

**ANALISIS EFEKTIFITAS DAN KONTRIBUSI PAJAK REKLAME
SEBAGAI SALAH SATU PENDAPATAN ASLI DAERAH PADA BADAN
PENGELOLA PAJAK DAN RESTRIBUSI DAERAH DI KOTA MEDAN**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S.Ak)
Program Studi : Akuntansi*



Oleh

Nama : ARI JUANDA

NPM : 1405170793

Program Studi : AKUNTANSI

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2018**



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Muchtar Basri No. 3 Telp. (061) 66224567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada hari Kamis, tanggal 18 Oktober 2018, pukul 08.00 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan dan seterusnya :

MEMUTUSKAN

Nama : ARIJUANDA
NPM : 1405170793
Program Studi : AKUNTANSI
Judul Skripsi : ANALISIS EFEKTIFITAS DAN KONTRIBUSI PAJAK REKLAME SEBAGAI SALAH SATU PENDAPATAN ASLI DAERAH PADA BADAN PENGELOLA PAJAK DAN RESERBUDI DAERAH KOTA MEDAN

Dinyatakan : (B) Lulus Pujian dan telah memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

TIM PENJURU

Penguji I : H. DAHRANI, SE., M.Si
Penguji II : HENY PRIASTUTYK, SE., M.Si
Pembimbing : SEPRIDA HANIM HARAHAP, SE., M.Si

PANITIA UJIAN

Ketua

Sekretaris


H. JANURI, SE, MM, M.Si


ADE GUNAWAN, SE, M.Si



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini disusun oleh :

Nama Mahasiswa : ARI JUANDA

NPM : 1405170793

Program Studi : AKUNTANSI

Konsentrasi : AKUNTANSI PERPAJAKAN

Judul Skripsi : ANALISIS EFEKTIVITAS DAN KONTRIBUSI PAJAK
REKLAME SEBAGAI SALAH SATU PENDAPATAN ASLI
DAERAH PADA BADAN PENGELOLA PAJAK DAN
RETRIBUSI DAERAH DI KOTA MEDAN

Disetujui dan telah memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam Ujian
Mempertahankan Skripsi

Medan, Oktober 2018

Pembimbing Skripsi

SEPRIDA HANUM HARAHAHAP, SE, SS, M.Si

Diketahui/Disetujui
Oleh :

Ketua Program Studi Akuntansi
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMSU

FITRIANI SARAGIH, S.E, M.Si.



Dekan
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMSU

H. JANURI, SE, M.M, M.Si.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Lengkap : ARI JUANDA
N.P.M : 1405170793
Program Studi : AKUNTANSI
Konsentrasi : AKUNTANSI PERPAJAKAN
Judul Skripsi : ANALISIS EFEKTIVITAS KONTRIBUSI PAJAK REKLAME
SEBAGAI SALAH SATU PENDAPATAN ASLI DAERAH PADA
BADAN PENGELOLA PAJAK DAN RETRIBUSI DAERAH KOTA
MEDAN

Tanggal	Deskripsi Bimbingan Skripsi	Paraf	Keterangan
8/10/2018	perbaiki bab IV - perbaiki analisis data - " pembahasan - perbaiki daftar isi - " kata pengantar - abstrak	J	
11/10/2018	perbaiki kesimpulan " saran	J	
17/10/2018	Selesai bimbingan Ace	J	

Pembimbing Skripsi

SEPRIDA HANUM HRP, SE, SS, M.Si

Medan, Oktober 2018
Diketahui /Disetujui
Ketua Program Studi Akuntansi

FITRIANI SARAGIH, SE, M.Si



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Lengkap : ARI JUANDA
N.P.M : 1405170793
Program Studi : AKUNTANSI
Konsentrasi : AKUNTANSI PERPAJAKAN
Judul Proposal : ANALISIS PEMUNGUTAN DAN POTENSI PAJAK AIR TANAH
SEBAGAI SALAH SATU PENDAPATAN ASLI DAERAH PADA
BADAN PENGELOLA PAJAK DAN RETRIBUSI DAERAH DI
KOTA MEDAN

Tanggal	Deskripsi Bimbingan Proposal	Paraf	Keterangan
25/8/2018	Perbaiki latar belakang masalah identifikasi masalah batasan masalah Rumusan masalah		}
27/8/2018	Tujuan & manfaat penelitian page setup, sepasi elek lengkapi data target /realisasi pajak air tanah " " PAD Kota Medan		
4/9/2018	tambahkan teori dan jurnal yang berkaitan dgn judul.		}
17/9/2018	- perbaiki bab III - daftar pustaka - " isi - " tabel, gambar - kata pengantar		}
10/9/2018	selesai bimbingan Ace		

Pembimbing Proposal

SEPRIDA HANUM HRP, SE, SS, M.Si

Medan, 10 September 2018
Diketahui /Disetujui
Ketua Program Studi Akuntansi

FITRIANI SARAGIH, SE, M.Si

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum wr.wb

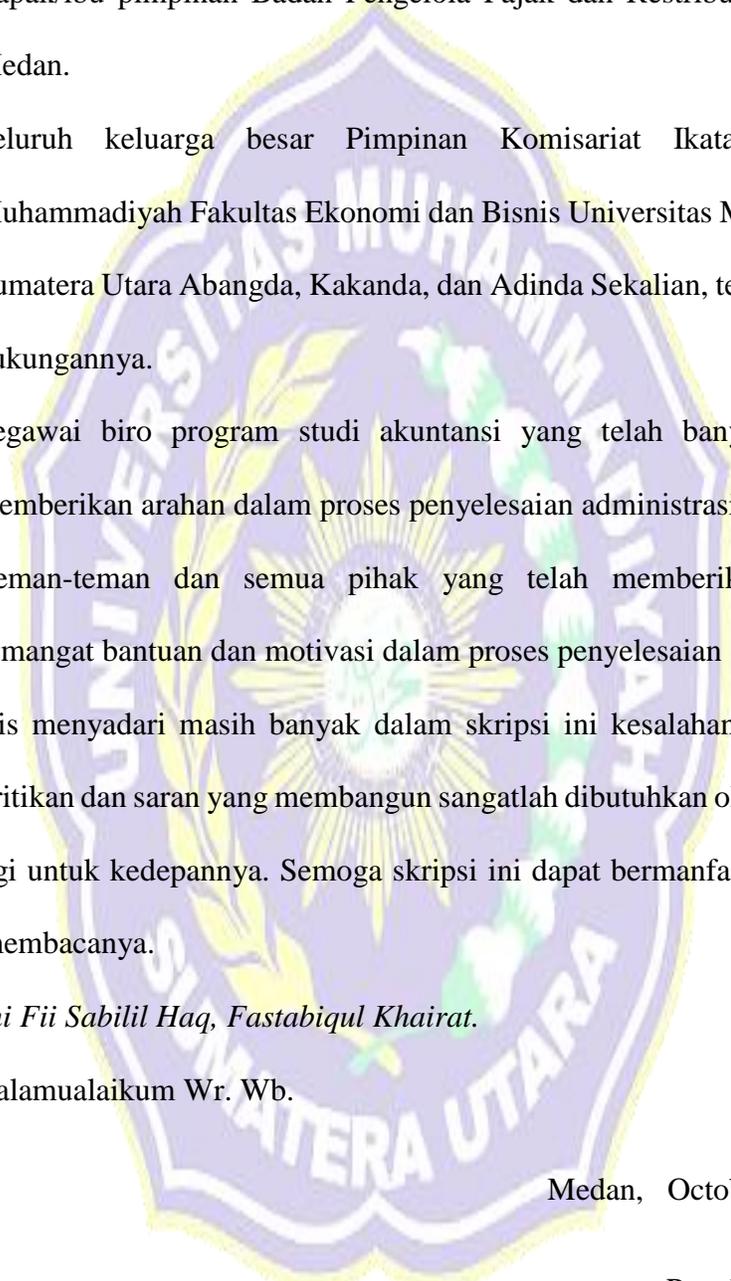
Alhamdulillah, Puji dan syukur selalu kita ucapkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat hidayah-Nya, serta memberikan kemudahan dan ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“ANALISIS EFEKTIFITAS DAN KONTRIBUSI PAJAK REKLAME SEBAGAI SALAH SATU PENDAPATAN ASLI DAERAH PADA BADAN PENGELOLA PAJAK DAN RESTRIBUSI DAERAH DI KOTA MEDAN”**.

” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan skripsi pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Serta Shalawat dan Salam selalu kita ucapkan untuk baginda Nabi Besar Muhammad SAW.

Skripsi ini merupakan kewajiban bagi penulis guna melengkapi tugas-tugas dan syarat-syarat untuk menyelesaikan pendidikan program strata-1 Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Pada kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT yang telah melimpahkan keberkahan berupa kesehatan, kesempatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik serta Rasulullah SAW sebagai pembawa cahaya keilmuan melalui Al-Qur'an.

2. Kedua orang tua saya tercinta: ayahanda Hasballah dan Alm.Ibunda Rohana dan seluruh keluarga yang senantiasa memberikan perhatian dan kasih sayang serta doa maupun dukungannya, sehingga penulis dapat menyelesaikan dan menyelesaikan skripsi ini.
3. Nenek tercinta Hamamah selaku penganti ibu, yang dengan penuh kasih sayang telah mengasuh, membimbing, dukungan dan semangat serta do'a yang tiada hentinya berkorban buat saya.
4. Bapak DR. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak H.Januri, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan Jajarannya.
6. Ibu Fitriani Saragih S.E, M.Si sebagai Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Zulia Hanum Harahap S.E, M.Si sebagai Sekretaris Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Seprida Hanum HRP, SE, SS, M.Si. selaku Dosen Pembimbing skripsi yang senantiasa memberikan Arahan dan Bimbingan hingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
10. Bapak/ibu Pimpinan dan Seluruh Staf Pemerintah Kota Medan di Badan penelitian dan pengembangan.

- 
11. Bapak/ibu pimpinan Badan Pengelola Pajak dan Restribusi Daerah kota Medan.
 12. Seluruh keluarga besar Pimpinan Komisariat Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Abangda, Kakanda, dan Adinda Sekalian, terima kasih atas dukungannya.
 13. Pegawai biro program studi akuntansi yang telah banyak membantu memberikan arahan dalam proses penyelesaian administrasi.
 14. Teman-teman dan semua pihak yang telah memberikan dukungan, semangat bantuan dan motivasi dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari masih banyak dalam skripsi ini kesalahan dan jauh dari sempurna. Kritikan dan saran yang membangun sangatlah dibutuhkan oleh penulis agar lebih baik lagi untuk kedepannya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk semua pihak yang membacanya.

Billahi Fii Sabilil Haq, Fastabiqul Khairat.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Medan, October 2018

Penulis

ARI JUANADA

1405170793

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
1. Tujuan Penelitian.....	9
2. Manfaat penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
A. Uraian Teori.....	11
1. Pengertian Pajak.....	11
2. Tarif Pajak.....	15
3. Tarif Pajak Daerah.....	16
B. Pajak Pusat dan Pajak Daerah.....	18
1. Pajak Pusat.....	18
2. Pajak Daerah.....	19
3. Tarif Pajak Daerah.....	23
4. Teori Pemungutan.....	25
5. Tata Cara Pemungutan.....	26
6. System Pemungutan Pajak.....	29
7. Hambatan Pemungutan.....	30
8. Azas Pemunngutan Pajak.....	31
a. Asas <i>Equality</i> (keseimbangan atau keadilan).....	31
b. Asas <i>Certainty</i> (kepastian hukum).....	31
c. Asas <i>Convinience of Payment</i> (tepat waktu).....	32
d. Asas <i>Effeciency</i> (efisiensi atau ekonomis).....	32

9. Syarat Pemungutan.....	33
C. Pajak Reklame.....	34
1. Pengertian Pajak Reklame.....	34
2. Jenis-jenis Reklame dan Ruang Lingkup Pajak Reklame.....	35
a. Reklame Papan/ <i>Billboar</i>	35
b. Reklame Kain.....	36
c. Reklame Selebaran.....	36
d. Reklame Kendaraan Berjalan.....	36
e. Reklame megatron/videotron/large electronic display (LED).....	36
f. Reklame film/slide.....	36
3. Objek dan Subjek Pajak Reklame.....	37
4. Tarif Dan Dasar Pengenaan Pajak Reklame	39
5. Efektifitas.....	40
6. Kontribusi.....	42
D. Pendapatan Asli Daerah.....	42
1. Pengertian pendapatan asli daerah.....	42
2. Sumber Pendapatan asli daerah.....	43
3. Jenis-Jenis Pendapatan Asli Daerah.....	44
E. Penelitian Terdahulu.....	45
F. Kerangka Pemikiran.....	46
BAB III METODE PENELITIAN.....	48
A. Pendekatan Penelitian.....	48
B. Definisi Operasional Variabel.....	48
1. Tempat Penelitian.....	50
2. Waktu Penelitian.....	51
C. Jenis dan Suber Data.....	51
1. Jenis Data.....	51
2. Sumber Data.....	52
D. Teknik Pengumpulan Data.....	52
1. Teknik Dokumentasi.....	52
2. Teknik Wawancara.....	52
E. Teknik Analisis Data.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
A. Hasil Penelitian.....	55
1. Deskripsi data.....	55

B. Pembahasan.....	58
1. Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame sebagai Salah Satu Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan.....	58
2. Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame Sebagai Salah Satu Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Medan.....	60
3. Tidak Tercapainya Target Realisasi Pajak Reklame Selamat tahun 2013-2017.....	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
A. KESIMPULAN.....	65
B. SARAN.....	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

No. Judul	Halaman.
A. Table 1.1 Laporan Penerimaan Pajak Reklame kota Medan.....	5
B. Table 1.2 Tingkat Kontribusi Pajak Reklame kota Medan.....	6
C. Table 2.1 Penelitian Terdahulu.....	45
D. Table 3.1 Klasifikasi Penetapan Efektifitas.....	49
E. Table 3.2 Klasifikasi Penetapan Kontribusi.....	50
F. Table 3.3 Jadwal Penelitian.....	51
G. Table 3.4 Kisi-kisi Wanwancara.....	53
H. Tabel IV.1 Target dan Realisasi Pajak Reklame di BPPRD Kota Medan.....	55
I. Tabel IV.2 Kriteria Efektifitas Pajak Reklame Pemerintah kota Medan.....	57
J. Tabel V1.3 Kontribusi Pajak Reklame pemerintah kota Medan terhadap PAD.....	59

DAFTAR GAMBAR

No. Judul

Halaman.

A. Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran..... 47



ABSTRAK

ARI JUANDA , (1405170793) , "Analisis Efektifitas dan Kontribusi Pajak Reklame Sebagai Salah Satu Pendapatan Asli Daerah Pada Badan Pengelola Pajak dan Restribusi Daerah Di Kota Medan". Skripsi 2017. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Pajak Reklame merupakan salah satu penerimaan dan memberikan kontribusi pada pendapatan pajak daerah. Adapun fokus masalah dalam penelitian ini adalah penyebab tingkat efektifitas penerimaan pajak reklame yang belum mencapai target dari tahun 2013 sampai dengan 2017 dan penyebab menurunnya kontribusi penerimaan pajak reklame dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2017.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penyebab tingkat efektifitas penerimaan pajak reklame Kota Medan selama tahun 2013-2017 yang belum mencapai target dan untuk mengetahui penyebab mengapa kontribusi penerimaan pajak reklame dari tahun 2013-2017 mengalami penurunan setiap tahunnya.

Sumber data diperoleh dan dikumpulkan dari Badan Pengelolaan Pajak dan Restribusi Daerah (BPPRD) Kota Medan. Pendekatan penelitian menggunakan pendekatan penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data adalah dengan teknik data dokumentasi dan wawancara. Penelitian menggunakan metode deskriptif dalam melakukan analisis data.

Berdasarkan hasil perhitungan dan analisis efektivitas dan kontribusi penerimaan pajak reklame dapat disimpulkan bahwa penerimaan pajak reklame dari tahun 2013-2017 tidak efektif. Kontribusi penerimaan pajak reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) cenderung mengalami penurunan pada setiap tahunnya. Hal tersebut disebabkan karena masih banyak papan-papan reklame yang tidak memiliki izin berdiri dan tidak adanya konfirmasi dari pihak advertising mengenai lanjut atau tidaknya pemasangan reklame serta hambatan-hambatan intern lainnya seperti kurang tegasnya sanksi yang diberikan kepada wajib pajak.

Kata kunci : Efektivitas, Kontribusi, PAD

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia adalah Negara hukum yang berdasarkan Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945 menjunjung tinggi hak dan kewajiban setiap orang, oleh karena itu menempatkan perpajakan sebagai salah satu perwujudan kewajiban kenegaraan dalam rangka gotong royong Nasional, sebagai peran serta masyarakat dalam pengembangan Nasional dan pembiayaan Negara (APBN). Untuk merealisasikan tujuan tersebut, perlu adanya yang memperhatikan masalah pembiayaan pembangunan. Salah satu usaha untuk mewujudkan kemandirian suatu bangsa dan negara dalam pembiayaan dan pembangunan yaitu menggali sumber dana yang berasal dari negeri, yaitu berupa pajak.

Supramono (2015) menjelaskan Negara Indonesia harus memiliki sikap mandiri dalam memajukan pembangunan nasional yang berdampak baik untuk menciptakan perubahan di Indonesia. Salah satu wujud dari kemandirian bangsa dalam pembiayaan pembangunan adalah dengan menggali sumber daya yang bersumber dari dalam negeri, salah satunya adalah pajak. Peranan pajak dalam penerimaan negara semakin besar dari tahun ketahun .

Pajak adalah iuran wajib rakyat kepada kas negara berdasarkan undang- undang yang dapat dipaksakan dengan tiada mendapat jasa timbal (kontraprestasi), yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum.

Pajak di tetapkan untuk membiayai pembangunan yang berguna bagi kepentingan bersama, khususnya melalui Pajak Daerah. Dengan dilakukannya Sistem Otonomi Daerah berdasarkan undang-undang Nomor 32 Tahun 2004, tentang Pemerintahan Daerah dan Undang-undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah, maka pemerintah Daerah akan lebih giat dalam membangun rumah tangga daerahnya sendiri melalui pemungutan Pajak Daerah yang menjadi Pendapatan Asli Daerah.

Pendapatan Asli Daerah merupakan sumber pembiayaan yang paling penting, dimana komponen utamanya adalah penerimaan yang berasal dari komponen Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Pajak Daerah berdasarkan Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah adalah kontribusi wajib pajak 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.

Seiring kemajuan zaman telah membawa negara Indonesia dalam era globalisasi di mana tingkat perkembangan teknologinya sangat cepat. Banyak bidang telah mengalami perkembangan teknologi mulai dari industri, telekomunikasi, bahkan sampai gaya hidup. Perkembangan teknologi tentu saja membawa dampak yang cukup besar bagi Negara Indonesia. Dampak tersebut dapat berupa dampak negatif dan positif yang tentunya harus ada kesinambungan diantara keduanya. Selain itu dalam menghadapi perkembangan teknologi ini diperlukan juga kesiapan dari sumber daya

manusia baik dari masyarakat serta peran serta aktif pemerintah dalam menyiasati perkembangan tersebut.

Saat ini pemasangan iklan berbagai macam produk melalui reklame sudah menjadi trend. Salah satunya adalah dengan memasang iklan pada reklame yang terdapat di jalan-jalan. Di sepanjang jalan, baik di jalan-jalan protokol maupun di jalan-jalan yang tidak termasuk jalan protokol pasti akan ditemui reklame dengan berbagai jenis dan berbagai macam ukuran yang mengiklankan produk-produk yang ditawarkan. Iklan sebagai salah satu bentuk komunikasi yang saat ini telah banyak dijumpai pada banyak media-media komunikasi merupakan salah satu hal yang juga memanfaatkan perkembangan teknologi. Seiring dengan perkembangan jaman saat ini, iklan juga relatif lebih berkembang, baik melalui bentuk iklan maupun penempatan media-media iklan seperti pada media yang conventional, maupun media unconventional. Disadari atau tidak iklan merupakan hal yang sangat penting khususnya bagi promosi barang maupun jasa suatu perusahaan.

Pajak reklame adalah pajak yang dipungut oleh daerah atas penyelenggaraan reklame berdasarkan peraturan pajak yang ditetapkan oleh daerah melalui benda, alat, perbuatan atau media dengan tujuan komersial dengan memperkenalkan atau menarik perhatian orang terhadap suatu barang atau jasa di tempat umum. Pajak reklame mempunyai peranan penting terhadap pendapatan asli daerah. Realisasi pendapatan asli daerah selalu berubah-ubah setiap tahunnya, padahal dalam setiap tahunnya dari pihak pemerintahan daerah melakukan penagihan kepada wajib pajak yang tidak melaksanakan kewajibannya dalam hal membayar pajak.

Pajak reklame merupakan pajak yang di bebaskan kepada subjek pajak yang mempromosikan produk tertentu. Besar nominal yang dibayarkan pun berbeda-beda tergantung jenis reklame yang digunakan. Daerah kota medan banyak sekali terdapat reklame, sehingga penulis ingin mengetahui apakah orang yang memasang reklame tersebut membayar pajak kepada pemerintah daerah setempat, sehingga dapat diketahui tingkat efektifitas maupun kontribusi yang diberikan pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah.

Berikut laporan target realisasi penerimaan pajak reklame daerah kota Medan dalam kurun waktu 5 tahun ini mengalami penurunan. Meski Pemerintah Daerah Kota Medan terus menganggarkan target penerimaan, namun untuk meningkatkan realisasi penerimaan agar sesuai target sepertinya merupakan hal yang sulit bagi Pemerintah Daerah. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan tabel I.1 berikut :

Tabel 1.1
Laporan Penerimaan Pajak Reklame kota Medan
Tahun 2013-2017

Tahun	Target	Realisasi	Kurang/(lebih)	Persentase
2013	69.161.250.000	23.348.045.567.	(45.813.204.433)	33,76%
2014	64.161.250.000	26.976.951.857	(37.184.298.142)	42,04%
2015	59.161.250.000	17.708.742.784	(41.452.507.216)	29,93%
2016	78.352.375.000	12.834.133.038	(65.518.241.961)	16,35%
2017	94.352.375.000	21.730.880.227	(72.621.494.773)	23,03%

Sumber : Badan Pengelola Pajak Dan Retribusi Daerah Kota Medan.

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa pada tahun 2013 sampai dengan tahun 2017 pajak reklame belum dapat menunjukkan persentase yang signifikan

bahkan persentasenya dibawah 50%. Pencapaian target realisasi setiap tahunnya masih sanget rendah terlihat dari persentase pencapaian masih di bawah rata-rata bahkan satu tahun pun belum ada target yang tercapai. Terlihat data target realisasi penerimaan pajak reklame masih diperlukan kebijakan-kebijakan dari pemerintah daerah kota Medan.

Menurut Mahmudi (2010) menyatakan bahwa “efektivitas merupakan hubungan antara keluaran dengan tujuan atau sasaran yang harus dicapai”. Menurut Mardiasmo (2002). Efektifitas adalah ukuran berhasil tidaknya suatu organisasi mencapai tujuannya. Jika penerimaan pajak reklame belum dikatakan efektif maka diperlukan kebijakan-kebijakan dari pemerintah daerah untuk dapat meningkatkan efektifitas penerimaan pajak reklame dan kontribusinya terhadap pendapatan asli daerah kota Medan. Dan menurut Mardiasmo (2009) mengatakan bahwa “organisasi dapat dikatakan efektif bila organisasi tersebut dapat sepenuhnya mencapai target yang telah ditetapkan”.

Pajak reklame merupakan salah satu sumber pendapatan asli daerah yang cukup potensial dan memiliki peranan yang sangat penting untuk meningkatkan pendapatan asli daerah. Pajak reklame sebagai kontributor dalam penerimaan pendapatan asli daerah meskipun realisasinya tidak sebesar dibandingkan dengan jenis pajak daerah lain. Atas dasar itulah maka pajak reklame dapat digunakan sebagai peningkat pendapatan asli daerah.

Tabel 1.2

Tingkat Kontribusi Pajak Reklame kota Medan

Tahun 2013-2017

Tahun	Pendapatan Pajak Daerah	Realisasi Pajak Reklame	Persentase
2013	1.189.999.279.770	23.348.045.567.	1.93%
2014	1.087.999.279.770	26.976.951.857	2,35%
2015	1.167.399.279.770	17.708.742.784	1.27%
2016	1.267.102.579.446	12.834.133.038	0,86%
2017	1.387.127.546.952	21.730.880.227	1.56%

Sumber : Badan Pengelola Pajak Dan Retribusi Daerah Kota Medan.

Adapun fenomena Berdasarkan data di atas dapat dilihat melalui data yang diperoleh dari Badan Pengelola Pajak dan Restribusi Daerah Kota Medan dari tahun 2013-2017 tingkat persentase kontribusi daerah mengalami penurunan, menurunnya tingkat kontribusi terjadi dikarenakan pendapatan yang diterima oleh daerah kota Medan dari realisasi penerimaan Pajak Reklame atau dengan kata lain sumbangan yang diberikan Pajak Reklame tidak begitu besar dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Medan. Kontribusi pajak reklame merupakan ukuran seberapa besar peran yang diberikan oleh pajak reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah. Menurut Mahmudi (2010) “semakin besar hasilnya berarti semakin besar pula peranan pajak daerah terhadap PAD, begitupun sebaliknya semakin kecil hasil perbandingannya maka semakin kecil pula peran pajak daerah dalam meningkatkan PAD”.

Pajak reklame merupakan salah satu sumber pajak daerah yang memberikan kontribusi pada pendapatan pajak daerah. Hal ini dapat dikatakan bahwa Kota Medan memiliki peluang untuk mendapatkan pendapatan pajak reklame yang jauh lebih besar

untuk meningkatkan pendapatan pajak daerah serta memberikan kontribusi yang jauh lebih besar. Pelayanan efektif yang diberikan oleh petugas pajak diharapkan mampu menumbuhkan kesadaran wajib pajak dalam membayar pajak guna meningkatkan pembangunan daerah. Pemerintah Daerah juga harus lebih maksimal memanfaatkan potensi pajak reklame guna memberikan kontribusi yang maksimal pada pendapatan pajak daerah.

Dari latar belakang diatas, penulis tertarik untuk mengambil judul Tugas Akhir yaitu : **"ANALISIS EFEKTIFITAS DAN KONTRIBUSI PAJAK REKLAME SEBAGAI SALAH SATU PENDAPATAN ASLI DAERAH PADA BADAN PENGELOLA PAJAK DAN RESTRIBUSI DAERAH DI KOTA MEDAN"**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

- 1) Rendah tingkat keektifitas pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah kota medan tahun 2013 - 2017.
- 2) Kontribusi penerimaan pajak reklame dari tahun 2013-2017 masih rendah dan menurun setiap tahunnya.
- 3) Tidak tercapainya target realisasi pajak reklame pemerintah daerah kota Medan pada tahun 2013 – 2017

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana meningkatkan efektifitas pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah kota Medan pada tahun 2013 - 2017?
- 2) Seberapa besar kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah kota Medan pada tahun 2013 - 2017?
- 3) Apa yang menyebabkan tidak tercapainya target realisasi pajak reklame pemerintah kota Medan pada tahun 2013 - 2017?

D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, penelitian ini bertujuan untuk:

- 1) Mengetahui tingkat keefektifitas Pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) kota Medan.
- 2) Mengetahui seberapa besar kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah pada Badan Pengelola Pajak dan Restribusi daerah kota Medan.
- 3) Mengetahui apa yang menyebabkan tidak tercapainya target realisasi pajak reklame daerah kota medan pada tahun 2013 – 2107

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- 1) Penelitian ini diharapkan memberikan tambahan pengetahuan tentang keefektifitas dan seberapa besar kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD). Selain itu penelitian ini dapat memberi gambaran kepada masyarakat bahwa pajak reklame merupakan sumber pendapatan daerah yang digunakan sebagai pendanaan pembangunan daerah yang nantinya dinikmati setiap warga negara daerah. Dengan adanya hal tersebut maka masyarakat akan lebih sadar akan pajak air tanah.
- 2) Bagi penulis, menjadi bahan kajian ilmiah dibidang akuntansi perpajakan dan menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai Analisis efektifitas dan kontribusi pajak reklame sebagai salah satu pendapatan asli daerah pada badan pengelola pajak dan restribusi daerah di kota Medan.
- 3) Bagi Pihak Lain Semoga penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan untuk peneliti selanjutnya atau penulisan karya ilmiah dengan bahasan yang sama.

BAB II

Landasan Teori

A. Uraian Teori

1. Pengertian Pajak

Menurut Pasal 1 ayat (1) Undang – Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, “pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang – undang dengan tidak mendapat imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan Negara bagi sebesar – besarnya kemakmuran rakyat”. Beberapa pengertian yang diberikan oleh para sarjana mengenai pengertian pajak, yaitu :

1. Prof. Dr. P.J.A. Adriani menyatakan “Pajak adalah iuran pada Negara yang dapat dipaksakan yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan – peraturan dengan tidak dapat prestasi kembali, yang langsung dapat ditunjuk, dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran – pengeluaran umum berhubungan dengan tugas pemerintah”.
2. Prof. Dr. M.J.H. Smeets (dalam bukunya : “*De Economische betekenis der Belastingen*,” 1951 adalah : “*Belastingen zijn aan de overhead (volgens normen) verschuldigde, afdwing bare prestaties, zondet dat hiertegenover, in het individuele geval, aanwijsbare tegen-prestatie staan; zij strekken tot dekking van publieke uitgaven*”.

2. Tarif pajak

Menurut suparmomo(2010), tarif pajak digunakan dalam perhitungan besarnya pajak terutang,dengan kata lain, tarif pajak merupakan tarif yang digunakan untuk menentukan besarnya pajak yang harus di bayar. secara umum tarif pajak dinyatakan dalam bentuk persentase. Tarif pajak terdiri dari:

a. Tariff pajak proporsional/sebanding

Adalah persentase pengenaan pajak yang tetap atas berapa pun pengenaan pajaknya. contohnya, PPN akan dikenakan tarif sebesar 10% atas berapa pun penyerahan barang/jasa kena pajak, PPh badan yang dikenakan tariff sebesar 28% atas berapa pun penghasilan kena pajak.

b. Tarif pajak tetap

Adalah jumlah nominal pajak yang tetap terhadap berapa pun yang menjadi dasar pengenaan pajak. Contohnya tarif dan biaya materai.

c. Tarif pajak degresif

Adalah persentase pajak yang menurun seiring dengan peningkatan dasar pengenaan pajaknya.

B. Pajak Reklame

1. Pengertian Pajak Reklame

Menurut Azhari (2015) Reklame adalah benda, alat, atau perbuatan, yang menurut bentuk, susunan dan corak ragamnya dengan maksud untuk mencari keuntungan (*sales promotion*) dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau mengujikan suatu barang, jasa atau seseorang atau pun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau seseorang yang ditempatkan atau yang dapat dilihat, dibaca dan /atau didengar dari sesuatu tempat oleh umum, kecuali yang dilakukan oleh pemerintah.

Pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa reklame adalah pesan media yang digunakan oleh produsen dengan harapan perilaku dan keyakinan konsumen dapat diarahkan seperti yang produsen inginkan dari pesan media tersebut.

Menurut Peraturan Walikota Binjai Nomor 2 Tahun 2004 pajak reklame merupakan pajak atas penyelenggaraan reklame. Pajak reklame merupakan pajak Kabupaten/Kota yang berfungsi sebagai sumber penerimaan asli daerah untuk membiayai pemerintahan dan pembangunan daerah.

Selanjutnya Pajak Reklame adalah salah satu pajak daerah dan salah satu sumber pendapatan asli daerah yang menunjukkan posisi strategis dalam hal pendanaan pembiayaan daerah.

Pajak sebagai alat kebijakan fiskal yang digunakan terus menerus oleh negara. Pajak Reklame adalah pajak daerah yang penerimaanya diserahkan dan digunakan untuk kepentingan pemerintah daerah. Pajak reklame tersebut dikenakan terhadap objek pajak yaitu berupa reklame dan nilai sewa reklame dan

didasarkan pada besarnya biaya pemasangan reklame, besarnya biaya pemeliharaan reklame, lama pemasangan reklame, nilai strategis pemasangan reklame dan jenis reklame. Pajak reklame adalah pajak daerah, sebagaimana dimaksud dalam UU No 18 Tahun 1997 yang diperbaharui dengan UU No 34 tahun 2000. Pembaharuan Undang-undang didasarkan pada dasar hukum yang jelas dan kuat sehingga harus dipatuhi oleh masyarakat dan pihak lain yang terkait (Marihot, 2010), dan juga untuk memberikan peluang kepada daerah Kabupaten/Kota untuk memungut pajak jenis pajak daerah lain yang dipandang memenuhi syarat dan potensial di daerah.

Hal ini dimaksudkan untuk memberikan keleluasaan kepada daerah Kabupaten/Kota dalam mengantisipasi kondisi serta perkembangan perekonomian daerah pada masa mendatang yang mengakibatkan perkembangan potensi pajak dengan tetap memperhatikan kesederhanaan jenis pajak dan aspirasi masyarakat serta memenuhi kriteria yang ditetapkan (Marihot, 2010).

2. Jenis-jenis Reklame dan Ruang Lingkup Pajak Reklame

Adapun jenis-jenis dari pajak reklame menurut Lampiran Peraturan Wali kota Medan Tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Medan No.2 Tahun 2004 Tentang Pajak Reklame adalah sebagaimana tersebut di bawah ini:

a. Reklame Papan/*Billboard*

yaitu reklame yang terbuat dari papan, kayu termasuk seng atau bahan lain yang sejenis, dipasang atau digantung atau dibuat pada bangunan, tembok,

dinding, pagar, pohon, tiang dan sebagainya baik bersinar maupun yang disinari.

b. Reklame Kain

yaitu reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain, termasuk kertas, plastik, karet atau bahan lain yang sejenis dengan itu.

c. Reklame Selebaran

yaitu reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempelkan, diletakkan, dipasang atau digantungkan pada suatu benda lain.

d. Reklame Kendaraan Berjalan

Yaitu reklame yang ditempatkan pada kendaraan yang diselenggarakan dengan menggunakan kendaraan atau dengan cara dibawa oleh orang.

e. Reklame megatron/videotron/large electronic display (LED)

Yaitu reklame yang menggunakan layar monitor besar berupa program reklame atau iklan bersinar dengan gambar dan atau tulisan berwarna yang dapat berubah-ubah terprogram dan difungsikan dengan tenaga listrik.

f. Reklame film/slide

Reklame yang diselenggarakan dengan cara menggunakan klise berupa kaca atau film, atau bahan-bahan yang sejenis, sebagai alat untuk diproyeksikan dan atau dipancarkan pada layar atau benda lain didalam ruangan.

Semua reklame yang termasuk dalam kategori di atas adalah objek pajak reklame. Menurut DPKD Kota Medan pada Pajak Reklame, tidak semua penyelenggaraan reklame dikenakan pajak antara lain:

1. Penyelenggaraan reklame lainnya yang ditetapkan dengan peraturan daerah, misalnya penyelenggaraan reklame yang diadakan khusus untuk sosial, pendidikan, keagamaan dan politik tanpa sponsor.
2. Penyelenggaraan reklame melalui internet, televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan dan sejenisnya.
3. Penyelenggaraan reklame semata-mata untuk kepentingan umum dalam jangka waktu yang ditentukan oleh Walikota.
4. Penyelenggaraan reklame yang ditempatkan pada bangunan dan atau tanah tempat penyelenggaraan pertunjukkan yang semata-mata berhubungan dengan pertunjukkan yang sedang atau akan diselenggarakan.
5. Penyelenggaraan Reklame oleh Perwakilan Diplomatik, Perwakilan Konsulat, Perwakilan PBB serta badan-badan khususnya Badan-Badan atau Lembaga-Lembaga Organisasi Internasional pada lokasi Badan-Badan yang dimaksud.
6. Penyelenggaran oleh organisasi politik atau organisasi sosial politik yang semata-mata mengenai politik.

3. Objek dan Subjek Pajak Reklame

Objek pajak reklame adalah semua penyelenggaraan reklame (Azhari,2015). Secara umum objek pajak reklame antara lain reklame papan,

billboard, videotron, megatron, reklame kain, reklame melekat (stiker), reklame selebaran, reklame berjalan termasuk pada kendaraan, reklame udara, reklame suara, reklame film (*slide*), reklame peragaan, reklame apung. Sedangkan menurut Perda Medan No.2 Tahun 2004 yang menjadi objek pajak reklame diantaranya yaitu Reklame Papan/Billboard, reklame film(*slide*),reklame kain, reklame kendaraan berjalan, dan reklame selebaran,stiker, sablon.

Azhari (2015) mengatakan yang tidak termasuk objek pajak reklame adalah :

- a) Reklame yang melalui internet, televisi, radio, warta harian/mingguan/bulanan dan sejenisnya.
- b) Label/merek produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan, yang berfungsi untuk membedakan dari produk sejenis lainnya.
- c) Nama pengenal usaha atau profesi yang dipasang melekat pada bangunan tempat usaha atau profesi diselenggarakan sesuai dengan ketentuan yang mengatur nama pengenal usaha atau profesi tersebut
- d) Reklame yang diselenggarakan oleh Pemerintah atau Pemerintah Daerah.
- e) Penyelenggaraan reklame lainnya yang ditetapkan dengan Peraturan Daerah.

Subjek Pajak Reklame adalah orang pribadi atau badan yang menggunakan reklame. Menurut Azhari (2015), subjek pajak reklame ialah penyelenggara Pajak Reklame menurut jenisnya. Dengan demikian subjek pajak reklame berarti merupakan orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan atau memesan reklame.

Wajib Pajak (WP) Reklame adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan Reklame (Azhari, 2015). Dalam hal reklame diselenggarakan sendiri secara langsung oleh orang pribadi atau badan, WP reklame adalah orang pribadi atau badan tersebut. Dalam hal reklame diselenggarakan melalui pihak ketiga, pihak ketiga tersebut menjadi WP reklame. Pajak reklame yang terutang dipungut di wilayah daerah tempat reklame diselenggarakan.

4. Tarif Dan Dasar Pengenaan Pajak Reklame

Azhari (2015) mengatakan bahwa,

Dasar pengenaan pajak reklame adalah nilai sewa reklame. Nilai sewa reklame dihitung berdasarkan :

1. Besarnya biaya pemasangan reklame
2. Besarnya biaya pemeliharaan reklame
3. Lama pemasangan reklame
4. Nilai strategis lokasi
5. Jenis reklame

Pengenaan Pajak Reklame tidak mutlak ada pada seluruh daerah kabupaten atau daerah kota seluruh Indonesia. Hal ini berkaitan dengan kewenangan yang diberikan kepada pemerintah Kabupaten atau Kota untuk mengenakan atau tidak mengenakan suatu jenis pajak Kabupaten atau Kota. Untuk dapat dipungut pada suatu daerah Kabupaten atau Kota, pemerintah daerah harus terlebih dahulu menerbitkan peraturan daerah tentang Pajak Reklame yang akan menjadi landasan hukum operasional dalam teknis

pelaksanaan pengenaan dan pemungutan pajak reklame di daerah Kabupaten atau Kota yang bersangkutan.

Cara perhitungan nilai sewa reklame ditetapkan dengan Peraturan Daerah dan hasil perhitungan nilai sewa reklame ditetapkan dengan Peraturan Kepala Daerah. Tarif pajak reklame ditetapkan dengan peraturan daerah dengan ketentuan maksimum sebesar 25%. DPP pajak reklame adalah Nilai Sewa Reklame dengan ketentuan:

1. Dalam hal reklame diselenggarakan sendiri, Nilai Sewa Reklame dihitung dengan memperhatikan faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, waktu, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah, dan ukuran media reklame.
2. Dalam hal reklame diselenggarakan oleh pihak ketiga, Nilai Sewa Reklame ditetapkan berdasarkan nilai kontrak reklame. Dalam hal Nilai Sewa Reklame berdasarkan nilai kontrak tidak diketahui dan/atau dianggap tidak wajar, maka Nilai Sewa Reklame ditetapkan dengan menggunakan faktor-faktor pada Reklame diselenggarakan sendiri.

5. Efektivitas

Menurut Mahmudi (2010) menyatakan bahwa efektivitas merupakan hubungan antara keluaran dengan tujuan atau sasaran yang harus dicapai. Dikatakan efektif apabila proses kegiatan mencapai tujuan dan sasaran akhir kebijakan (*speeding wisely*).

Pengertian efektivitas pada dasarnya berhubungan dengan pencapaian tujuan atau target kebijakan (hasil guna). Kegiatan operasional dikatakan efektif apabila

proses kegiatan mencapai tujuan dan sasaran akhir kegiatan (*spending wisely*). Indikator efektivitas menggambarkan jangkauan akibat dan dampak (*outcome*) dari keluaran (*output*) program dalam mencapai tujuan program. Semakin besar kontribusi output yang dihasilkan terhadap pencapaian tujuan atau sasaran yang ditentukan, maka semakin efektif proses kerja suatu unit organisasi.

Hal terpenting yang dicatat oleh Mardiasmo (2009) adalah bahwa efektivitas tidak menyatakan tentang berapa besar biaya yang telah dikeluarkan untuk mencapai tujuan tersebut. Biaya boleh jadi melebihi apa yang telah dianggarkan, boleh jadi dua kali lebih besar atau bahkan tiga kali lebih besar daripada yang telah dianggarkan. Efektivitas hanya melihat apakah suatu program atau kegiatan telah mencapai tujuan yang telah ditetapkan

Efektivitas sering atau senantiasa dikaitkan dengan pengertian efisien, meskipun ada perbedaan di antara keduanya. Efektivitas menekankan pada hasil yang dicapai, sedangkan efisiensi lebih melihat pada cara mencapai hasil yang dicapai itu dengan membandingkan antara input dan outputnya (Siahaan, 2010).

Menurut Ulum (2009), efektivitas adalah ukuran berhasil tidaknya suatu organisasi mencapai tujuannya. Apabila suatu organisasi berhasil mencapai tujuan, maka organisasi tersebut dikatakan telah berjalan dengan efektif. Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa efektivitas pajak reklame adalah mengukur hubungan antara hasil realisasi pendapatan pajak reklame terhadap target pajak reklame.

6. Kontribusi

Mahmudi (2010) Semakin besar hasilnya berarti semakin besar pula peranan pajak daerah terhadap PAD, begitu pula sebaliknya jika hasil perbandingannya terlalu kecil berarti peranan pajak daerah terhadap PAD juga kecil. Kontribusi digunakan untuk mengetahui sejauh mana pajak daerah memberikan sumbangan dalam penerimaan PAD.

Kontribusi adalah sesuatu yang diberikan bersama-sama dengan pihak lain untuk tujuan biaya atau kerugian tertentu atau yang bersama. Sehingga, maksud dari kontribusi dalam konteks ini adalah sumbangan yang diberikan oleh pajak reklame dalam pemungutannya di Kota Medan sebagai salah satu Pendapatan Asli Daerah Kota Medan. Jika penerimaan dari pajak reklame sesuai target, maka hasil penerimaan pajak dalam PAD tidak akan bergantung lagi pada hasil dana perimbangan dan bantuan dari pusat.

E. PENELITIAN TERDAHULU

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul penelitian	Hasil Penelitian
Lam (2015),	Analisis Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame Beserta Kontribusinya Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Manado.	Hasil penelitiannya Tingkat efektivitas penerimaan Pajak Reklame di Kota Manado pada tahun 2010-2014 kurang baik, dengan melihat rata-rata tingkat efektivitas Pajak Reklame Kota Manado sebesar 69,63% “Kurang Efektif” atau kurang dari angka 100%.
Ridho Hasyid (2014),	“Analisis Tingkat Efektifitas Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pajak Daerah Kota Medan.	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa efektivitas pajak reklame dikatakan tidak efektif dengan rata-rata tingkat laju penurunan pertumbuhan sekitar 11 % per tahun. Kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah mengalami penurunan sekitar 1,3 % per tahun.
Waani (2016)	Analisis Efektivitas penerimaan Pajak Air Permukaan Provinsi Sulawesi Utara.	penelitian menyatakan bahwa penerimaan Pajak Air Permukaan di Provinsi Sulawesi Utara adalah efektif. Hal tersebut menunjukkan bahwa Pemerintah Daerah Provinsi Sulawesi Utara dalam hal ini adalah Dinas Pendapatan Daerah dinilai telah efektif

		atau baik dalam mengelola Pajak Air Permukaan.
--	--	--

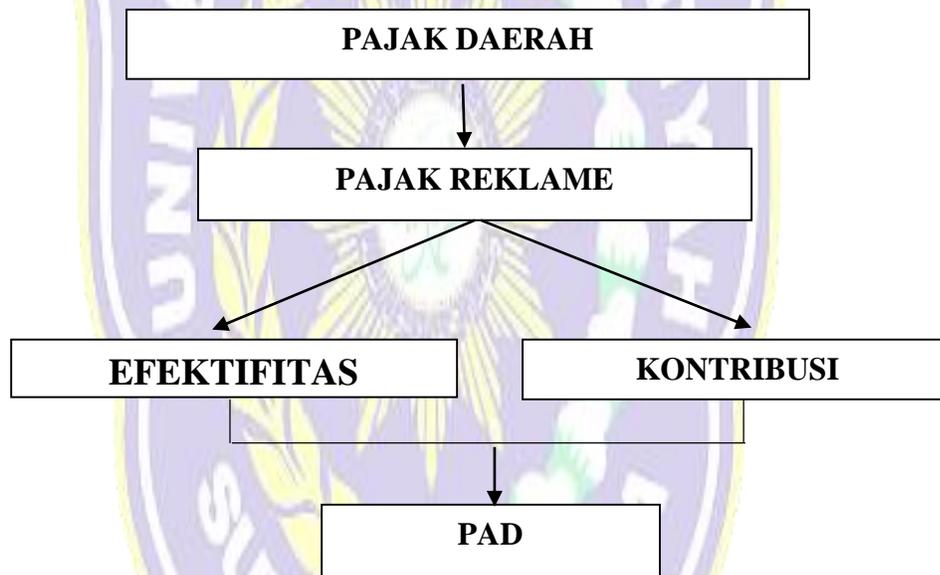
F. Kerangka Pemikiran

Peraturan daerah Kota Medan tentang pajak reklame Bab 1 ketentuan umum pasal 1 adalah” Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa atau orang, ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau yang dapat dilihat, dibaca dan/atau didengar dari suatu tempat oleh umum, kecuali yang dilakukan oleh Pemerintah”.

Kerangka berfikir merupakan suatu hubungan antara konsep-konsep atau variabel-variabel yang akan diukur melalui penelitian yang akan dilaksanakan perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah dan uraian teori yang ada maka penulis memiliki suatu kerangka pemikiran mengenai Analisis efektifitas dan kontribusi pajak reklame sebagai salah satu pendapatan asli daerah pada badan pengelola pajak dan retribusi daerah di kota medan.

Dalam hal pemungutan Pajak Reklame, Pemerintah masih belum berhasil untuk mencapai target yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, peneliti akan meneliti bagaimana tingkat efektivitas dan seberapa besar kontribusinya pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah kota medan, dengan kerangka berfikir sebagaimana tercantum pada halaman selanjutnya:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini termasuk pada jenis penelitian deskriptif. Mendefinisikan bahwa penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian yang tujuannya untuk menyiapkan gambaran lengkap mengenai setting social atau hubungan antara fenomena yang diuji. Metode deskriptif yaitu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk menggunakan kesimpulan yang lebih luas (Sugiyono 2014).

Penelitian ini menggunakan pendekatan Penelitian Deskriptif karena memanfaatkan teori yang ada sebagai penjelas, agar dapat ditarik kesimpulan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan menggambarkan, meringkas berbagai kondisi situasi untuk memperoleh pengetahuan tentang tingkat keektifitasan dan seberapa kontribusi pajak reklame sebagai salah satu pendapatan asli daerah.

B. Defenisi Operasional

Definisi Operasional Variabel adalah segala sesuatu yang didasarkan pada sifat-sifat yang akan didefinisikan, dengan kata lain keseluruhan variabel yang perlu didefinisikan secara operasional agar dapat memberikan persamaan persepsi dan konsepsi bagi semua pembaca (Saifuddin Zuhri, 2001).

Defenisi operasional juga merupakan acuan dan landasan teoritis yang digunakan untuk melakukan penelitian dimana antara variable yang satu dengan yang lainnya dapat dihubungkan sehingga penelitian dapat disesuaikan dengan kata yang diinginkan.

Adapun variabel-variabel dalam penelitian ini yang perlu didefinisikan antara lain:

- a. Efektivitas Pajak Reklame adalah mengukur hubungan antara hasil realisasi pendapatan pajak reklame terhadap target pajak reklame, maka peneliti menggunakan rumus pada halaman berikut:

$$\text{Efektifitas pajak reklame} = \frac{\text{Realisasi penerimaan pajak}}{\text{Target penerimaan pajak}} \times 100 \%$$

Tabel 3.1

Klasifikasi Penetapan Efektifitas

Persentase	Kriteria
>100 %	Sangat Efektif
90-100 %	Efektif
80-90 %	Cukup Efektif
60-80 %	Kurang Efektif
<60 %	Tidak Efektif

Sumber : Depdagri, Kepmendagri No. 690.900.327 dalam Idyanti Ainany

- b. Kontribusi adalah sumbangan yang diberikan oleh pajak reklame sebagai salah satu pendapatan asli daerah kota Medan. Untuk mengetahui besarnya kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan selama satu tahun, dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Kontribusi} = \frac{\text{Realisasi penerimaan pajak Reklame}}{\text{Pendapatan Asli Daerah}} \times 100 \%$$

Untuk menilai kontribusi pajak reklame di Kota Medan dapat dilihat pada tabel pada halaman selanjutnya :

Tabel 3.2

Klasifikasi Penetapan Kontribusi

Persentase	Kriteria
0,00% - 10%	Sangat kurang
10,10% - 20%	Kurang
20,10% - 30%	Sedang
30,10% - 40%	Cukup baik
40,10% - 50%	Baik

Sumber : Depdagri, Kepmendagri No. 690.900.327 dalam Idyanti Ainany

- c. Pendapatan Asli Daerah adalah sumber keuangan daerah yang digali dari wilayah daerah yang bersangkutan yang terdiri dari hasil pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain pendapatan hasil daerah yang sah.

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Kantor Pemerintahan pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan yang berada di Jl. Jenderal Besar H. Abdul Haris Nasution No. 32 Medan.

2. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian ini dimulai bulan Juli 2018 sampai dengan bulan November 2018

Table 3.3 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Tahun 2018																			
		Juli				Agustus				September				Oktober				November			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul	■	■	■	■																
2	Penulisan Proposal					■	■	■	■												
3	Bimbingan proposal									■	■	■	■								
4	Seminar Proposal													■	■	■	■				
5	Penyusunan Skripsi													■	■	■	■				
6	Bimbingan Skripsi													■	■	■	■				
7	Acc Skripsi																	■	■	■	■
8	Sidang Meja Hijau																				

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah Data Kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka atau bilangan yang diperoleh dari perusahaan. Data

kuantitatif yang diperlukan pada penelitian ini berupa : Data periodic,Target, Realisasi Pajak Reklame.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan penelitian ini adalah Data Sekunder yaitu sumber data penelitian yang telah diolah dan dikumpulkan menjadi dokumentasi oleh Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Teknik Dokumentasi

Metode Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu (sugiyono. 2008, hal 422). Metode dokumentasi ini dilakukan dengan mengumpulkan data yang penyelidikannya ditujukan pada penguraian dan penjelasan apa yang telah lalu, melalui sumber-sumber dokumen. Metode dokumentasi dalam penelitian ini adalah mengambil sejumlah data melalui pecatatan sejumlah dokumen (arsip) yang berhubungan dengan Pajak Reklame.

2. Teknik Wawancara

Metode wawancara pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara kepada responden, jawaban-jawaban responden dicatat atau direkam dengan alat perekam. Dalam hal ini responden adalah staf ahli Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah dan dinas pendapatan daerah Kota Medan.

Berikut adalah tabel tentang kisi-kisi wawancara yang akan digunakan:

Table 3.4 Kisi-kisi Wanwancara

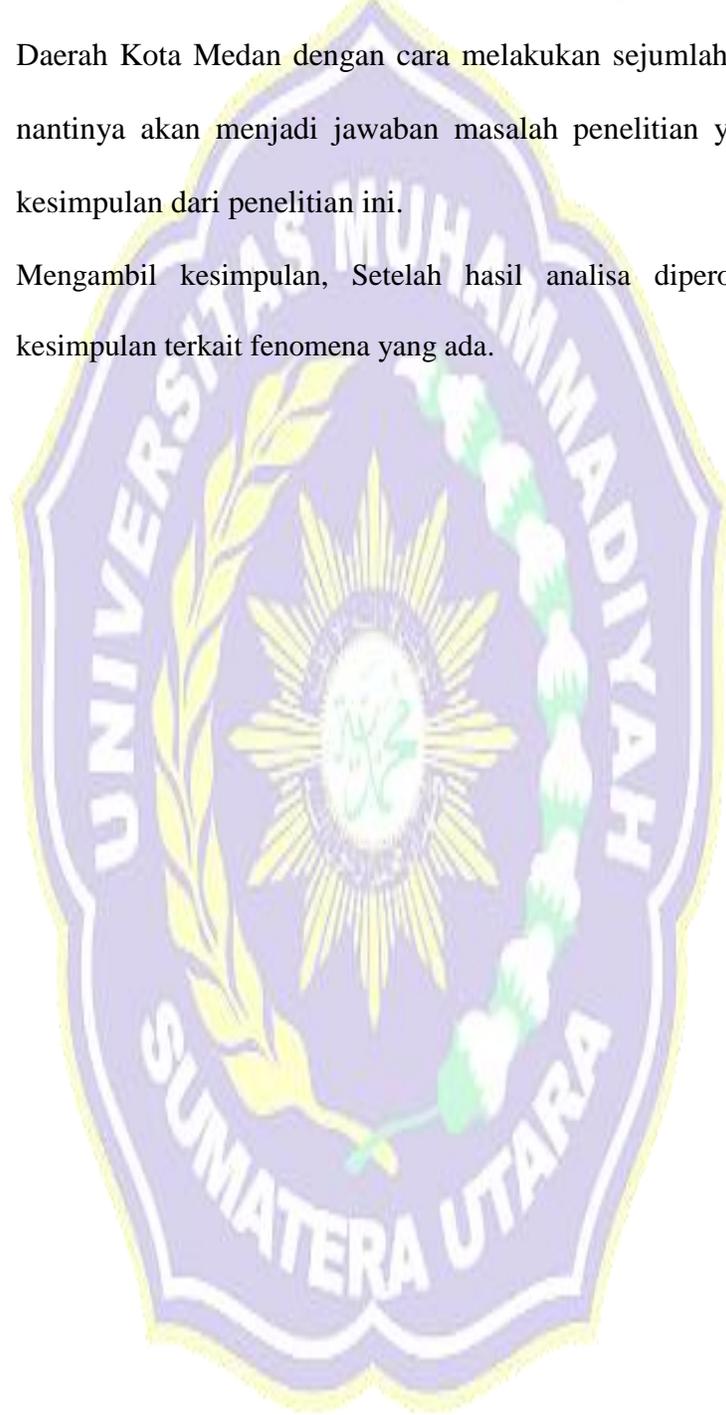
Nomor	Fokus penelitian	Indikator	Deskripsi
1	Pencapaian target pajak reklame terhadap PAD	Membuat daftar wawancara dengan staf pajak reklame.	Jawaban tentang pencapaian target pajak reklame terhadap PAD.
2	Pajak reklame sebagai salah satu pendapatan asli daerah.	Data target dan realisasi pajak reklame terhadap PAD	Jawaban tentang target dan realisasi pajak reklame
3	Factor yang menyebabkan pajak reklame tidak mencapai target.	Factor yang menghambat pajak reklame tidak capai target.	Jawaban factor penyebabnya pajak reklame tidak capai target.

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis deskriptif yaitu dengan cara :

1. Mengumpulkan data-data yang diperoleh dari Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan berupa data laporan target danrealisasi Pajak Reklame dari tahun 2013 s/d tahun 2017
2. Kemudian dilakukan dengan analisis data dengan cara melakukan membandingkan dengan teori-teori objektif sehingga memberikan gambaran yang lengkap tentang permasalahan penelitian.
3. Kemudian menginterpretasikan masalah penelitian tersebut.

4. Melakukan wawancara ke Kantor Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan dengan cara melakukan sejumlah tanya jawab yang nantinya akan menjadi jawaban masalah penelitian yang dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini.
5. Mengambil kesimpulan, Setelah hasil analisa diperoleh maka dibuat kesimpulan terkait fenomena yang ada.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Data

Setelah menjabarkan hal-hal yang melatar belakangi penelitian, teori-teori yang telah mengukuhkan penelitian, maupun metode penelitian yang digunakan, maka bab ini akan dipaparkan mengenai hasil dari penelitian. Hasil penelitian tersebut berupa data-data yang ada kaitannya dengan pajak reklame dan pendapatan asli daerah (PAD) yang didapat dari bidang pendapatan. Data-data tersebut akan digunakan penulis untuk menjawab masalah yang terdapat dalam penelitian sehingga tujuan penelitian ini tercapai.

Setelah peneliti melakukan penelitian di Badan Pengelolaan Pajak dan Restribusi Daerah Kota Medan, target dan realisasi yang terjadi selama 5 tahun terakhir adalah sebagai berikut :

Tabel IV.1

**Target dan Realisasi Pajak Reklame di BPPRD Kota Medan
Tahun 2013-2017**

Tahun	Target	Realisasi	Keterangan
2013	69.161.250.000	23.348.045.567.	-
2014	64.161.250.000	26.976.951.857	Naik
2015	59.161.250.000	17.708.742.784	Turun
2016	78.352.375.000	12.834.133.038	Turun
2017	94.352.375.000	21.730.880.227	Naik

Sumber : Badan Pengelola Pajak Dan Retribusi Daerah Kota Medan.

Dari table IV.1 di atas dapat dilihat bahwa target dan realisasi penerimaan pajak reklame di Kota Medan dari tahun 2013-2017 belum mencapai satu tahunpun. Dan

realisasi penerimaan pajak reklame selama 5 tahun terakhir cenderung mengalami naik/turun, dan di tahun 2014 realisasi pencapaian penerimaan tertinggi Rp.26.976.951 dan kembali turun pada tahun 2016 Rp.12.834.133.038. Namun kenaikan yang terjadi Rp.21.730.880.227 pada tahun 2017, tersebutpun belum memenuhi target yang telah ditentukan.

Tingkat efektivitas pajak reklame di Kota Medan dihitung dengan membandingkan antara realisasi penerimaan pajak reklame dengan target pajak reklame. Apabila perhitungan efektivitas bea pajak reklame menghasilkan angka 1 atau persentase 100% berarti efektif, jika persentase dibawah 100% berarti tidak efektif karena bertujuan untuk memperoleh realisasi pajak reklame sebesar-besarnya.

Adapun kriteria efektivitas penerimaan pajak reklame di Kota Medan adalah seperti halaman selanjutnya :

Tabel IV.2

Kriteria Efektifitas Pajak Reklame Pemerintah kota Medan

Tahun 2013-2017

Tahun	Target	Realisasi	Persentase	Kriteria
2013	69.161.250.000	23.348.045.567.	33,76%	Tidak Efektif
2014	64.161.250.000	26.976.951.857	42,04%	Tidak Efektif
2015	59.161.250.000	17.708.742.784	29,93%	Tidak Efektif
2016	78.352.375.000	12.834.133.038	16,35%	Tidak Efektif
2017	94.352.375.000	21.730.880.227	23,03%	Tidak Efektif

Sumber : Badan Pengelola Pajak D an Retribusi Daerah Kota Medan.

Berdasarkan tabel IV.2 di atas menunjukkan bahwa tingkat atau kriteria efektivitas penerimaan pajak reklame selama tahun 2013-2017 masih menunjukkan kriteria efektivitas yang belum baik, terlihat dari persentase yang naik turun dan

tingkat efektivitas dari tahun 2013-2017 satu tahun pun belum menunjukkan hasil yang baik. Oleh karena itu pemerintah kota Medan segera memperhatikan tingkat keefektivitas pajak peklame yang menjadi salah satu pendapatan daerah.

Dengan melakukan perhitungan seperti di atas, adapun kriteria tingkat kontribusi penerimaan pajak reklame di Kota Medan adalah sebagai berikut :

Tabel V1.3

Kontribusi Pajak Reklame pemerintah kota Medan terhadap PAD

Tahun 2013-2017

Tahun	Realisasi Pajak Reklame	Realisasi PAD	Persentase	Kriteria
2013	23.348.045.567.	1.206.169.709.147.	1.93%	Sangat Kurang
2014	26.976.951.857	1.147.901.461.607	2,35%	Sangat Kurang
2015	17.708.742.784	1.384.246.114.729	1.27%	Sangat Kurang
2016	12.834.133.038	1.489.416.718.965	0,86%	Sangat Kurang
2017	21.730.880.227	1.379.713.307.778	1.5%	Sangat Kurang

Sumber : Badan Pengelola Pajak Dan Retribusi Daerah Kota Medan

Dari tabel IV.3 di atas menunjukkan bahwa pada tahun 2013 penerimaan pajak reklame telah memberikan kontribusi kepada Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan sebesar 1,93% dari total penerimaan PAD sebesar 1.189.999.279.770. Pada tahun 2014 memberikan kontribusi sebesar 2,35% dari total PAD sebesar 1.087.999.279.770. Pada tahun 2015 memberikan kontribusi sebesar 1.27% dari total PAD sebesar 1.167.399.279.770. Pada tahun 2016 memberikan kontribusi sebesar 0,86% dari total PAD sebesar 1.267.102.579.446. Pada tahun 2017 memberikan kontribusi sebesar 1.56% dari total PAD sebesar 1.387.127.546.952.

B. Pembahasan

1. Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame sebagai Salah Satu Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan.

Berdasarkan dari tabel IV.1 bahwa anggaran atau target penerimaan pajak reklame cenderung mengalami penurunan pada setiap tahunnya, target penerimaan pajak reklame dari tahun 2013 sampai tahun 2014 mengalami kenaikan, lalu kemudian turun pada tahun 2015 sampai 2016 berturut-turut . Menurut Arfan Ikhsan (2015) “Dalam pelaksanaan otonomi daerah, anggaran merupakan alat manajerial yang memastikan pencapaian target organisasional dan memberikan pedoman yang rinci untuk setiap harinyaa”.

Dari Realisasi penerimaan pajak reklame dari tahun 2013 sampai tahun 2014 mengalami kenaikan, namun realisasi dari tahun 2015 sampai tahun 2016 berturut-turut turun, kenaikan di tahun 2013 ke 2014 itupun belum mencapai target yang telah di tentukan. Penurunan target di tahun 2015 itupun tidak juga mencapai target . Menurut Mardiasmo (2009) “Suatu organisasi dapat dikatakan efektif apabila mencapai target yang telah ditetapkan”. Dengan menurunnya realisasi penerimaan pajak reklame pada setiap tahun, menunjukkan bahwa efektivitas penerimaan pajak reklame sebagai salah satu pendapatan asli daerah Kota Medan cenderung selalu mengalami penurunan bahkan setisp tahun tidak tercapai.

Adapun rumus dan perhitungan dari efektivitas pajak reklame adalah sebagai berikut :

$$\text{Efektifitas pajak reklame} = \frac{\text{Realisasi penerimaan pajak}}{\text{Target penerimaan pajak}} \times 100 \%$$

$$2013 = \frac{23.348.045.567}{69.161.250.000} \times 100 \%$$

$$= 33,76\%$$

$$2014 = \frac{26.976.951.857}{69.161.250.000} \times 100 \%$$

$$= 42,04\%$$

$$2015 = \frac{17.708.742.784}{59.161.250.000} \times 100 \%$$

$$= 29,93\%$$

$$2016 = \frac{12.834.133.038}{78.352.375.000} \times 100 \%$$

$$= 16,35\%$$

$$2017 = \frac{21.730.880.227}{94.352.375.000} \times 100 \%$$

$$= 23,03\%$$

Menurut Abdul Halim (2007) “Kemampuan daerah dalam menjalankan tugas dikategorikan efektif apabila rasio yang dicapai mencapai minimal 1 (satu) atau 100%. Semakin tinggi rasio efektivitas berarti menggambarkan kemampuan daerah yang semakin baik.” Berdasarkan tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame yang terlihat pada tabel IV.2 belum menunjukkan kriteria efektif dikarenakan jumlah penerimaan pajak reklame yang terus menurun. Sehingga realisasi penerimaan pajak reklame belum memenuhi target yang telah ditentukan.

2. Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame Sebagai Salah Satu Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Medan.

Dalam meningkatkan pendapatan asli daerah Kontribusi penerimaan pajak reklame dapat dihitung dengan membandingkan tingkat realisasi penerimaan pajak reklame dengan realisasi pendapatan asli daerah. Untuk mengetahui kontribusi penerimaan pajak reklame dalam meningkatkan pendapatan asli daerah di Kota Medan, penulis menggunakan rumus dan perhitungannya sebagai berikut:

$$\text{Kontribusi} = \frac{\text{Realisasi penerimaan pajak Reklame}}{\text{Pendapatan Asli Daerah}} \times 100 \%$$

$$\begin{aligned} 2013 &= \frac{23.348.045.567}{1.189.999.279.770} \times 100 \% \\ &= 1.89\%. \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} 2014 &= \frac{26.976.951.857}{1.087.999.279.770} \times 100 \% \\ &= 2.35\%. \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} 2015 &= \frac{17.708.742.784}{1.167.399.279.770} \times 100 \% \\ &= 1.27\%. \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} 2016 &= \frac{12.834.133.038}{1.267.102.579.446} \times 100 \% \\ &= 0.89\%. \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} 2017 &= \frac{21.730.880.227}{1.387.127.546.952} \times 100 \% \\ &= 1.56\%. \end{aligned}$$

Dengan melakukan perhitungan seperti di atas, adapun kriteria tingkat kontribusi penerimaan pajak reklame di Kota Medan adalah sebagai berikut :

Tabel V1.3

**Kontribusi Pajak Reklame pemerintah kota Medan terhadap PAD
Tahun 2013-2017**

Tahun	Realisasi Pajak Reklame	Realisasi PAD	Persentase	Kriteria
2013	23.348.045.567.	1.206.169.709.147.	1.93%	Sangat Kurang
2014	26.976.951.857	1.147.901.461.607	2,35%	Sangat Kurang
2015	17.708.742.784	1.384.246.114.729	1.27%	Sangat Kurang
2016	12.834.133.038	1.489.416.718.965	0,86%	Sangat Kurang
2017	21.730.880.227	1.379.713.307.778	1.5%	Sangat Kurang

Sumber : Badan Pengelola Pajak Dan Retribusi Daerah Kota Medan

Dari tabel IV.3 di atas menunjukkan bahwa pada tahun 2013 penerimaan pajak reklame telah memberikan kontribusi kepada Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan sebesar 1.,93% dari total penerimaan PAD sebesar 1.189.999.279..770. Pada tahun 2014 memberikan kontribusi sebesar 2,35% dari total PAD sebesar 1.087.999.279.770. Pada tahun 2015 memberikan kontribusi sebesar 1.27% dari total PAD sebesar 1.167.399.279.770. Pada tahun 2016 memberikan kontribusi sebesar 0,86% dari total PAD sebesar 1.267.102.579.446. Pada tahun 2017 memberikan kontribusi sebesar 1.56% dari total PAD sebesar 1.387.127.546.952.

Berdasarkan dari tabel IV.3 menunjukkan bahwa tingkat kontribusi penerimaan pajak reklame selama tahun 2013 sampai dengan tahun 2017 cenderung mengalami penurunan yaitu pada tahun 2013 sebesar 1.93 %, tahun 2014 sebesar 2.35 %, tahun 2015 sebesar 1.27%, tahun 2016 sebesar 0.86%, tahun 2017 sebesar 1.56%.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa penerimaan pajak reklame dalam meningkatkan pendapatan asli daerah Kota Medan masih dikategorikan kurang dikarenakan kontribusi yang dihasilkan pada setiap tahun dari tahun 2013 sampai tahun 2017 mengalami penurunan yang cukup signifikan dengan tingkat persentase terendah pada tahun 2016 sebesar 20.86%. Penerimaan pajak reklame yang rendah akan berdampak langsung terhadap pajak daerah, meskipun sumber penerimaan pajak daerah bukan hanya dari pajak reklame saja yang dapat menyebabkan PAD pun menurun.

3. Tidak Tercapainya Target Realisasi Pajak Reklame Selamat tahun 2013-2017

Menurut Mahmudi Semakin besar hasilnya berarti semakin besar pula peranan pajak daerah terhadap PAD, begitupun sebaliknya semakin kecil hasil perbandingannya maka semakin kecil pula peran pajak daerah (khususnya pajak reklame) terhadap PAD. Apabila penerimaan pajak reklame meningkat pada setiap tahun maka diharapkan penerimaan pajak daerah juga meningkat, dikarenakan pajak reklame merupakan sumber yang sangat potensial bagi pajak daerah. Menurut Mahmudi (2010) “Semakin tinggi kemampuan daerah dalam menghasilkan pendapatan asli daerah, maka semakin besar pula diskresi daerah untuk menggunakan pendapatan asli daerah tersebut sesuai dengan aspirasi, kebutuhan, dan prioritas pembangunan daerah”.

Dengan menurunnya realisasi penerimaan pajak reklame selama tahun 2013 sampai dengan tahun 2017, dikarenakan masih banyaknya wajib pajak yang belum

sadar pajak, masih banyak papan-papan reklame yang berdiri tanpa izin, dan penyebab lainnya seperti terlihat pada penjelasan di atas mengenai penyebab-penyebab belum terealisasinya pajak reklame. Olehkarena itu BPPRD harus mengoptimalkan pendapatan daerah lainnya selain pajak daerah untuk selalu meningkatkan nilai realisasi PAD, karena telah terlihat bahwa jumlah realisasi PAD setiap tahun nya yaitu dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2017 selalu meningkat.

Menurut hasil wawancara pada pihak badan pajak reklame daerah kota medan, adapun hal-hal yang menyebabkan belum terealisasinya target penerimaan pajak reklame adalah :

- a. Masih rendahnya kesadaran dan kepatuhan masyarakat terhadap wajib pajak untuk melunasi pajaknya tepat pada waktunya.
- b. Papan reklame yang tidak memiliki izin berdiri.
- c. Pembongkaran papan reklame berkontraksi antara masyarakat dengan pihak pombongkaran, perdirian papan reklame bertentangan dengan peraturan wali kota Medan no. 19 tahun 2015 dan perda no 11 tahun 2011.
- d. Masih banyaknya para wajib pajak yang kurang jelas terhadap prosedur pelaksanaan pajak reklame
- e. Adanya kesulitan untuk menghubungi wajib pajak yang berdomisili di luar kota.
- f. Tingkat pengetahuan wajib pajak reklame yang masih rendah.
- g. Dan juga hambatan-hambatan intern lainnya seperti : penerapan sanksi yang kurang tegas bagi wajib pajak yang kurang patuh, penyuluhan yang kurang

mencapai titik keberhasilan, pelayanan yang kurang memuaskan dari kedua belah pihak, kurangnya tenaga lapangan yang mengawasi pelaksanaan pajak reklame.

Dari hasil wawancara tersebut penyebab-penyebab tidak terealisasinya target penerimaan pajak reklame di atas, pihak badan pengawas pajak reklame melakukan upaya-upaya sebagai berikut untuk meminimalisir tidak terealisasinya target yang telah ditetapkan :

- a. Melakukan pendataan seluruh papan reklame dengan data dari pemko medan, sehingga diketahui papan reklame , mana yang memiliki izin berdirinya.
- b. Diadakannya tim pendataan terhadap wajib pajak.
- c. Diadakannya sosialisasi masyarakat tentang perpajakan daerah.
- d. Penertiban surat teguran.
- e. Melakukan pembongkaran papan reklame yang tidak memiliki izin berdirinya, karean melanggar peraturan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Badan Pengelola Pajak dan Restribusi Daerah di Kota Medan, atas judul Analisis Efektivitas dan Kontribusi Pajak Reklame Sebagai Salah Satu Pendapatan Asli Daerah Pada Badan Pengelola Pajak Dan Restribusi Daerah Di Kota Medan peneliti menyimpulkan bahwa :

1. Berdasarkan dari realisasi penerimaan pajak reklame, dapat dilihat penerimaan dinilai masih rendah. Hal ini terlihat dari realisasi yang belum mencapai target serta menurunnya realisasi tersebut pada setiap tahunnya. Untuk tahun 2013 sampai tahun 2017 penerimaan pajak reklame belum dikategorikan efektif bahkan dibawah kurang efektif dikarenakan realisasi penerimaan pajak reklame masih berada dibawah 50%.
2. Dilihat dari kontribusi penerimaan pajak reklame sebagai salah satu pendapatan asli daerah di Kota Medan yang masih rendah dan menurun setiap tahunnya dari tahun 2013 sampai dengan 2017.
3. Hal-hal yang menyebabkan belum terealisasi nya target penerimaan pajak reklame yaitu :
 - a. Tidak adanya konfirmasi dari pihak advertising mengenai lanjut atau tidaknya pemasangan reklame.
 - b. masih rendahnya tingkat kesadaran wajib pajak,

- c. masih banyaknya para wajib pajak yang kurang jelas terhadap prosedur pelaksanaan pajak reklame.
- d. adanya kesulitan untuk menghubungi wajib pajak yang berdomisili di luar kota.
- e. tingkat pengetahuan wajib pajak reklame yang masih rendah, serta hambatan-hambatan intern antara lain. Dengan tidak terealisasinya target pajak reklame, akan mengakibatkan menurunnya realisasi pajak reklame, yang akan berdampak juga dengan menurunnya kontribusi pajak reklame dalam meningkatkan PAD.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut :

1. Pemerintah daerah harus melaksanakan tindakan atau sanksi yang tegas sebagai bentuk pembinaan dan penertiban terhadap wajib pajak yang lalai.
2. Pemerintah daerah dapat menambah lagi central pelayanan yang dapat memudahkan serta membantu wajib pajak dalam melakukan pembayaran pajak reklame.
3. Papan liar yang belum memiliki izin berdirinya segera segera melakukan pedataan secara keseluruhan agar tertib tanpa pilih kasih, hal ini dilakukan guna untuk peningkatan keindahan dan ketertiban di kota Medan.

DAFTAR PUSTAKA

- Azuar Juliandidkk. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Konsep dan Aplikasi. Cetakan Pertama*. Medan: Umsu press.
- Dara, Rizky Supriadi (2015). *Kontribusi Pajak Hiburan Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Di Kota Malang*. Jurnal Perpajakan Universitas Brawijaya Vol. 1 No. 1.
- Feldan, N.J Perpajakn Indonesia (2011), Hal.2.
- Hasyid, Riho (2014), *Analisis Tingkat Efektifitas Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pajak Daerah Kota Medan*. Jurnal perpajakan Universitas Sumatera Utara.
- Lam, Novita (2015). *“Analisis Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame Beserta Kontribusinya Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Manado”*. Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Mahmudi (2010). *Analisis Laporan Keuangan Pemerintah Daerah*. Yogyakarta. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen
- Mardiasmo (2011), *Perpajakan Edisi Revisi*, Jakarta, Penerbit Andi
- Marihot (2010). *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah Edisi revisi* . Jakarta. PT Raja Grafindo Persada
- Octovido Irsandy. 2014. *Analisis Efektivitas dan Kontribusi Pajak Daerah Sebagai Sumber Pendapatan Asli Daerah Kota Batu (Studi Pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Batu Tahun 2009-2013)*. Jurnal Berkala Administrasi Bisnis, Volume 15 No. 1.
- Peraturan Daerah Kota Medan Nomor 12 Tahun 2003 *tentang Pajak Daerah*.
- Peraturan Daerah Kota Medan Nomor 2 Tahun 2004 *Tentang Pajak Reklame*.
- Republik Indonesia Undang-undang Nomor 16 Tahun 2009 *tentang Perpajakan Indonesia*.

Republik Indonesia Undang-undang PDRD Nomor 28 tahun 2009 tentang Penambahan Jenis Pajak dan Retribusi daerah.

Sugiyono (2008), Metode Penelitian dan Bisnis, Jakarta Sugiyono (2012). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Supramono, Damayanti. 2015. *Perpajakan Indonesia Edisi Revisi*. Yogyakarta: Andi

Undang-Undang No. 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Undang-undang No. 33 Tahun 2004 Tentang Pendapatan Asli Daerah.

V. C. Nesare., J. J. Tinangon., Jessy D.L. Warongan (2016) *Analisis Potensi dan Efektifitas Pungutan Pajak Air Tanah Di Kabupaten Minahasa Utara Waani* (2016). *Analisis Efektivitas penerimaan Pajak Air Permukaan Provinsi Sulawesi Utara*, jurnal perpajakan Universitas Sulewesi Utara.





MAJLIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Mukhtar Basri No. 3 Tel. (061) 6624567 Ext: 304 Medan 220238



PENGESAHAN PROPOSAL

Berdasarkan hasil Seminar proposal Jurusan Akuntansi yang diselenggarakan pada hari Kamis, 20 September 2018 menerangkan bahwa:

Nama : ARI JUANDA
N .P.M. : 1405170793
Tempat / Tgl.Lahir : ACEH, 29 FEBRUARI 19992
Alamat Rumah : JL.SIMALINGKAR B BUNGA RAMPAI II NO.71

JudulProposal : ANALISIS PEMUNGUTAN DAN POTENSI PAJAK AIR TANAH
SEBAGAI SALAH SATU PENDAPATAN ASLI DAERAH PADA BADAN
PENGELOLA PAJAK DAN RETRIBUSI DAERAH DI KOTA MEDAN

Proposal dinyatakan syah dan memenuhi Syarat untuk menulis Sekripsi dengan pembimbing : *seprida hanum, se, m. si. 2019-2018*

Medan, 20 September 2018

TIM SEMINAR

Ketua

FITRIANI SARAGIH, SE, M.Si

Sekretaris

ZULIA HANUM, SE, M.Si

Pembimbing

SEPRIDA HANUM, SE, M.Si

Pembanding

SUKMA LESMANA, SE, M.Si

Diketahui / Disetujui

An. Dekan

Wakil Dekan I

ADE GUNAWAN, SE, M.Si

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DATA PRIBADI

Nama : ARI JUANDA
NPM : 1405170793
Tempat/Tgl. Lahir : ACEH, 29 February 1992
Jenis Kelamin : laki-laki
Alamat : Jln. Pintu air IV , Bunga Rampai II no.71,simalingkar B
Anak Ke : 3 (tiga) dari 3 (tiga) bersaudara
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Status : Belum kawin

DATA ORANG TUA

Ayah : Hasballah
Ibu : (Alm.) Rohana
Alamat : Jl. Samudera pasee, Kuta Krueng geudong, Kab. Aceh Utara, NAD

PENDIDIKAN

1. SD Negeri 6 Samudera Kuta Krueng tahun 1999 – 2005.
2. SLTP Negeri 1 samudera tahun 2005 – 2008.
3. SMA Negeri 1 Syamtalira Bayu tahun 2008 – 2011.
4. Tercatat sebagai Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan Tahun 2014 – sekarang.

Medan, Oktober 2018

ARI JUANDA

SURAT PERNYATAAN PENELITIAN SKRIPSI

Nama : ARI JUANDA
NPM : 1405170793
Jurusan : Akuntansi
Konsentrasi : Perpajakan
Judul Skripsi : ANALISIS EFEKTIFITAS DAN KONTRIBUSI PAJAK REKLAME
SEBAGAI SALAH SATU PENDAPATAN ASLI DAERAH PADA
BADAN PENGELOLA PAJAK DAN RESTRIBUSI DAERAH DI KOTA
MEDAN.

Dengan ini saya menyatakan bahwa benar saya memperoleh data penelitian dari **Badan Pengelola Pajak Dan Restribusi Daerah (BPPRD)** yang mempublikasikan laporan target realisasi selama 5 tahun pada **Pajak reklame**. Dan apabila dikemudian hari data – data dalam skripsi ini salah dan merupakan **plagiat** atau karya orang lain maka dengan ini saya bersedia menerima sanksi akademik

Demikianlah Pernyataan ini saya perbuat dengan sebenarnya dan penuh kesadaran, untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, Oktober 2018

Pembuat Pernyataan

