Penulis sedikit demi sedikit Penulis mulai mengerti dengan pekerjaan di CV. Rhema Advertising.

3.1.2. Pengertian Pajak

Menurut Undang-Undang Nomor 16 tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan pada pasal 1 ayat 1, Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat

Menurut Mardiasmo (2018), Pajak merupakan iuran atau pungutan rakyat kepada pemerintah dengan berdasarkan Undang-Undang yang berlaku atau peralihan kekayaan dari sector swasta kepada sektor publik yang dapat digunakan untuk dipaksakan serta yang langsung ditujukan dan dipakai gunakan untuk membiayai kebutuhan Negara

Dari beberapa definisi diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa pajak adalah suatu bentuk pungutan wajib dibayarkan masyarakat kepada negara dan uang hasil pajak akan masuk dalam kas pendapatan negara. Pajak yang sudah terkumpul akan dipakai untuk biaya pembangunan yang dilakukan pemerintah pusat atau daerah.

3.1.3. Fungsi Pajak

Salah satu bentuk bentuk manfaat dengan adanya pajak ialah sebagai sumber pendapatan Negara dalam rangka membiayai semua pengeluaran proses pembangunan Negara secara menyeluruh. Menurut (Menaung & Rumiki, 2018), Fungsi pajak sebagai berikut :

1. Fungsi Anggaran (*Budgetair*)

Bagi keuangan Negara pajak menjadi salah satu sumber terbesarnya, disini pajak diperuntukan membiayai pengeluaran dalam semua pembangunan baik ekonomi, kesehatan, pendidikan, secara nasional.

2. Fungsi Pemerataan (Pajak Distribusi)

Di Negara Indonesia ada sebuah lembaga yang bernama DJP, lembaga ini memiliki tugas dalam mengelola perpajakan Negara dibawah kementrian republik Indonesia. DJP ini juga bertugas untuk memberikan pembinaan, penyuluhan, dan pengawasan terhadap masyarakat dengan sebaik mungkin. Fungsi lain dari pajak bisa menyesuaikan atau menyertakan pendapatan dan juga kesejahteraan setiap warga Negara.

3. Fungsi Mengatur (*Regulerend*)

Salah satu fungsi pajak yakni sebagai pengatur kebijakan Negara dalam bidang sosial ekonomi. Berikut adalah beberapa fungsi Mengatur:

- a. Dengan adanya pajak dapat menghambat kenaikan inflasi

- b. Dengan adanya pajak akan mendorong kegiatan ekspor dan impor.
- c. Dengan adanya pajak akan memberikan perlindungan terhadap barang retribusi dalam negeri.
- d. Dengan adanya pajak akan mudah untuk mengatur dan menarik investasi yang bisa membantu perekonomian Negara semakin produktif.

3.1.4. Jenis Pajak

Jenis pajak menurut Resmi (2017), pajak dapat dikelompokkan menjadi tiga, yaitu pengelompokan berdasarkan golongannya, lembaga pemungutnya, maupun sifatnya, adapun penjelasannya antara lain:

1. Pajak berdasarkan golongan yaitu:
 - a. Pajak langsung, yaitu pajak yang bebannya harus ditanggung sendiri oleh wajib pajak yang bersangkutan dan tidak dapat dialihkan kepada pihak lain. Contoh: Pajak Penghasilan (PPh).
 - b. Pajak Tidak Langsung, yaitu pajak yang bebannya dapat dialihkan kepada pihak lain. Contoh: Pajak Penghasilan (PPh), Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM).
2. Pajak berdasarkan sifatnya yaitu:
 - a. Pajak Subjektif, yaitu pajak yang berpangkal atau berdasarkan pada subjeknya, dalam arti memperhatikan keadaan wajib pajak. Contoh: Pajak Penghasilan (PPh).

- b. Pajak Objektif, yaitu pajak yang berpangkal pada objeknya, tanpa memperhatikan keadaan dari wajib pajak. Contoh: Pajak Petambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM).
3. Pajak berdasarkan lembaga pemungutnya yaitu:
 - a. Pajak Pusat, yaitu pajak yang wewenang pemungutannya ada pada pemerintah pusat yang dimana pelaksanaannya dilakukan oleh departemen keuangan melalui Direktorat Jendral Pajak. Contoh: Pajak Penghasilan (PPh), Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), Bea Materai dan Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan (BPHTB).
 - b. Pajak Daerah, yaitu:
 - 1) Pajak Provinsi
Contoh : Pajak Kendaraan Bermotor dan Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor.
 - 2) Pajak Kabupaten/Kota
Contoh :Pajak Reklame, Pajak Hotel, Pajak Restoran, dan Pajak Hiburan.

3.1.5. Pengertian Pajak Daerah

Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 pasal 1 angka 10 tentang Pajak Daerah yang dimaksud dengan pajak daerah adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau

badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Menurut Siahaan (2013) mengumumkan bahwa pajak daerah merupakan pajak yang ditetapkan oleh pemerintah daerah dengan peraturan daerah (perda), yang wewenang pungutannya dilaksanakan oleh pemerintah daerah dan hasilnya digunakan untuk membiayai pengeluaran pemerintah daerah dalam pelaksanaan penyelenggaraan pemerintah dan pembangunan di daerah.

3.1.6. Unsur-unsur Pajak Daerah

1. Subjek pajak, adalah individu atau badan yang mempunyai kewajiban untuk membayar atau terlibat dalam aktivitas perpajakan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
2. Objek pajak, adalah segala sesuatu yang dikenakan pajak daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
3. Tarif pajak, adalah besar kecilnya jumlah pajak yang harus dibayarkan sesuai dengan kepemilikan terhadap objek pajak.

3.1.7. Ciri-ciri Pajak Daerah

1. Pajak berasal dari pajak asli daerah atau oajak pusat yang telah diserahkan kepada daerah sebagai pajak daerah.
2. Pajak hanya dipungut di wilayah administrasi yang telah dikuasainya.
3. Pajak digunakan untuk membiayai urusan daerah atau digunakan untuk membiayai pengeluaran daerah.

4. Pajak dipungut berdasarkan peraturan daerah (PERDA) sehingga dapat dipaksakan kepada subjek pajaknya.

3.1.8. Pengertian Reklame dan Pajak Reklame

Menurut Mufatiroh (2019), Reklame adalah setiap kegiatan yang bertujuan untuk memperkenalkan suatu barang atau jasa atau hal lainnya dengan maksud untuk menarik perhatian khalayak ramai. Sementara pajak reklame menurut Carunia Mulya Firdausy (2017), adalah pajak atas penyelenggaraan reklame, dimana reklame didefinisikan sebagai benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersil.

3.1.9. Objek Pajak Reklame

Objek pajak reklame adalah semua penyelenggaraan reklame meliputi:

1. Reklame papan/*billboard*, reklame yang terbuat dari papan kayu, *calli brete*, *vinyle* termasuk seng atau bahan lain sejenis dipasang atau digantungkan atau dipasang pada bangunan, halaman diatas bangunan.
2. Reklame *megatro*/*videotron*/*large electronic display* (LED), reklame yang menggunakan layar monitor besar berupa program reklame atau iklan bersinar dengan gambar atau tulisan berwarna yang dapat berubah-ubah terprogram dan difungsikan dengan tenaga listrik.
3. Reklame kain, reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain, termasuk kertas, plastik, karet, atau bahan lain yang sejenis dengan itu.

4. Reklame melekat (stiker), reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan atau dapat diminta untuk ditempelkan pada suatu benda dengan ketentuan luasnya lebih dari 200 cm²/lembar.
5. Reklame selebaran, reklame yang berbentuk lembaran lepas diselenggarakan dengan cara disebar.
6. Reklame berjalan (kendaraan), reklame yang ditempatkan pada kendaraan yang diselenggarakan dengan mempergunakan kendaraan atau dengan cara dibawa oleh orang.
7. Reklame udara, reklame yang diselenggarakan di udara dengan menggunakan gas, laser, pesawat udara, atau alat lain yang sejenis.
8. Reklame suara, reklame yang diselenggarakan dengan kata-kata yang diucapkan atau suara yang ditimbulkan dari alat.
9. Reklame film, reklame yang diselenggarakan menggunakan klise berupa kaca/film sebagai alat untuk diproyeksikan pada layar di dalam ruangan.
10. Reklame peragaan, reklame yang diselenggarakan dengan cara meragakan suatu barang tanpa disertai suara.
11. Reklame apung, reklame yang diselenggarakan dengan cara terapung dipermukaan air.

Berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 12 Tahun 2011, objek pajak reklame adalah semua bentuk penyelenggaraan reklame. Namun, ada

beberapa yang menjadi pengecualian atau tidak menjadi objek pajak ini diantaranya:

1. Reklame yang diselenggarakan oleh pemerintah atau pemerintah daerah
2. Penyelenggaraan reklame melalui internet, televisi, radio dan sejenisnya.
3. Nama pengenal usaha yang dipasang melekat pada bangunan tempat usaha atau profesi diselenggarakan sesuai dengan ketentuan yang mengatur nama pengenal usaha tersebut yang luasnya tidak melebihi 1m², ketinggian maksimum 15m dengan jumlah reklame terpasang tidak lebih dari 1buah.
4. Penyelenggaraan reklame yang semata-mata memuat nama tempat ibadah dan tempat panti asuhan.
5. Penyelenggaraan reklame yang semata-mata kepemilikan tanah.
6. Diselenggarakan oleh perwakilan diplomatik, perwakilan PBB serta badan-badan atau lembaga organisasi internasional pada lokasi badan-badan dimaksud.

3.1.10. Subjek Pajak Reklame

Menurut Peraturan Daerah tentang Pajak Reklame, Subjek pajak adalah istilah dalam peraturan perundang-undangan perpajakan untuk perorangan atau organisasi berdasarkan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku. Subjek pajak untuk pemungutan pajak reklame adalah orang pribadi atau badan yang menggunakan reklame tersebut.

3.1.11. Wajib Pajak Reklame

Menurut Peraturan Daerah tentang pajak Reklame, Wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame. Dalam hal reklame diselenggarakan sendiri secara langsung oleh pribadi atau badan, wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau badan tersebut. Dalam hal reklame diselenggarakan melalui pihak ketiga, pihak ketiga tersebut menjadi wajib pajak reklame.

3.1.12. 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. Dalam hal reklame diselenggarakan sendiri, Nilai Sewa Reklame (NSR), dihitung dengan memperhatikan faktor sebagai berikut:

1. Jenis reklame
2. Bahan yang digunakan
3. Lokasi penempatan
4. Jangka waktu penyelenggaraan
5. Jumlah media reklame
6. Ukuran media reklame

3.1.13. Rumus Untuk Menghitung Nilai Sewa Reklame (NSR)

Rumus perhitungan nilai sewa reklame (NSR) adalah :

$$\text{NSR} = \text{HDPP} + \text{NS}$$

Keterangan :

HDPP : Harga Dasar Pemasangan dan Pemeliharaan

NS : Perkalian antara faktor-faktor

3.1.14. Tarif Pajak Reklame

Besaran tarif pajak reklame adalah 25% dari dasar pengenaan pajak reklame.

3.1.15. Cara Perhitungan Pajak Reklame

- a. Rumus Perhitungan pajak reklame :

$$25\% \times \text{Nilai Sewa Reklame}$$

- b. Nilai Sewa Reklame ditentukan dengan rumus :

$$\text{Luas} \times (\text{biaya pemasangan} + \text{biaya pemeliharaan}) \times \text{Nilai Strategis}$$

Khusus untuk nilai reklame selebaran dan reklame melekat (stiker) tidak dikenakan biaya pemeliharaan dan nilai strategis. Oleh karena itu, perhitungan nilai reklamenya adalah:

$$\text{Jumlah Reklame} \times \text{Biaya Pemasangan}$$

- c. Untuk reklame berjalan, tidak dikenakan Nilai Strategis, maka perhitungan Nilai Sewa Reklamenya adalah:

$$\text{Jumlah Kendaraan} \times (\text{biaya pemasangan} + \text{biaya pemasangan})$$

Berikut ini merupakan tabel yang menyatakan kawasan pemasangan reklame dan nilai strategis :

Tabel 3.2

Kawasan Pemasangan Reklame dan Nilai Strategis

No.	Kawasan Pemasangan	Nilai Strategis
1	Kawasan I Lingkungan dan Alun-alun	4
2	Kawasan II	
	a. Semua jalan Protokol kota Palembang	2
	b. Jalan yang menghubungkan kota Palembang dengan kabupaten	2
	c. Jalan yang menghubungkan kota kecamatan dengan kecamatan	2
3.	Kawasan III Jalan yang menghubungkan antar desa, dan antar desa dengan ibukota kecamatan diseluruh wilayah kabupaten diluar radius 3 kilometer dari ibukota kecamatan (Kecuali yang sudah termasuk kawasan II)	1

Sumber: Munthe (2018)

Berikut ini merupakan tabel Billboard dan sejenisnya yang menyatakan rincian tarif dengan lokasi yang berbeda:

Tabel 3.3

Rincian tarif dengan lokasi yang berbeda

Jenis Reklame	Lokasi Penempatan	Ukuran/Luas Media Reklame (m ²)	Jumlah Reklame	Jangka Waktu	Besaran Nilai Kelas Jalan (Rp)
Papan/Billboard/Videotron /LED dan sejenisnya	Protokol A	1 m ²	1 buah	1 hari	Rp25,000.00
	Protokol B	1 m ²	1 buah	1 hari	Rp20,000.00
	Protokol C	1 m ²	1 buah	1 hari	Rp15,000.00

	Ekonomi Kelas I	1 m ²	1 buah	1 hari	Rp10,000.00
	Ekonomi Kelas II	1 m ²	1 buah	1 hari	Rp5,000.00
	Ekonomi Kelas III	1 m ²	1 buah	1 hari	Rp3,000.00
	Lingkungan	1 m ²	1 buah	1 hari	Rp2,000.00

Sumber: CV. Rhema Advertising (2021)

Berikut ini merupakan tabel yang menyatakan rincian tarif dengan lokasi yang berbeda :

Tabel 3.4

Rincian tarif dengan lokasi yang berbeda

Jenis Reklame	Lokasi Penempatan	Ukuran/Luas Media Reklame (m ²)	Jumlah Reklame	Jangka Waktu	Besaran Nilai Kelas Jalan (Rp)
Reklame kain berupa umbul-umbul, spanduk, dan sejenisnya	Protokol A	1 m ²	1 buah	1 hari	Rp25,000.00
	Protokol B	1 m ²	1 buah	1 hari	Rp20,000.00
	Protokol C	1 m ²	1 buah	1 hari	Rp15,000.00
	Ekonomi Kelas I	1 m ²	1 buah	1 hari	Rp10,000.00
	Ekonomi Kelas II	1 m ²	1 buah	1 hari	Rp5,000.00
	Ekonomi Kelas III	1 m ²	1 buah	1 hari	Rp3,000.00
	Lingkungan	1 m ²	1 buah	1 hari	Rp2,000.00

Sumber: CV. Rhema Advertising (2021)

Lalu, berikut ini adalah perincian untuk jenis reklame lainnya:

1. Reklame melekat (stiker): Rp 5,00/cm², sekurang-kurangnya Rp500,000 setiap kali penyelenggaraan.
2. Reklame selebaran: Rp500/lembar, sekurang-kurangnya Rp5 juta setiap kali penyelenggaraan.
3. Reklame berjalan/kendaraan: Rp5,000 m² per hari
4. Reklame udara: Rp2 juta sekali peragaan, paling lama satu bulan.
5. Reklame apung: Rp500,000 sekali peragaan, paling lama satu bulan.
6. Reklame suara: Rp2,000/15 detik, kurang dari waktu tersebut akan dibulatkan ke 15 detik.
7. Reklame film/slide: Rp10,000/15 detik, kurang dari waktu tersebut akan dibulatkan ke 15 detik.
8. Reklame peragaan: Rp400,000 per penyelenggaraan

Berikut ini merupakan tabel tarif NSR Reklame untuk produk :

Tabel 3.5

Tarif NSR untuk Produk

Kelas Jalan	Durasi Tayang	Tarif Pajak Reklame
Protokol A	/Meter/hari	Rp. 125.000,-
Protokol B	/Meter/hari	Rp. 120.000,-
Protokol C	/Meter/hari	Rp. 75.000,-
Ekonomi I	/Meter/hari	Rp. 50.000,-
Ekonomi II	/Meter/hari	Rp. 25.000,-
Ekonomi III	/Meter/hari	Rp. 15.000,-
Lingkungan	/Meter/hari	Rp. 10.000,-

Sumber: CV. Rhema Advertising (2021)

Berikut ini merupakan tabel tarif NSR Reklame untuk non produk :

Tabel 3.6
Tarif NSR untuk Non Produk

Kelas Jalan	Durasi Tayang	Tarif Pajak Reklame
Protokol A	/Meter/hari	Rp. 25.000,-
Protokol B	/Meter/hari	Rp. 20.000,-
Protokol C	/Meter/hari	Rp. 15.000,-
Ekonomi I	/Meter/hari	Rp. 10.000,-
Ekonomi II	/Meter/hari	Rp. 5.000,-
Ekonomi III	/Meter/hari	Rp. 3.000,-
Lingkungan	/Meter/hari	Rp. 2.000,-

3.1.16. Perhitungan Pajak Reklame

Perhitungan pajak reklame papan/bilboard untuk wilayah Palembang:

Pajak reklame produk: Ukuran billboard 3 m x 1 m, lokasi di Jalan

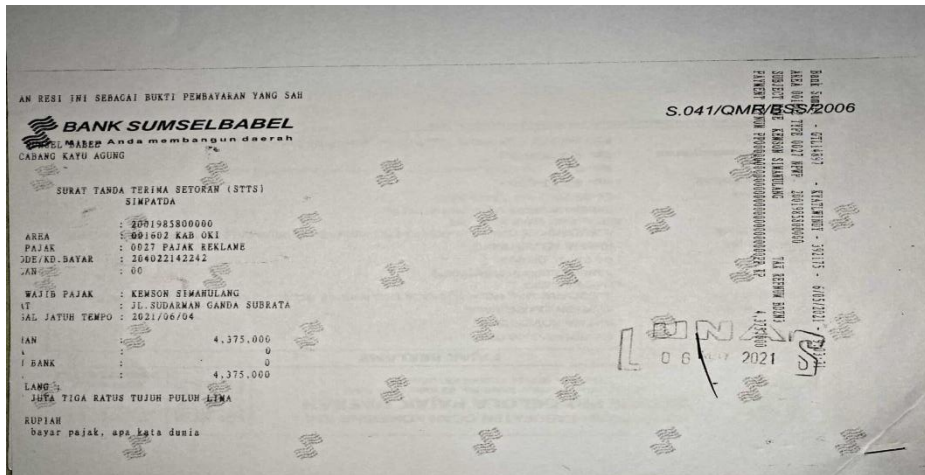
Sudirman (Protokol A)

1. $3\text{ m} \times 1\text{ m} \times \text{Rp}125.000 \times 365\text{ hari} \times 25\% = \text{Rp}34.218.750$ (pajak reklame yang harus dibayar).

Pajak reklame non-produk dengan ukuran yang sama namun dengan jenis pajak reklame non-produk. Berikut cara menghitungnya:

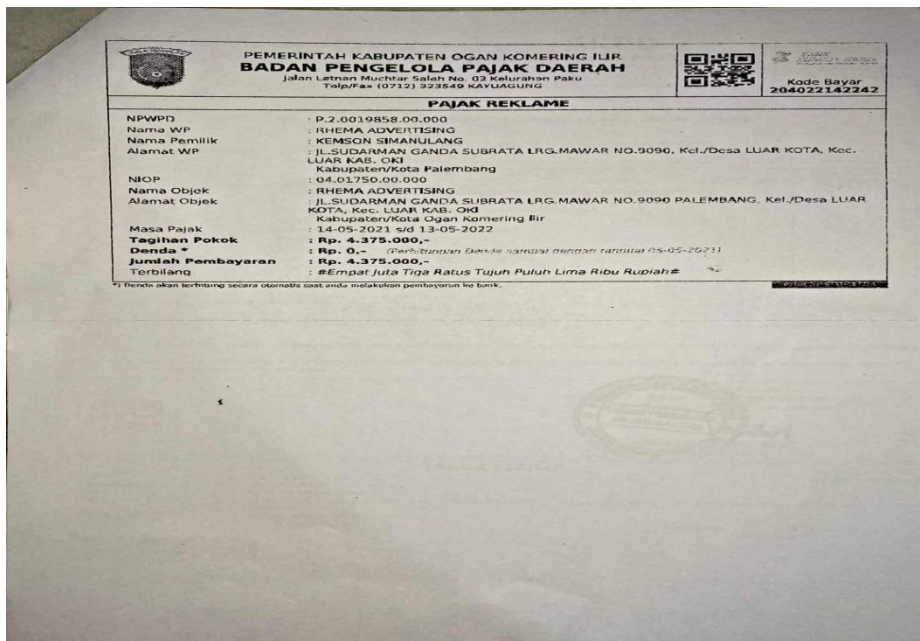
2. $3\text{m} \times 1\text{m} \times \text{Rp}25.000 \times 365\text{ hari} \times 25\% = \text{Rp}6.843.750$ (pajak reklame yang harus dibayar).

Berikut bukti pembayaran pajak reklame pada CV. Rhema Advertising:




Gambar 3.1

Bukti pembayaran pajak reklame di Kayu Agung



Gambar 3.2

Bukti setoran pembayaran pajak reklame di Kayu Agung



PEMERINTAH KABUPATEN LOGAN KONGERIL IJUR
BADAN PENGELOLA PAJAK DAERAH
 Jalan Letnan Muchtar Saleh No. 02 Kelurahan
 Paku Kayuagung
 Telp (0712) 323549

SKPD

(SURAT KETETAPAN PAJAK DAERAH)
 Masa Pajak : 14-05-2021 s.d. 13-05-2022
 Tahun Pajak : 2021

No. SPTPD : 42242
 No. SKPD : 00860
 Kode Bayar
204022142242

I. Identitas Wajib Pajak

NPWPD : P.2.0019858.00.000
 Nama Pemilik : KEMSON SIMANJILANG
 Alamat : JL.SUDARMAN GANDA SUBRATA LRG.MAWAR NO.9090, KAB. PALEMBANG
 NIDP : 04.01750.00.000
 Nama Objek : RHEMA ADVERTISING
 Alamat Objek : JL.SUDARMAN GANDA SUBRATA LRG.MAWAR NO.9090 PALEMBANG


ii. Tanggal Jatuh Tempo : 04-06-2021

NO.	KODE REKENING	UPAJAN	JUMLAH (Rp.)
1.	4.1.01.09.01.0001	PAJAK REKLAME - PAJAK REKLAME PAPAN/BILLBOARD/VIDEOTRON/MEGATRON	4.375.000,00
Jenis Reklame : Reklame Billboard/ideotron/Megatron Lokasi Reklame : Desa Tubuk Seberuk Kelas Jalan : Protokol (Persimpangan) Maksud Reklame : CLASMILD Jangka Waktu : 1 Tahun Luas : 5,00 m x 10,00 m = 50,00 m ² Nilai Lokasi : 350.000,00 Tarif Reklame : Muka x Luas x Tarif Lokasi x Tarif % x Jumlah : 1 x 50,00 x 350.000,00 x 25% x 1 : 4.375.000,00			
Jumlah Ketetapan Pokok Pajak			4.375.000,00


Bentuk Huruf : #Empat Juta Tiga Ratus Tujuh Puluh Lima Ribu Rupiah#

PERHATIAN :

1. Harap penyetoran dilakukan melalui BKP atau Kas Daerah (Bank Sumsel-babel) dengan menggunakan Surat Setoran Pajak Daerah (SSPD)
2. Apabila SKPD ini tidak atau kurang dibayar setelah waktu paling lama 30 hari sejak SKPD ini diterima dikenakan sanksi administrasi berupa bunga sebesar 2% per bulan.



15 Mei 2021
 a.n Kepala Badan Pengelola Pajak Daerah
 Bidang Penagihan Daerah



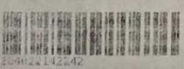
RIKO APRIANTO, S.P., M.Si
 2009031007

TANDA TERIMA

NPWPD : P.2.0019858.00.000
 Nama WP : RHEMA ADVERTISING
 Nama Pemilik : KEMSON SIMANJILANG
 Alamat WP : JL.SUDARMAN GANDA SUBRATA LRG.MAWAR NO.9090, RT. 00, RW. 00, DESA LUAR KOTA, KEC. LUAR KAB. OKU, KAB. PALEMBANG
 Nama Objek / Usaha : RHEMA ADVERTISING

No. SPTPD : 42242
 No. SKPD : 00860




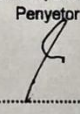
Kayuagung, 20
 Yang Menetima



204022142242

Gambar 3.3

Bukti Surat Ketetapan Daerah di Kayu Agung

 PEMERINTAH KOTA PRABUMULIH BADAN PENDAPATAN DAERAH Kantor Pemerintah Kota Prabumulih Lantai Dasar Prabumulih - SUMATERA SELATAN 31114		SSPD (SURAT SETORAN PAJAK DAERAH) Tahun : 2021 Pajak Reklame	
		Nomor : 00000190/REK/21	
Nama	: CV.Rhema Advertising		
Alamat	: Jln. Rimba Kemuning Lrg Ogan Ulu No. 735 RT008/RW002 Kel. Ario Kemuning Kec. Kemuning Kota Palembang		
Nama Usaha	: Sampoerna		
Alamat Usaha	: Simpang Tugu Nanas Jln.Jend.Sudirman Kel.Patih Galung Kec.Prabumulih Barat		
NPWPD	: P2.0000019.99.99		
Menyetor Berdasarkan	: SPTPD / SKPD		
Dokumen Penetapan	: 00000190/REK/21		
Masa Pajak	: 03/05/2021 - 03/05/2022	Tahun	: 2021
Cara Pembayaran	: <input type="checkbox"/> Tunai <input checked="" type="checkbox"/> Bank		
Bank Penerima Setoran	: Bank Sumsel Babel		
Kode Area	: 1601		
Tipe Pajak	: 0027		
Kode Bayar	: 4210000544		
Uraian	: Pajak Reklame		
Keterangan	: Pajak Reklame Billboard Bahan Seng		
Dengan rincian penerimaan sebagai berikut :			
No.	Kode Rekening	Jenis Pajak	Nilai (Rp.)
1.	4.1.01.09.01	Reklame Papan/BillBoard/Baliho/Neonbox Judul Reklame : Sampoerna, Lokasi : Simpang Tugu Nanas - Jln.Jend.Sudirman Kel.Patih Galung Kec.Prabumulih Barat, Panjang : 4.00 m, Leber : 6.00 m, Tinggi : 4.00 m, Muka : 1, Jumlah : 1, Lama : 1.00 Tahun	2,505,000.00
Jumlah pajak yang harus dibayar			2,505,000.00
Terbilang : Dua Juta Lima Ratus Lima Ribu Rupiah			
Bendahara Penerimaan Debi Puspita Sari, SE NIP. 198306012011012007		Petugas Pemungut   JUD (BPTD).S.Sar	Prabumulih, 03 Mei 2021 Penysetor 
SSPD ini berlaku setelah dilampiri dengan bukti pembayaran yang sah dari Bank		Pembayaran dapat dilakukan melalui teller dan ATM Bank Bank Sumsel Babel terdekat	

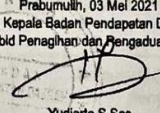
Gambar 3.4

Bukti Surat Setoran Pajak Daerah kota Prabumulih

NO.	PERATURAN	URAIAN	JUMLAH Rp.
1.	Peraturan Daerah Pemerintah Kota Prabumulih No. 02 Tahun 2011 Tentang Pajak Daerah	Pajak Reklame atas pemasangan Reklame Papan/BillBoard/Balho/Neonbox yang bertema 'Sampoerna' dengan perincian sebagai berikut : 1. Lokasi Pemasangan Simpang Tugu Nanas - Jln.Jend.Sudirman Kel.Patih Galung Kec.Prabumulih Barat	
		Pokok Penetapan Pajak A. Nilai Strategis : (fungsi ruang x 40%) + (Sudut Pandang x 30%) + (Fungsi Jalan x 30%) x (Harga Titik Lokasi) B. Ukuran x Nilai Bahan : (P x L x Nilai Bahan.) + Harga Tinggi A. (8 x 40%) + (2 x 30%) + (8 x 30%) x 100,000.00 = 620,000.00 B. (4.00 x 6.00 x 375000.00) + 400,000.00 = 9,400,000.00 A + B = 10,020,000.00 Total Pajak = 10,020,000 x 1 x 1 x 1 x 0.25 = 2,505,000.00	2,505,000.00
		Jumlah Pokok penetapan	2,505,000.00
		SK Pengurangan (0%)	0
		Jumlah yang harus dibayar	2,505,000.00

Jumlah dengan huruf : *Dua juta lima ratus lima ribu rupiah*

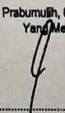
PERHATIAN :
1. Harap Penyetoran dilakukan melalui Bank yang ditunjuk dengan menggunakan Surat Pengantar Setoran Pajak Daerah (SPSPD)
2. Apabila SKPD ini tidak atau kurang dibayar setelah tanggal jatuh tempo dikenakan Sanksi Administrasi denda sebesar 2% perbulan.

Prabumulih, 03 Mei 2021
A.n Kepala Badan Pendapatan Daerah
Kasubbid Penagihan dan Pengaduan Pajak 1

Yudianto S.Sos
NIP. 197608172007011035

Tanggal Proses : 2021-05-03 15:17:58
No. SKPD : 00000190/REK/21

TANDA TERIMA

Nama : CV.Rhema Advertising
Alamat : Jln. Rimba Kemuning Lrg Ogan Ulu No. 735 RT008/RW002 Kel. Ario Kemuning Kec. Kemuning Kota Palembang
NPWPD : P2.0000019.99.99

Prabumulih, 03 Mei 2021
Yang Menertama,


Gambar 3.5

Bukti Surat Ketetapan Pajak Daerah kota Prabumulih

3.2. Kendala yang dihadapi

Dalam menjalankan Praktik Kerja Lapangan Penulis mengalami kendala yang tentunya menjadi hal yang mengganggu dalam kelancaran aktivitas Praktik Kerja Lapangan Penulis. Hal ini disebabkan karena Penulis terjun langsung ke perusahaan dan jauh berbeda dengan apa yang Penulis dapat di kampus karena hal ini sangat baru bagi Penulis.

Adapun kendala yang Penulis alami selama melakukan Praktik Kerja Lapangan adalah sebagai berikut:

1. Bagian Keuangan CV. Rhema Advertising Palembang kurang memahami tata cara (prosedur) dan peraturan daerah tentang perhitungan, pembayaran dan pelaporan pajak reklame. Dalam hal pembayaran dan pelaporan pajak reklame masih sering mengalami, sehingga perusahaan sering dikenai denda akibat keterlambatan tersebut.
2. Bagian keuangan CV. Rhema Advertising masih belum sepenuhnya memahami cara menentukan tarif dan perhitungan pajak reklame, sehingga sering terjadi kesalahan dalam perhitungan atau penentuan pajak reklame perusahaan.
3. Masih banyak reklame milik CV. Rhema Advertising yang tidak bayar pajak reklame.

3.3. Cara Mengatasi Kendala

Dalam mengatasi kendala, Penulis selalu berusaha agar mendapatkan hasil yang terbaik dalam menyelesaikan tugas. Usaha yang dilakukan Penulis antar lain adalah:

1. Perusahaan sebaiknya melakukan pelaporan dan pemabayaran pajak reklame sesuai jatuh tempo yang berlaku, Karena dalam melakukan pembayaran pajak merupakan suatu kewajiban yang sudah ditetapkan dalam Undang-undang perpajakan di Indonesia. Dalam hal pelaporan dan pembayaran pajak, perusahaan dapat mengurus langsung ke DISPENDA secara langsung atau bisa melalui konsultan pajak terdekat.
2. Perusahaan sebaiknya memberikan arahan dan pelatihan kepada karyawan bagaimana tata cara (prosedur), penentuan dan perhitungan pajak reklame, meminimalisir terjadinya kesalahan perhitungan yang mengakibatkan kerugian atau selisih bagi perusahaan.
3. Perusahaan sebaiknya tetap mematuhi peraturan daerah tentang untuk melakukan pembayaran pajak reklame, sehingga perusahaan tidak dikenakan sanksi yang merugikan perusahaan.

BAB IV

PENUTUP

4.1. Simpulan

Kegiatan Praktik Kerja Lapangan yang dilakukan merupakan sebuah cara dalam menerapkan ilmu yang telah mahasiswa dapatkan pada kegiatan perkuliahan, selain itu kegiatan Praktik Kerja Lapangan bertujuan untuk mematangkan diri serta lebih dapat mempersiapkan diri sebelum memasuki dunia kerja yang sesungguhnya. Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam melaksanakan Praktik Kerja Lapangan, Penulis mengalami beberapa kendala selama Praktik Kerja Lapangan. Tetapi kendala tersebut bisa diatasi dengan kerjasama dan bimbingan dari pembimbing dan rekan-rekan yang ada di tempat praktik.
2. Penerapan perhitungan Pajak Reklame pada CV. Rhema Advertising masih belum sepenuhnya mengikuti perhitungan perpajakan yang seharusnya sesuai pada ketentuan umum perpajakan dan undang-undang yang berlaku.

4.2. Saran

Berdasarkan pengalaman selama penulis melakukan Praktik Kerja Lapangan, Penulis memiliki beberapa saran yang kiranya dapat membantu pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan kedepanya agar lebih baik lagi, berikut beberapa saran yang diberikan Penulis sebagai berikut:

1. Perusahaan dapat mempertimbangkan menggunakan jasa konsultasi pajak untuk mengikuti pelatihan pajak. Dengan demikian, karyawan akan lebih mengerti peraturan perpajakan yang berlaku.
2. Perusahaan sebaiknya memiliki bukti-bukti yang lengkap terkait pembayaran pajak reklame agar dapat mengurangi adanya denda jatuh tempo untuk pembayaran berikutnya.
3. Perusahaan sebaiknya mengakui kewajiban perpajakan yang belum dipenuhi seperti melaporkan dan menyetor pajak reklame.
4. Perusahaan sebaiknya menerapkan persiapan berkas pelaporan pajak reklame jauh sebelum tanggal jatuh tempo untuk menghindari denda pembayaran.
5. Dalam hal pembayaran dan pelaporan Pajak Reklame, sebaiknya perusahaan dapat melakukan perhitungan pajak dan pembayaran pajak yang seharusnya sudah ditetapkan atau sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariprahara, G. (2012). Kajian Analisis Identifikasi Iklan Luar Ruang Wall Painting. *Visualita*, 4(1), 266919.
- Asriyawati, M. H. (2014). Pengaruh Pajak Hotel, Pajak Restoran Dan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Tanjungpinang Periode 2009-2013. *Jurnal Akuntansi*.
- Bahmid, N. S., & Wahyudi, H. (2018). Pengaruh Pemungutan Pajak Hotel dan Pajak Hiburan Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kota Medan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 18(1).
- Erlangga, C. Y. (2020). Strategi Public Relation Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Di Era New Normal Studi Kasus Suvana Jakarta Golf. *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 1(2), 122–127.
- Erlita, N. (2016). Potret Periklanan Di Media Massa Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Sosial*, 5(2), 199–210.
- Menaung, A., & Rumiki, D. (2018). PENGARUH KONTRIBUSI PAJAK DAERAH TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH DI KABUPATEN KEPULAUAN SANGIHE. *JURNAL ILMIAH EKBANK*, 1(1).
- MUFATIROH, S., & others. (2019). *STRATEGI PROMOSI PADA PERUSAHAAN KONVEKSI CV. TRI DEWA NUSANTARA TULUNGAGUNG DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS DITINJAU DARI EKONOMI ISLAM*.
- MUNTHE, R. D. I. N. A. (n.d.). *PROSEDUR PERHITUNGAN PAJAK REKLAME DI PALEMBANG*.
- Nurlitasari, Y. D. (2019). *Evaluasi Penerapan Sistem Teknologi Digital Perpajakan Dalam Peningkatan Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Surabaya Gubeng*. UNIVERSITAS AIRLANGGA.
- Purbaya, S. A. (2020). *Laporan Kegiatan Atas Perbaikan Perhitungan dan Pemotongan Pajak Penghasilan 21 Untuk Pegawai Tidak Tetap Pada CV. Bermakarya Palembang*. Politeknik Palcomtech.
- Saefullah, S. (2019). *Pengaruh Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Serang Tahun 2012-2017*. UIN SMH BANTEN.

Widjaja, P. N. K., Lambey, L., & Walandouw, S. K. (2017). Pengaruh Diskriminasi Dan Pemeriksaan Pajak Terhadap Persepsi Wajib Pajak Orang Pribadi Mengenai Penggelapan Pajak Di Kota Bitung (Studi Kasus Pada WPOP yang ditemui di KPP Pratama Bitung). *Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi*, 12(2).

Widyaningrum, D., Sudarsono, B., & Nugraha, A. L. (2017). Analisis Sebaran Reklame Billboard Terhadap Lokasi dan Nilai Pajak Reklame Berbasis Sistem Informasi Geografis. *Jurnal Geodesi Undip*, 6(1), 100–109.

Web Site:

https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/1969/7/UNIKOM_RICKYRAHADIANSY_AH_14.BAB%20II.pdf

<http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/2019/3/BAB%20II.pdf>

<https://www.rusdionoconsulting.com/pajak-reklame-definisi-objek-dan-cara-menghitungnya/>

<https://klikpajak.id/blog/mengenal-pajak-reklame-dan-jenis-jenis-pajak-daerah-lainnya/>

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1. Form Permohonan PKL
2. Lampiran 2. Surat Pernyataan Ujian
3. Lampiran 3. Form Pengajuan Judul PKL
4. Lampiran 4. Surat Balasan Riset
5. Lampiran 5. Form Penilaian Kerja Mahasiswa
6. Lampiran 6. Form Penilaian Pembimbing PKL
7. Lampiran 7. Form Absensi
8. Lampiran 8. Form Kosultasi
9. Lampiran 9. Form Revisi