

**ANALISIS ANGGARAN SEBAGAI ALAT PENGAWASAN PAJAK  
REKLAME PADA DINAS PENDAPATAN DAERAH  
KOTA MEDAN**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi Akuntansi**



**Oleh :**

**NAMA : MAY SHARAH  
NPM : 1305170316  
PROGRAM STUDI : AKUNTANSI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
M E D A N  
2 0 1 7**

## ABSTRAK

**MAY SHARAH, NPM : 1305170316. Analisis Anggaran Sebagai Alat Pengawasan Pajak Reklame Pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan. Skripsi, tahun 2017.**

Dilihat dari perkembangan dunia industri dan perekonomian yang tumbuh pesat yang tentu saja membutuhkan promosi berbentuk reklame. Diharapkan dengan semakin besarnya jumlah pemungutan pajak reklame setiap tahun untuk mendukung pembangunan daerah, khususnya kota Medan dimasa mendatang. Untuk menjaga agar semua prosedur, metode dan cara yang menjadi unsur dari pajak reklame ini benar-benar efektif dan agar manusia sebagai pelaksana bertindak sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan, maka dibutuhkan suatu bagian khusus untuk mengadakan penelitian, pengukuran, penelaahan dan pengkoreksian atas prosedur yang telah ditetapkan bagian khusus ini adalah bagian pengawasan tertentu yang melaksanakan fungsi pengawasan. Fungsi pengawasan ini bertujuan untuk memastikan agar jumlah target penerimaan pajak sesuai dengan realisasi yang diperoleh.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu Apakah anggaran sudah digunakan sebagai alat pengawasan pajak reklame secara efektif Pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan?. Dalam penelitian digunakan teknik pengumpulan data yaitu wawancara dan studi dokumentasi, sedangkan teknik analisis data yang digunakan yaitu metode analisis deskriptif.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan mekanisme pengawasan pajak reklame sudah dilakukan dengan maksimal, serta potensi penerimaan pajak reklame mengalami penurunan dikarenakan banyaknya WP yang tidak patuh dengan kewajibannya.

Selain itu upaya yang dilakukan Dinas Pendapatan Daerah untuk mengatasi tunggakan pajak reklame yang belum dibayar wajib pajak sehingga penerimaan meningkat adalah melakukan pendataan terhadap wajib pajak, memfungsikan pengawasan dari Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan dan bekerjasama dengan Tim Terpadu (Dinas Parawisata, Satpol PP, Polisi, Kejaksaan, Kodim) untuk melaksanakan penagihan, mengadakan peninjauan ulang apabila terjadi kesalahan dalam pendataan, melakukan pemeriksaan terhadap wajib pajak, melakukan pengawasan secara rutin kepada wajib pajak untuk menghindari adanya data yang tidak benar disampaikan wajib pajak.

*Kata Kunci : Anggaran dan Pengawasan Pajak Reklame*

## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| <b>ABSTRAK</b> .....                                | i    |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                         | ii   |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                             | iv   |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                           | vii  |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                          | viii |
| <b>BAB I : PENDAHULUAN</b>                          |      |
| 1.1. Latar Belakang Masalah .....                   | 1    |
| 1.2. Identifikasi Masalah.....                      | 6    |
| 1.3. Batasan dan Rumusan Masalah .....              | 6    |
| 1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....            | 7    |
| <b>BAB II : LANDASAN TEORI</b>                      |      |
| 2.1. Uraian Teoritis .....                          | 7    |
| 2.1.1. Anggaran .....                               | 8    |
| 2.1.2. Pengawasan.....                              | 12   |
| 2.1.2.1. Fungsi Pengawasan.....                     | 13   |
| 2.1.2.2. Faktor-Faktor Mempengaruhi Pengawasan..... | 13   |
| 2.1.2.3. Tujuan dan Proses Pengawasan.....          | 14   |
| 2.1.3. Anggaran Sebagai Alat Pengawasan.....        | 15   |
| 2.1.4. Pajak.....                                   | 15   |
| 2.1.4.1. Defenisi Pajak.....                        | 15   |
| 2.1.4.2. Fungsi pajak.....                          | 16   |
| 2.1.4.3. Karakteristik atau Ciri-Ciri Pajak.....    | 17   |

|  |    |
|--|----|
| 2.1.4.4. Pengertian, Jenis Pemungutan Pajak di<br>Indonesia.....                                     | 18 |
| 2.1.4.5. Sistem Pemungutan Pajak.....  | 19 |
| 2.1.5 Pajak Reklame.....   | 20 |
| 2.1.5.1. Pengertian Pajak Reklame.....   | 20 |
| 2.1.5.2. Dasar Pengenaan Pajak Reklame (DPP).....  | 24 |
| 2.2. Penelitian Terdahulu.....   | 26 |
| 2.3. Kerangka Berfikir.....  | 27 |
| <br><b>BAB III : METODOLOGI PENELITIAN</b>   |    |
| 3.1. Pendekatan Penelitian .....   | 29 |
| 3.2. Definisi Operasional.....   | 29 |
| 3.3. Tempat dan Waktu Penelitian.....  | 30 |
| 3.4. Jenis dan Sumber Data.....  | 30 |
| 3.5. Teknik Pengumpulan Data.....  | 31 |
| 3.6. Teknik Analisis Data.....   | 31 |
| <br><b>BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>  |    |
| 4.1. Hasil Penelitian.....   | 33 |
| 4.1.1. Penetapan Anggaran Pajak Reklame Pada Dinas<br>Pendapatan Daerah Kota Medan.....              | 33 |
| 4.1.2. Pelaksanaan Pengawasan Pajak Reklame Pada Dinas<br>Pendapatan Daerah Kota Medan .....         | 38 |
| 4.2. Pembahasan.....   | 43 |
| 4.2.1. Perbandingan Anggaran dan Realisasi Pajak Reklame<br>Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan ..... | 43 |

|   |    |
|---|----|
| 4.2.2. Upaya yang Dilakukan dalam Meningkatkan<br>Pengawasan Pajak Reklame..... | 44 |
|---|----|

**BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

|                      |    |
|----------------------|----|
| 5.1. Kesimpulan..... | 49 |
| 5.2. Saran .....     | 50 |

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

|           |  |    |
|-----------|--|----|
| Tabel 1.1 | Data Anggaran dan Realisasi Pajak Reklame .....  | 3  |
| Tabel 2.1 | Penelitian Terdahulu .....   | 26 |
| Tabel 3.1 | Rincian Waktu Penelitian .....   | 30 |
| Tabel 4.1 | Data Wajib Pajak Reklame Daerah Kota Medan Dinas<br>Pendapatan Daerah Kota Medan Tahun 2012 Sampai Tahun<br>2016 .....       | 35 |
| Tabel 4.2 | Anggaran Pajak Reklame Dinas Pendapatan Daerah Kota<br>Medan Tahun 2012 sampai dengan tahun 2016.....                        | 36 |
| Tabel 4.3 | Realisasi Pajak Reklame Dinas Pendapatan Daerah Kota<br>Medan Tahun 2012 sampai dengan tahun 2016.....                       | 42 |
| Tabel 4.4 | Perbandingan Anggaran dan Realisasi Pajak Reklame Dinas<br>Pendapatan Daerah Kota Medan Tahun 2012 sampai tahun<br>2016..... | 43 |

## DAFTAR GAMBAR

|            |                         |    |
|------------|-------------------------|----|
| Gambar 2.1 | Kerangka Berpikir ..... | 28 |
|------------|-------------------------|----|

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah.**

Pajak adalah iuran kepada negara (dapat dipaksakan) yang terutang oleh wajib pajak dengan ketentuanperundang-undangan yang berlaku, dengan tidak mendapat prestasi kembali dan gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum berkaitan dengan tugas Negara untuk menyelenggarakan pemerintahan.Pajak mempunyai kontribusi dariWajib Pajak kepada negara yang terutang oleh Orang Pribadi atau Badan yang bersifat memaksa dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untukkeperluan negara bagi kemakmuran rakyat. Oleh karena itu pemerintah selalu berupaya untuk mengoptimalkan penerimaan pajak melalui kebijakan di bidang perpajakan.

Dengan diterbitkannya UU No. 36 tahun 2008 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan maka telah terjadi sebuah reformasi perpajakan yang dilakukan oleh pihak Direktorat Jenderal Pajak (DJP) sehingga diharapkan para wajib pajak badan usaha menjadi lebih patuh dan diberikan segala bentuk kemudahan dalam proses perpajakan. Diketahui UU No. 36 tahun 2008 menjelaskan tentang subjek yang menjadi wajib pajak yang menjadi sumber pendapatan asli daerah (PAD) yang meliputi pajak bumi dan bangunan, pajak reklame, pajak perhotelan, pajak restoran dan sebagainya.

Adapun penelitian ini memilih pajak reklame dengan alasan dimana reklame merupakan sumber pajak yang sangat besar. Ini dapat dilihat dari perkembangan dunia industri dan perekonomian yang tumbuh pesat yang tentu saja

membutuhkan promosi berbentuk reklame. Diharapkan dengan semakin besarnya jumlah pemungutan pajak reklame setiap tahun untuk mendukung pembangunan daerah, khususnya kota Medan dimasa mendatang.

Untuk menjaga agar semua prosedur, metode dan cara yang menjadi unsur dari pajak reklame ini benar-benar efektif dan agar manusia sebagai pelaksana bertindak sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan, maka dibutuhkan suatu bagian khusus untuk mengadakan penelitian, pengukuran, penelaahan dan pengkoreksian atas prosedur yang telah ditetapkan bagian khusus ini adalah bagian pengawasan tertentu yang melaksanakan fungsi pengawasan. Fungsi pengawasan ini bertujuan untuk memastikan agar jumlah target penerimaan pajak sesuai dengan realisasi yang diperoleh.

Adapun diketahuinya penerapan pengawasan pajak reklame sudah baik atau tidak dilihat dari realisasi penerimaan pajak reklame dengan anggaran atau target yang ditetapkan sebelumnya. Dimana diketahui berdasarkan data laporan realisasi penerimaan pajak pada Dinas Pendapatan Kota Medan dari tahun 2012 sampai tahun 2016 terjadi selisih yang cukup besar antara anggaran dan realisasinya yang menunjukkan bahwa pencapaian kinerja penerimaan pajak reklame masih belum memadai. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat selisih anggaran dan realisasi pajak dalam sektor pajak reklame dalam penerimaan pajak daerah Kota Medan yang disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1.1.  
Data Penelitian

| <b>Tahun</b> | <b>Anggaran<br/>Penerimaan Pajak<br/>Reklame</b> | <b>Realisasi Penerimaan<br/>Pajak Reklame</b> | <b>Pencapaian<br/>Realisasi dari<br/>Anggaran<br/>Pajak<br/>Reklame</b> |
|--------------|--|---|---|
| 2012         | 56.161.250.000                                   | 25.954.919.442                                | 46,21   |
| 2013         | 69.161.250.000                                   | 23.348.045.567                                | 33,76   |
| 2014         | 35.308.417.000                                   | 10.709.910.917                                | 21,81   |
| 2015         | 49.095.950.000                                   | 3.551.947.419                                 | 7,23  |
| 2016         | 89.852.375.000                                   | 17.508.256.230                                | 19,49   |

Sumber : Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan, 2017.

Berdasarkan data dapat diketahui bahwa setiap tahunnya pencapaian realisasi penerimaan pajak reklame dengan anggaran penerimaan pajak reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan mengalami penurunan dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2016. Sesuai dengan ketetapan Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan bahwa pencapaian antara realisasi anggaran dengan target dikatakan baik atau mencukupi apabila melebihi 60% dari perolehan pencapaian realisasi dari anggaran pajak reklame setiap tahunnya. Pencapaian realisasi pajak yang tidak sesuai dengan anggaran menunjukkan bahwa kinerja perolehan pajak sangat kurang baik. Hal ini dapat menyebabkan penurunan pendapatan daerah untuk membangun perekonomian yang juga akan mengalami hambatan.

Hal ini tidak sesuai dengan pendapat Erly Suandy (2011, hal. 127) yaitu :  
“Pencapaian target pajak sesuai dengan realisasi perolehan pajak sangat diharapkan. Dimana target pajak merupakan bagian penting dalam menentukan perolehan pajak yang akan diterima, karena hal ini menyangkut pelaksanaan program pemerintah dalam membangun perekonomian daerah. Apabila target

pajak tidak terpenuhi maka hal ini akan menghambat pelaksanaan pembangunan daerah sesuai program yang telah direncanakan. Hal inilah yang menyebabkan diperlukannya pengawasan agar pencapaian perolehan pajak sesuai dengan target yang telah ditetapkan sebelumnya”.

Dengan jumlah pencapaian realisasi pajak reklame dari anggaran pajak reklame yang telah ditetapkan masih jauh dari yang diharapkan menunjukkan pengawasan terhadap perolehan pajak reklame masih kurang baik. Selain itu juga ditemukan fenomena di lapangan seperti kurangnya sosialisasi yang diberikan petugas lapangan bagian khusus penagihan hanya dilakukan apabila turun ke lapangan saja, berkaitan pentingnya kesadaran wajib pajak dalam pembayaran pajak, serta masih ditemui adanya wajib pajak yang tidak mematuhi kewajiban untuk membayar pajak dari segi jumlah maupun batas waktu yang telah ditetapkan dengan baik, sehingga mempengaruhi kurang lancarnya proses administrasi perpajakan.

Hal ini bertentangan dengan pendapat Machfoedz (2010, hal. 14) bahwa : “Penilaian kinerja penerimaan pajak dapat diukur dengan membandingkan anggaran dengan realisasi perolehan pajak reklame yang menjadi salah satu ukuran keberhasilan penerapan perpajakan”. Hal ini juga dijelaskan oleh Siagian, (2013, hal. 448) yang menyebutkan bahwa “Kenyataan ini tidak dapat dipungkiri, bahwa keberhasilan pencapaian tujuan pemerintah tidak terlepas dari penataan keseluruhan rangkaian sub system yang terdapat pada struktur dan pejabatnya, tujuan yang harus dicapai, proses yang merupakan rangkaian kegiatan organisasi atas sumber-sumber yang dimanfaatkan untuk mencapai tujuan”.

Pandangan diatas dapat diartikan bahwa proses organisasi adalah segala upaya dan usaha yang direncanakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur berdasarkan sistematika dan tata kerja yang telah disepakati demi terwujudnya tujuan bersama dalam organisasi. Dengan demikian, mekanisme kerja yang merupakan suatu proses organisasi memiliki arti penting didalam pencapaian tujuan organisasi yang telah ditetapkan, sama halnya dengan penerimaan pajak reklame jika tanpa adanya tata kerja yang baik serta partisipasi dan kerja sama dari seluruh lapisan masyarakat, maka tujuan akan sulit untuk dicapai.

Berdasarkan latar belakang di atas yang telah diuraikan serta dengan fenomena yang ditemui di lapangan, maka penulis tertarik untuk membahas dan menganalisanya dengan melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul:”**Analisis Anggaran Sebagai Alat Pengawasan Pajak Reklame Pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan**”

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian di atas penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Realisasi penerimaan pajak reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2016 belum mencapai target.
2. Pencapaian realisasi dari anggaran pajak reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2016 masih dibawah 60%.

### **1.3. Batasan dan Rumusan Masalah**

#### **1.3.1. Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini hanya membatasi pada analisis anggaran sebagai alat pengawasan pajak reklame Pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan.

#### **1.3.2. Rumusan Masalah**

Untuk memberikan arah bagi jalannya suatu penelitian, maka terlebihdahulu perlu dirumuskan hal yang akan menjadi permasalahan dalam penelitian makadirumuskan masalah yang akan menjadi arahan dan pedoman dalam penelitian,yaitu:

- a. Bagaimana fungsi anggaran sebagai alat pengawasan pajak reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan?
- b. Mengapa realisasi penerimaan pajak reklame tidak mencapai target pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan?

### **1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian.**

#### **1.4.1. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menganalisis fungsi anggaran sebagai alat pengawasan pajak reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan.
- b. Untuk menganalisis mengapa realisasi penerimaan pajak reklame tidak mencapai target pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan.

### **1.4.2. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti.

Bagi peneliti menambah pengetahuan dan pengalaman penulis dalam hal mendalami analisis anggaran sebagai alat pengawasan pajak reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan.

2. Bagi pihak perusahaan.

Bagi pihak perusahaan sebagai bahan masukan bagi pihak perusahaan yang dapat dijadikan sebagai dasar dalam memecahkan masalah yang sedang dihadapi perusahaan sehingga tujuan perusahaan dapat dicapai secara optimal.

3. Bagi peneliti lain.

Bagi peneliti lain dapat dijadikan sebagai dasar perbandingan bagi peneliti lain yang meneliti masalah yang sama.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1. Uraian Teoritis**

##### **2.1.1 Anggaran**

Anggaran pajak yang ditetapkan pemerintah daerah tertuang dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) yang merupakan rencana keuangan tahunan pemerintah daerah di Indonesia yang disetujui oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah. APBD ditetapkan dengan Peraturan Daerah. Tahun anggaran APBD meliputi masa satu tahun, mulai dari tanggal 1 Januari sampai dengan tanggal 31 Desember.

Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) adalah rencana keuangan tahunan pemerintahan negara Indonesia yang disetujui oleh Dewan Perwakilan Rakyat. APBN berisi daftar sistematis dan terperinci yang memuat rencana penerimaan dan pengeluaran negara selama satu tahun anggaran (1 Januari - 31 Desember). APBN, perubahan APBN, dan pertanggungjawaban APBN setiap tahun ditetapkan dengan Undang-Undang. Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah terdiri atas:

1. Anggaran pendapatan, terdiri atas
  - a. Pendapatan Asli Daerah (PAD), yang meliputi pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah, dan penerimaan lain-lain
  - b. Bagian dana perimbangan, yang meliputi Dana Bagi Hasil, Dana Alokasi Umum (DAU) dan Dana Alokasi Khusus
  - c. Lain-lain pendapatan yang sah seperti dana hibah atau dana darurat.

2. Anggaran belanja, yang digunakan untuk keperluan penyelenggaraan tugas pemerintahan di daerah.
3. Pembiayaan, yaitu setiap penerimaan yang perlu dibayar kembali dan/atau pengeluaran yang akan diterima kembali, baik pada tahun anggaran yang bersangkutan maupun tahun-tahun anggaran berikutnya

Sedangkan fungsi anggaran pendapatan dan belanja daerah terdiri dari :

1. Fungsi otorisasi bermakna bahwa anggaran daerah menjadi dasar untuk merealisasi pendapatan, dan belanja pada tahun bersangkutan. Tanpa dianggarkan dalam APBD sebuah kegiatan tidak memiliki kekuatan untuk dilaksanakan.
2. Fungsi perencanaan bermakna bahwa anggaran daerah menjadi pedoman bagi manajemen dalam merencanakan kegiatan pada tahun yang bersangkutan.
3. Fungsi pengawasan mengandung makna bahwa anggaran daerah menjadi pedoman untuk menilai keberhasilan atau kegagalan penyelenggaraan pemerintah daerah.
4. Fungsi alokasi mengandung makna bahwa anggaran daerah harus diarahkan untuk menciptakan lapangan kerja, mengurangi pengangguran, dan pemborosan sumberdaya, serta meningkatkan efisiensi, dan efektifitas perekonomian daerah.
5. Fungsi distribusi memiliki makna bahwa kebijakan-kebijakan dalam penganggaran daerah harus memperhatikan rasa keadilan, dan kepatutan.
6. Fungsi stabilitasi memiliki makna bahwa anggaran daerah menjadi alat untuk memelihara, dan mengupayakan keseimbangan fundamental perekonomian daerah.

Selain itu sumber anggaran pendapatan dan belanja daerah sebagai sumber-sumber penerimaan pemerintah daerah (subnasional) terdiri dari :

1. *User Charges* (Retribusi)

Dianggap sebagai sumber penerimaan tambahan, tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan efisiensi dengan menyediakan informasi atas permintaan bagi penyedia layanan publik, dan memastikan apa yang disediakan oleh penyediaan layanan publik minimal sebesar tambahan biaya (*Marginal Cost*) bagi masyarakat. Ada tiga jenis retribusi, antara lain:

- a. Retribusi perizinan tertentu (*service fees*) seperti penerbitan surat izin (pernikahan, bisnis, kendaraan bermotor) dan berbagai macam biaya yang diterapkan oleh pemerintah daerah untuk meningkatkan pelayanan. Pemberlakuan biaya/tarif kepada masyarakat atas sesuatu yang diperlukan oleh hukum tidak selalu rasional.
- b. Retribusi jasa umum (*Public Prices*) adalah penerimaan pemerintah daerah atas hasil penjualan barang-barang privat, dan jasa. Semua penjualan jasa yang disediakan di daerah untuk dapat diidentifikasi secara pribadi dari biaya manfaat publik untuk memberikan tarif atas fasilitas hiburan/rekreasi. Biaya tersebut seharusnya diatur pada tingkat kompetisi swasta, tanpa pajak, dan subsidi, di mana itu merupakan cara yang paling efisien dari pencapaian tujuan kebijakan publik, dan akan lebih baik lagi jika pajak subsidi dihitung secara terpisah.
- c. Retribusi jasa usaha (*specific benefit charges*) secara teori, merupakan cara untuk memperoleh keuntungan dari pembayar pajak yang kontras seperti pajak bahan bakar minyak atau pajak Bumi, dan Bangunan.

## 2. *Property Taxes* (pajak Bumi, dan Bangunan)

Pajak Property (PBB) memiliki peranan yang penting dalam hal keuangan pemerintah daerah, pemerintah daerah di kebanyakan negara berkembang akan mampu mengelola keuangannya tapi hak milik berhubungan dengan pajak property. Jika pemerintah daerah diharapkan untuk memerankan bagian penting dalam keuangan sektor jasa (contoh: pendidikan, kesehatan), sebagaimana seharusnya mereka akan membutuhkan akses untuk sumber penerimaan yang lebih elastis.

## 3. *Excise Taxes* (pajak cukai)

Pajak cukai berpotensi signifikan terhadap sumber penerimaan daerah, terutama pada alasan administrasi, dan efisiensi. Terutama cukai terhadap pajak kendaraan. Pajak tersebut jelas dapat dieksploitasi lebih lengkap daripada yang biasanya terjadi di sebagian besar negara yaitu dari perspektif administratif berupa pajak bahan bakar, dan pajak otomotif. Pajak bahan bakar juga terkait penggunaan jalan, dan efek eksternal seperti kecelakaan kendaraan, polusi, dan kemacetan. Swastanisasi jalan tol pada prinsipnya dapat melayani fungsi pajak manfaat, didasarkan pada fitur umur dan ukuran mesin kendaraan (mobil lebih tua, dan lebih besar biasanya memberikan kontribusi lebih kepada polusi), lokasi kendaraan (mobil di kota-kota menambah polusi, dan kemacetan), sopir catatan (20 persen dari driver bertanggung jawab atas 80 persen kecelakaan), dan terutama bobot roda kendaraan (berat kendaraan yang pesat lebih banyak kerusakan jalan, dan memerlukan jalan yang lebih mahal untuk membangun).

#### 4. *Personal income Taxes* (Pajak Penghasilan)

Di antara beberapa negara di mana pemerintah subnasional memiliki peran pengeluaran besar, dan sebagian besar otonom fiskal adalah negara-negara Nordik. Pajak pendapatan daerah ini pada dasarnya dikenakan pada sebuah flat, tingkat daerah didirikan pada basis pajak yang sama sebagai pajak pendapatan nasional dan dikumpulkan oleh pemerintah pusat.

#### **2.1.2. Pengawasan**

Pengawasan merupakan fungsi manajemen yang sangat berkaitan erat dengan pencapaian tujuan organisasi, sehingga pengawasan dalam organisasi apapun menjadi mutlak dilakukan. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh G.R. Terry (2007, hal. 15) yang mengatakan bahwa: “Dalam rangka pencapaian tujuan suatu organisasi, termasuk negara sebagai organisasi kekuasaan terbesar seyogyanya menjalankan fungsi-fungsi manajemen yang terdiri dari: perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), memberi dorongan (actuating), dan pengawasan (controlling).”

Jadi pengawasan penting untuk dilaksanakan, mengingat pengawasan tersebut dapat mempengaruhi hidup/matinya suatu organisasi atau birokrasi, dan untuk melihat apakah pelaksanaan pekerjaan telah sesuai dengan rencana, perintah, tujuan, dan kebijaksanaan dalam upaya mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Berdasarkan Keputusan Direktorat Jenderal Pajak No. KEP-232/PJ/2022 tentang sistem pengawasan pelaksanaan pemeriksaan pajak, menerangkan:

1. Bahwa kegiatan pemeriksaan pajak merupakan salah satu alat pengawasan dalam rangka menguji kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan.
2. Bahwa untuk dapat meningkatkan profesionalisme dan kinerja aparat.
3. Bahwa berdasarkan a dan b diatas perlu menetapkan Keputusan Direktorat Jenderal Pajak tentang sistem pengawasan kinerja pemeriksaan pajak.

#### **2.1.2.1. Fungsi Pengawasan**

Adapun fungsi pengawasan yang dimaksud adalah untuk mengetahui apakah penggunaan anggaran yang telah ditetapkan dalam perencanaan dapat terarah secara efektif dan efisien terhadap sarasannya sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

#### **2.1.2.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengawasan**

Ada beberapa faktor yang membuat pengawasan semakin diperlukan oleh sebuah organisasi. Menurut Handoko (2012, hal 366) adalah sebagai berikut:

1. Perubahan lingkungan organisasi
2. Peningkatan kompleksitas organisasi
3. Kesalahan-kesalahan
4. Kebutuhan manajer untuk mendelegasikan wewenang kepada bawahannya, tanggung jawab itu sendiri tidak berkurang.

### **2.1.2.3. Tujuan dan Proses Pengawasan**

Tujuan pengawasan di instansi pemerintahan daerah adalah sebagai berikut:

1. Agar terlaksananya penyelenggaraan pengelolaan keuangan daerah secara ekonomis, efektif, dan efisiensi.
2. Tidak terjadi penyimpangan atau hambatan-hambatan pelaksanaan keuangan daerah.
3. Terlaksananya tugas umum pemerintah dan pembangunan secara tertib di instansi pemerintahan daerah.

Terwujudnya tujuan yang dikehendaki oleh organisasi sebenarnya tidak lain merupakan tujuan dari pengawasan. Oleh karena itu, pengawasan mutlak diperlukan dalam pencapaian waktu tujuan tertentu.

Proses pengawasan dapat berjalan dengan efektif dan efisiensi apabila didukung oleh sistem yang baik daripada pengawasan, menurut T. Hani Handoko (2008, hal 362) adalah sebagai berikut:

1. Menetapkan standart pelaksanaan (perencanaan)
2. Penentuan pengukuran pelaksanaan kegiatan
3. Pengukuran pelaksanaan kegiatan nyata
4. Pembanding pelaksanaan kegiatan dengan standar penganalisaan penyimpangan-penyimpangan
5. Pengambilan tindakan koreksi bila perlu.

### **2.1.3. Anggaran Sebagai Alat Pengawasan**

Menurut Nafarin (2007, hal. 30) anggaran merupakan suatu alat pengawasan yang mengevaluasi atau menilai pelaksanaan pekerjaan dengan cara membandingkan target dengan realisasinya sehingga pelaksanaan aktivitas dapat dinilai kinerjanya. Dengan adanya anggaran, maka standart kerja sudah ada. Untuk mencapai suatu anggaran yang lebih efektif, maka diperlukannya pengawasan untuk menjamin tindakan apabila terjadi suatu penyimpangan yang merugikan.

### **2.1.4. Pajak**

Pajak secara umum dapat diartikan sebagai iuran dari rakyat kepada pemerintah yang bersifat wajib (dapat dipaksakan) berdasarkan Undang-Undang dengan tidak mendapat jasa timbal balik atau kontraprestasi yang langsung ditunjukkan dan yang digunakan untuk membiayai pengeluaran umum dan dalam rangka menyelenggarakan pemerintah. Dalam hal balas jasa, pemerintah mewujudkannya kepada masyarakat dalam bentuk pemeliharaan keamanan dan ketertiban, pemberian subsidi barang kebutuhan pokok, tempat peribadatan dan pembangunan lainnya disegala bidang.

#### **2.1.4.1. Definisi Pajak**

Ada banyak definisi pajak yang dikemukakan para ahli dari sudut pandang yang berbeda. Beberapa pendapat mengenai definisi pajak yang dikemukakan oleh Mardiasmo (2011, hal. 23) bahwa definisi pajak yaitu: "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 Soemitro (2011, hal. 1) bahwa: “Iuran 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 adalah peralihan kekayaan dari pihak rakyat kepada kasnegara untuk membiayai pengeluaran rutin dan surplusnya digunakan untuk *public saving* yang merupakan sumber utama untuk membiayai *public investment*.

#### **2.1.4.2. Fungsi Pajak**

Menurut Ilyas dan Burton (2007, hal. 10), fungsi pajak dapat dibedakan atas beberapa jenis. Adapun fungsi pajak tersebut adalah :

- 1) Fungsi budgetair, disebut juga fungsi fiskal, yaitu fungsi untuk mengumpulkan uang pajak sebanyak-banyaknya sesuai dengan Undang-undang berlaku yang pada waktunya akan digunakan untuk membiayai pengeluaran-pengeuaran negara, yaitu pengeluaran rutin dan pengeluaran pembangunan dan bila ada sisa (surplus) akan digunakan sebagai tabungan pemerintah untuk investasi pemerintah.
- 2) Fungsi regulierend, adalah suatu fungsi bahwa pajak-pajak tersebut akan digunakan sebagai suatu alat untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu yang letaknya diluar bidang keuangan.
- 3) Fungsi demokrasi, yaitu fungsi yang merupakan salah satu penjelmaan atau wujud sistem gotong royong, termasuk kegiatan pemerintah dan

pembangunan demi kemaslahatan manusia. Fungsi demokrasi pada masa sekarang ini sering dikaitkan dengan hak seseorang apabila akan memperoleh pelayanan dari pemerintah. Apabila seseorang telah melakukan kewajibannya membayar pajak kepada negara sesuai ketentuan yang berlaku, maka ia mempunyai hak pula untuk mendapatkan pelayanan yang baik dari pemerintah.

- 4) Fungsi distribusi, yaitu fungsi yang lebih menekankan pada unsur pemerataan dan keadilan dalam masyarakat.

#### **2.1.4.3. Karakteristik atau Ciri-Ciri Pajak**

Setelah kita mengetahui definisi tentang pajak, dan fungsi pajak. Maka kita juga perlu mengetahui ciri-ciri pajak yang melekat pada definisi tersebut. Menurut Zain (2005, hal. 12) bahwa ciri-ciri pajak adalah sebagai berikut :

- 1) Pajak dipungut oleh negara baik oleh pemerintah pusat maupun oleh pemerintah daerah berdasarkan atas undang-undang serta aturan pelaksanaannya.
- 2) Pemungutan pajak mengisyaratkan adanya alih dana (sumber) dari sektor swasta (wajib pajak membayar pajak) ke sektor negara (pemungut atau administrator pajak).
- 3) Pemungut pajak diperuntukan bagi keperluan pembiayaan umum pemerintah dalam rangka menjalankan fungsi pemerintahannya, baik rutin maupun pembangunan.
- 4) Tidak dapat ditunjukkan adanya imbalan (kontraprestasi) individual oleh pemerintah tahap pembayaran pajak yang dilakukan oleh wajib pajak.

5) Selain fungsi budgeter (anggaran) yaitu fungsi mengisi pembiayaan penyelenggaraan pemerintah, pajak berfungsi pula sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan negara dalam lapangan ekonomi dan sosial (fungsi regulerend atau mengatur).

#### **2.1.4.4. Pengertian, Jenis Pemungutan Pajak di Indonesia**

Menurut Pasal 1 Angka 49 UU Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah Dan Retribusi Daerah, “Pemungutan adalah suatu rangkaian kegiatan mulai dari penghimpunan data objek dan subjek pajak atau retribusi, penentuan besarnya pajak atau retribusi yang terutang sampai kegiatan penagihan pajak atau retribusi kepada Wajib Pajak atau Wajib Retribusi serta pengawasan penyetorannya”. Pemungutan pajak dilarang diborongkan, setiap wajib pajak wajib membayar pajak yang terutang berdasarkan surat ketetapan pajak atau dibayar sendiri oleh wajib pajak berdasarkan peraturan perundang-undangan perpajakan. Adapun jenis pungutan pajak di Indonesia yaitu sebagai berikut :

a. Jenis pajak provinsi terdiri atas:

- 1) Pajak Kendaraan Bermotor
- 2) Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor
- 3) Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor
- 4) Pajak Air Permukaan; dan
- 5) Pajak Rokok

b. Jenis pajak kabupaten/kota terdiri atas:

- 1) Pajak Hotel
- 2) Pajak Hiburan

- 3) Pajak Reklame
- 4) Pajak Penerangan Jalan
- 5) Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan
- 6) Pajak Parkir
- 7) Pajak Air Tanah
- 8) Pajak Sarang Burung Walet
- 9) Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan; dan
- 10) Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan

#### **2.1.4.5. Sistem Pemungutan Pajak**

Menurut Mardiasmo (2011, hal. 7) sistem pemungutan pajak terbagi menjadi tiga yaitu :

##### *a. Official Assesment System*

Sistem pemungutan pajak yang memberi kewenangan kepada pemerintah (fiskus) untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh wajib pajak.

Ciri-cirinya :

- 1) Wewenang untuk menentukan besarnya pajak terutang ada pada fiskus.
- 2) Wajib pajak bersifat pasif.
- 3) Utang pajak timbul setelah dikeluarkan surat ketetapan pajak oleh fiskus.

##### *b. Self Assesment System*

Sistem pemungutan yang memberi wewenang kepada wajib pajak untuk menentukan sendiri besarnya pajak yang terutang.

Ciri-cirinya :

- 1) Wewenang untuk menentukan besarnya pajak terutang ada pada wajib pajak sendiri.
- 2) Wajib pajak aktif, mulai dari menghitung, menyetor dan melaporkan sendiri pajak yang terutang.
- 3) Fiskus tidak ikut campur dan hanya mengawasi.

*c. With Holding System*

Sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pihak ketiga (bukan fiskus dan bukan wajib pajak yang bersangkutan) untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh wajib pajak.

Ciri-cirinya: Wewenang menentukan besarnya pajak yang terutang ada pada pihak ketiga, pihak selain fiskus dan wajib pajak.

## **2.1.5. Pajak Reklame**

### **2.1.5.1. Pengertian Pajak Reklame**

Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. 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.

Termasuk dalam pengertian reklame adalah merek, simbol logo perusahaan yang merupakan tanda/inisial atau lambang perusahaan yang tidak dapat dipergunakan oleh setiap perusahaan, sehingga dengan simbol/logo tersebut dapat dengan mudah dikenal orang (umum).

Reklame Yang Tidak Dikenakan Pajak:

- a. Reklame Partai Politik, Organisasi Kemasyarakatan, Media massa, Pemerintah, Perwakilan Diplomatik, Konsulat, dll. (non komersil)
- b. komersil)
- c. Reklame Tempat Ibadah dan Panti Asuhan. (non komersil)
- d. Reklame luas 0,25 m<sup>2</sup> atau kurang pada ketinggian 0 s/d 15 meter.
- e. Reklame yang dibagikan gratis dan berguna bagi penerimanya.

Langkah / Tahap Pengurusan Izin Reklame Papan Kecil (Luas < 6 meter persegi) dan Reklame Kain Di DKI Jakarta:

- a. Pemohon mengisi formulir SPOPD Reklame dan formulir Pernyataan diberi materai Rp. 6.000
- b. Pemohon menyerahkan formulir dan berkas persyaratan kepada petugas (fotokopi berkas SKPD & Izin lama, fotokopi KTP, foto lokasi, Desain reklame, fotokopi PBB, surat izin pemilik tempat, dll).
- c. Petugas melakukan pengecekan dan membuat SKPD Reklame di Komputer sistem reklame.
- d. Pemohon membayar SKPD Pajak Reklame di Kantor Perbendaharaan dan Kas Daerah (Kasda) serta Membayar
- e. Jaminan Bongkar di Bank DKI (bila ada).
- f. Pemohon Menyerahkan bukti pembayaran SKPD kepada petugas yang telah divalidasi dan ditandatangani petugas Kasda.
- g. Petugas membuat Surat Izin Reklame di Komputer untuk reklame papan atau kendaraan masa pajak 1 tahun atau lebih.
- h. Pemohon membawa SKPD, Surat Izin dan Penning / Stempel Pajak Reklame.

Keterangan Singkatan:

a.SKPD : Surat Keterangan Pajak Daerah

b.SPOPD : Surat Pendaftaran Objek Pajak Daerah

Tambahan:

- a. Untuk perpanjangan / memperpanjang izin reklame caranya tidak jauh berbeda dengan mengurus izin reklame baru.
- b. Pajak reklame pada kendaraan (mobil) ditambah melampirkan STNK Mobil dan foto mobil tersebut.
- c. Jenis reklame : papan / billboard, kain, pamflet, poster, stiker, kendaraan, balon udara, megatron, suara, video, dan lain sebagainya.

Peraturan Daerah / Perda No. 2 Tahun 2004 Tentang Pajak Reklame di Wilayah Propinsi DKI Jakarta. Objek Pajak Reklame, Penyelenggaraan reklame:

- a. Reklame papan, billboard, megatron, videotron, large electronic display (LED).
- b. Reklame kain
- c. Reklame melekat / Sticker / Stiker
- d. Reklame selebaran
- e. Reklame berjalan termasuk pula pada kendaraan
- f. Reklame udara
- g. Reklame suara
- h. Reklame film
- i. Reklame peragaan

Pengecualian Objek Pajak Reklame:

- a. Reklame internet, televisi, radio, warta harian, mingguan, bulanan dan sejenisnya.
- b. Reklame yang diselenggarakan oleh pemerintah pusat dan pemerintah daerah.
- c. Reklame yang sidebar memberi manfaat / bermanfaat bagi yang menerima.
- d. Reklame partai politik / parpol dan organisasi kemasyarakatan / ormas.
- e. Reklame yang diselenggarakan perwakilan diplomatik, perwakilan konsulat, perwakilan PBB serta badan-badan khususnya badan atau lembaga organisasi internasional pada lokasi badan-badan dimaksud.
- f. Reklame tempat ibadah dan tempat panti asuhan.
- g. Reklame informasi kepemilikan tanah dan peruntukan tanah dengan luas tidak lebih dari 0,25 meter persegi di atas tanah tersebut.
- h. Reklame yang memuat nama dan atau pekerjaan orang atau perusahaan yang menempati tanah atau bangunan di tempat reklame berada:
  - 1) ketinggian 0-15 meter luas reklame tidak lebih dari 0,25 meter persegi.
  - 2) ketinggian 15-30 meter luas reklame tidak lebih dari 0,50 meter persegi
  - 3) ketinggian 30-45 meter luas reklame tidak lebih dari 0,75 meter persegi.
  - 4) ketinggian 45 meter lebih luas reklame tidak lebih dari 1 meter persegi.

Subjek Pajak Reklame yaitu Orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan atau melakukan pemasangan reklame. Wajib Pajak Reklame (WP) Orang pribadi, badan, atau pihak ketiga / agen reklame yang menyelenggarakan reklame.

### **2.1.5.2. Dasar Pengenaan Pajak Reklame (DPP).**

Nilai Sewa Reklame berdasarkan:

- a. Lokasi penempatan reklame yang terbagi atas daerah protokol, ekonomi dan lingkungan (ditetapkan dalam keputusan gubernur).
- b. Jenis reklame
- c. Jangka waktu penyelenggaraan
- d. Ukuran media reklame

Tarif Pajak Reklame yaitu 25% (dua puluh lima persen) dan Rumus Menghitung Pokok Pajak Reklame adalah  $\text{Tarif} \times \text{DPP}$  (Dasar Pengenaan Pajak) Ketentuan Tarif Lain:

- a. Reklame rokok dan minuman alkohol ditambah 25% dari pokok pajak.
- b. Reklame yang menambah ketinggian sampai dengan 15 meter ditambah 20% dari pokok pajak 15 meter pertama.

Nilai Sewa Reklame pada Pajak Reklame:

- a. Reklame kain: umbul-umbul, spanduk dan sejenisnya nilai sewa reklame sama dengan reklame papan.
- b. Reklame tempel atau stiker / sticker: Rp. 5 per cm persegi atau sekurang-kurangnya Rp. 500.000 setiap penyelenggaraan.
- c. Reklame berjalan atau reklame kendaraan: Rp. 5.000 per meter persegi perhari.
- d. Reklame udara: Rp. 2.000.000 perperagaan maksimal 1 bulan
- e. Reklame suara: Rp. 1.000 per 15 detik
- f. Reklame film atau slide: Rp. 5.000 per 15 detik dengan suara dan Rp. 2.000 per 15 detik tanpa suara.

- g. Reklame peragaan: Rp. 12.000 perhari atau minimal Rp. 400.000 untuk peragaan di luar ruangan yang bersifat permanen dan Rp. 200.000 untuk peragaan yang tidak permanen.
- h. Reklame indoor / dalam ruangan sama seperti reklame peragaan namun mendapat potongan 50%
- i. Reklame papan, billboard, videotron, LED per 1 meter persegi perhari:
  - 1) Protokol A: Rp. 15.000
  - 2) Protokol B: Rp. 10.000
  - 3) Protokol C: Rp. 8.000
  - 4) Ekonomi kelas I: Rp. 5.000
  - 5) Ekonomi kelas II: Rp. 3.000
  - 6) Ekonomi kelas III: Rp. 2.000
  - 7) Lingkungan: Rp. 1.000

Penjelasan Tambahan mengenai pajak reklame:

- a. Pengertian reklame termasuk juga merek, simbol logo perusahaan yang merupakan tanda atau inisial atau lambang perusahaan yang dapat mudah dikenali orang.
- b. Reklame papan: tinsplate, poster, wrapping, dan yang ditempel-tempel ke dinding, pagar, tiang dan lain sebagainya.
- c. Reklame Kain: bendera, krey, umbul-umbul dari bahan kain, karet, karung, dan lain-lain.
- d. Reklame kendaraan: Kapal laut, kereta api / KA, pesawat udara, dan sebagainya.

- e. Reklame yang berguna contohnya seperti gantungan kunci, kancing, dan lain sebagainya yang dibagikan secara cuma-cuma alias gratis.

## 2.2. Penelitian Terdahulu

Sehubungan dengan penelitian tentang anggaran sebagai alat pengawasan pajak reklame, maka berikut ini akan disajikan beberapa penelitian terdahulu yang merupakan tambahan referensi dalam melakukan penelitian ini yang dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

| No | Peneliti  | Judul Penelitian   | Rumusan Masalah  | Hasil Penelitian   |
|----|---|--|--|--|
| 1  | Budi Handoko(2016)  | Analisis Penerapan Anggaran dalam Meningkatkan Pengawasan Pajak Reklame Di Kabupaten Berau   | Apakah penerapan anggaran dalam meningkatkan pengawasan pajak reklame Di Kabupaten Berau sudah memadai ?   | Penerapan anggaran dalam meningkatkan pengawasan pajak reklame Di Kabupaten Berau sudah memadai.   |
| 2  | Niluh Made Wesya Nugrahani, Sri Mangesti Rahayu, Devi Farah Azizah (2014) | Analisis Sistem Dan Prosedur Pengawasan Pajak Reklame Dalam Upaya Mendukung Pengendalian Intern (Studi Pada Dinas Pendapatan Dan Pengelolaan Keuangan Kota Surabaya) | Bagaimana penerapan sistem dan prosedur pengawasan pajak reklame dalam upaya mendukung pengendalian intern pada Dinas Pendapatan Dan Pengelolaan Keuangan Kota Surabaya? | Analisis pengendalian intern berkaitan penilaian risiko ini disebabkan adanya faktor eksternal dari Wajib Pajak atau Penyelenggara Reklame. ditandai dengan belum adanya kesadaran dari pemilik persil. Dinas Pendapatan dan Pengelolaan Keuangan Kota Surabaya menemukan masih kurang adanya kesadaran pemilik persil untuk mengajukan permohonan izin penyelenggaraan reklame maupun perizinan lokasi. |

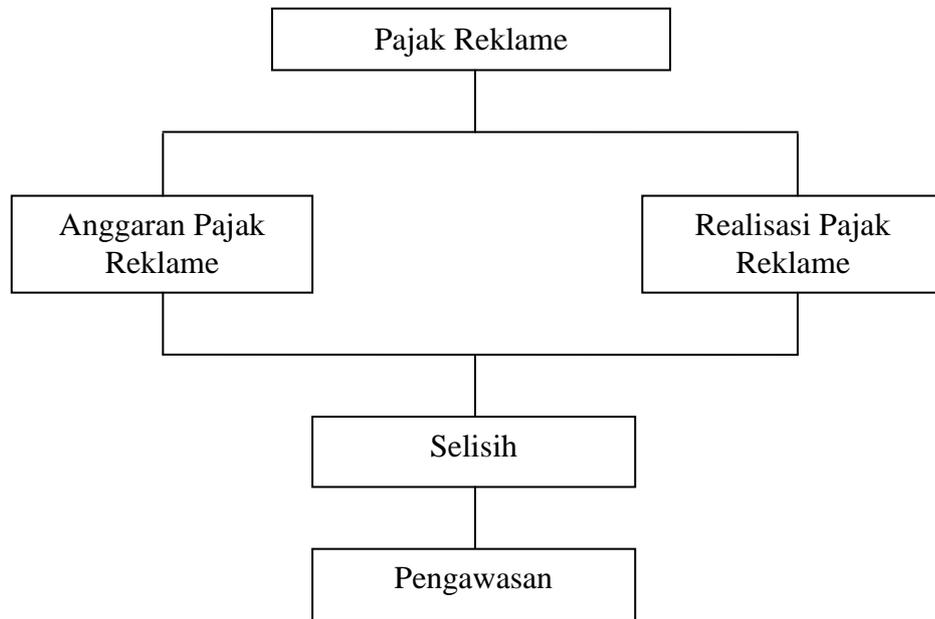
|   |              |   |   |   |
|---|--------------|---|---|---|
| 3 | Arisma(2016) | Analisis Pengawasan pajak reklame pada dinas pendapatan Daerah kota pekanbaru | Bagaimana penerapan pengawasan pajak Reklamedi Pekanbaru? | Kontribusi pajak reklame terhadap PAD Kota Pekanbaru di tahun 2010 mencapai 10,77%, kemudian di tahun 2011 pencapaian pajak reklame terhadap PAD mengalami penurunan sebesar 4,93% yakni sebesar 5,84%. Kemudian tahun 2012 kontribusi pajak reklame dengan PAD terjadi penurunan sebesar 1,45% atau mencapai 4,39%.. |
|---|--------------|---|---|---|

### 2.3. Kerangka Berfikir

Penerimaan dari sektor pajak adalah sumber pendapatan terbesar Negara yang ditetapkan dalam anggaran daerah masing-masing sebagai daerah otonomi. Adapun anggaran pajak yang ditetapkan diupayakan pemerintah daerah untuk dapat terpenuhi, hal ini berkaitan dengan sumber dana untuk pembangunan daerah sebagian besar bersumber dari pajak. Selain itu untuk menjaga agar perolehan pajak sesuai dengan anggaran atau target yang telah ditetapkan maka dilakukan pengawasan. Pengawasan pajak bertujuan untuk pelaksanaan serta pemungutan pajak berjalan sesuai dengan penerapannya. Dengan adanya pengawasan pemungutan pajak yang terus meningkat, maka diharapkan realisasi juga harus tercapai atau terpenuhi. Dalam hal ini, pengawasan diperlukan untuk mengukur suatu pencapaian realisasi pajak reklame dengan cara membandingkan selisih antara anggaran penerimaan pajak reklame dengan realisasi penerimaan pajak reklame pada Dinas Pendapatan Kota Medan.

Dengan pencapaian jumlah pajak yang sesuai dengan target pajak, menunjukkan pelaksanaan pengawasan pajak berjalan dengan lancar, serta hal ini

akan memberikan kelancaran bagi pelaksanaan program pembangunan daerah. Berkaitan dengan analisis anggaran sebagai alat pengawasan pajak reklame maka kerangka berfikir dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.1  
Kerangka Berfikir

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Pendekatan Penelitian**

Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui penerapan variabel yang diteliti sehingga diperoleh kesimpulan yang berlaku secara umum. Adapun dalam penelitian ini dilakukan analisis anggaran sebagai alat pengawasan pajak reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan.

#### **3.2. Defenisi Operasional Variabel**

Adapun definisi operasional variabel yang ada dalam penelitian ini yaitu anggaran sebagai alat pengawasan pajak reklame.

Anggaran sebagai alat pengawasan pajak reklame dimana anggaran dijadikan sebagai alat untuk menilai apakah perencanaan pencapaian realisasi pajak reklame yang dituangkan dalam anggaran dapat berjalan sesuai dengan yang telah ditetapkan atau tidak. Dengan membandingkan selisih antara anggaran dengan realisasi yang merupakan alat ukur untuk mengetahui apakah pengawasan pajak reklame sudah berjalan dengan baik atau tidak.

### 3.3. Tempat dan Waktu Penelitian

#### 3.3.1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan yang merupakan dinas pemerintah yang berwenang mengelola perpajakan daerah dan beralamat di Jl.Abdul Haris Nasution No. 32 Medan.

#### 3.3.2. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian direncanakan pada bulan Juli 2017 sampai dengan Oktober 2017. Untuk jelasnya dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 3.1  
Schedule Proses Penelitian

| No | Jenis Kegiatan      | Tahun 2017 |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |         |   |   |   |
|----|---------------------|------------|---|---|---|---------|---|---|---|-----------|---|---|---|---------|---|---|---|
|    |                     | Juli       |   |   |   | Agustus |   |   |   | September |   |   |   | Oktober |   |   |   |
|    |                     | 1          | 2 | 3 | 4 | 1       | 2 | 3 | 4 | 1         | 2 | 3 | 4 | 1       | 2 | 3 | 4 |
| 1. | Pengajuan Judul     |            |   |   | ■ | ■       | ■ | ■ |   |           |   |   |   |         |   |   |   |
| 2. | Penyusunan Proposal |            |   |   |   | ■       | ■ | ■ | ■ |           |   |   |   |         |   |   |   |
| 3. | Seminar Proposal    |            |   |   |   |         |   | ■ | ■ |           |   |   |   |         |   |   |   |
| 4. | Penulisan Skripsi   |            |   |   |   |         |   |   |   | ■         | ■ | ■ | ■ |         |   |   |   |
| 5. | Bimbingan Skripsi   |            |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   | ■ | ■       | ■ | ■ |   |
| 6. | Sidang Meja Hijau   |            |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |         |   |   | ■ |

#### 3.4. Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini yaitu Data kualitatif dan kuantitatif yang diperoleh melalui berbagai macam teknik pengumpulan data dengan melakukan wawancara pada pihak yang berwenang dalam hal ini Sucilawati Yano, S.Psi selaku Kasubid Pembukuan dan Pelaporan, analisis dokumen diskusi atau observasi. Data kualitatif berfungsi untuk mengetahui kualitas dari sebuah objek

yang akan diteliti sedangkan kuantitatif untuk mengetahui kuantitas dari sebuah objek yang akan diteliti.

Sedangkan sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer dan sekunder yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan nara sumber".Peneliti memperoleh data primer penelitian melalui wawancara dengan pihak personalia perusahaan dan memberikan kuesioner untuk diisi oleh pegawaidari bagian keuangan pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan.

### **3.5. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk mengumpulkan data yang sesuai dengan kebutuhan, penulis menggunakan metode pengumpulan data dengan cara yaitu :

1. Interview atau wawancara, yaitu dengan melakukan tanya jawab dengan subjek [yang berkaitan dengan analisis anggaran sebagai alat pengawasan pajak reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan.
2. Studi dokumentasi, yaitu mempelajari dokumen-dokumen yang terkait dengan masalah atau data penelitian seperti laporan jumlah anggaran dan realisasi pajak reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan.

### **3.6. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan penulis adalah metode analisis deskriptif, yaitu suatu teknik analisis dengan cara mengumpulkan, mengklarifikasi data yang relevan dengan masalah yang diteliti untuk kemudian mengambil kesimpulan dari hasil yang diteliti.

Adapun tahapan dalam penelitian yang dilakukan berkaitan dengan analisis anggaran sebagai alat pengawasan pajak reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan yaitu sebagai berikut :

1. Menghitung jumlah anggaran dan realisasi pajak reklame.
2. Menganalisis jumlah penyimpangan penerimaan pajak reklame.
3. Menganalisis peningkatan penerimaan pajak daerah bersumber dari pajak reklame.
4. Menganalisis fungsi pengawasan pajak reklame.
5. Membuat kesimpulan dari hasil penelitian.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Hasil Penelitian**

##### **4.1.1. Penetapan Anggaran Pajak Reklame Pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan**

Berdasarkan Undang–Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi 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.

Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Dengan demikian pajak reklame itu sendiri dapat diartikan secara singkat adalah pajak atau pungutan daerah atas penyelenggara reklame di tempat tersedianya reklame tersebut. Pengenaan pajak reklame tidak mutlak ada pada seluruh daerah kabupaten atau kota yang ada di Indonesia. Hal ini disebabkan karena penyelenggaraan daerah otonom sehingga daerah mempunyai kewenangan untuk mengenakan atau tidak mengenakan suatu jenis pajak Kabupaten / Kota. Pembangunan Kabupaten / Kota diseluruh Indonesia tentu tidak sama, demikian juga dengan penyelenggaraan pajak reklame, oleh karena itu untuk dapat menerapkan pada suatu daerah Kabupaten / Kota pemerintah daerah setempat harus mengeluarkan peraturan daerah tentang pajak reklame yang nantinya akan

menjadi landasan atau pedoman hukum operasional dalam teknis pelaksanaan penentuan anggaran pajak reklame di daerah kabupaten / kota tersebut.

Adapun dasar hukum pemungut pajak reklame telah diatur pada Undang – Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. dan Keputusan Walikota Medan Nomor 9 Tahun 2014 tentang Pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Medan Nomor 12 Tahun 2013 tentang Pajak Daerah Kota Medan yang dimana dalam isinya terdapat pernyataan yang menyatakan bahwa Kepala Daerah atau pejabat dapat memberikan persetujuan kepada Wajib Pajak untuk mengangsur pajak terutang dan menunda pembayaran pajak sampai batas waktu yang ditentukan setelah memenuhi persyaratan yang ditentukan dengan dikenakan bunga sebesar 2 % (dua persen) dari jumlah pajak yang belum kurang bayar.

Anggaran pajak reklame disesuaikan dengan jumlah wajib pajak reklame yang menggunakan jasa reklame. Besarnya jumlah pajak reklame yang belum tertagih sangat besar, hal ini disebabkan banyaknya jumlah wajib pajak yang tidak memenuhi kewajibannya dalam membayar pajak reklame. Adapun hal tersebut dapat diketahui berdasarkan Data Wajib Pajak Reklame Daerah Kota Medan untuk tahun 2012 sampai tahun 2016 seperti berikut ini :

Tabel 4.1.  
Data Wajib Pajak Reklame Daerah Kota Medan  
Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan  
Tahun 2012 Sampai Tahun 2016

| <b>Tahun</b> | <b>Objek Perizinan Pajak Reklame</b> |
|--------------|--------------------------------------|
| 2012         | 3.792                                |
| 2013         | 4.388                                |
| 2014         | 3.052                                |
| 2015         | 3.582                                |
| 2016         | 5.265                                |

Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2016 ternyata jumlah wajib pajak badan bidang Reklame yang tidak melaporkan kewajiban pajaknya mengalami peningkatan dan penurunan. Adapun pengertian wajib pajak yang menyetor, melaporkan kewajiban perpajakan baik SPT Masa dan SPT Tahunan tepat waktu, benar dan lengkap. Terjadinya peningkatan terhadap jumlah wajib pajak badan bidang Reklame yang tidak melaporkan kewajiban pajaknya menunjukkan bahwa kepatuhan pemenuhan kewajiban wajib pajak dari wajib pajak badan bidang Reklame masih belum sesuai dengan yang diharapkan tentang kepatuhan untuk pembayaran pajak sebagai pemasukan kas Negara.

Dimana pada tahun 2012 jumlah wajib pajak yang mendapat izin pajak reklamennya berjumlah 3.792. Selanjutnya pada tahun 2013 jumlah wajib pajak yang mendapat izin pajak reklamennya berjumlah 4.388. Untuk tahun 2014 jumlah wajib pajak yang mendapat izin pajak reklamennya berjumlah 53.052. Sedangkan tahun 2015 jumlah wajib pajak yang mendapat izin pajak reklamennya berjumlah 3.582, selanjutnya pada tahun 2016 jumlah wajib pajak yang mendapat izin pajak reklamennya berjumlah 5.265.

Tidak tercapainya target penerimaan pajak Reklame tahun 2012 sampai tahun 2016 dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu kurangnya kesadaran wajib pajak dalam membayar pajaknya, dimana wajib pajak cenderung berusaha menghindari pembayaran pajaknya dengan cara menunda-nunda pembayaran pajak. Disamping itu juga dapat disebabkan karena berkurangnya efektivitas pemungutan pajak Reklame yang dilakukan petugas pajak untuk lebih maksimal lagi dalam memungut pajak Reklame.

Berdasarkan jumlah wajib pajak reklame yang ada, maka disusun anggaran pajak reklame yang akan ditargetkan. Adapun anggaran pajak reklame Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2016 dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.2  
Anggaran Pajak Reklame Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan  
Tahun 2012 sampai dengan tahun 2016

| <b>Tahun</b> | <b>Anggaran Penerimaan Pajak Reklame</b> |
|--------------|--|
| 2012         | 56.161.250.000                           |
| 2013         | 69.161.250.000                           |
| 2014         | 35.308.417.000                           |
| 2015         | 49.095.950.000                           |
| 2016         | 89.852.375.000                           |

Sumber : Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan, 2017.

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa anggaran penerimaan Pajak dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2016 mengalami fluktuasi kenaikan dan penurunan disesuaikan dengan jumlah wajib pajak reklame setiap tahunnya. pada tahun 2012 penerimaan pajak reklame yang dianggarkan sebesar Rp. 56.161.250.000 yang kemudian ditingkatkan menjadi sebesar Rp. 69.161.250.000 pada tahun 2013. Selanjutnya pada tahun 2014 anggaran pajak reklame mengalami penurunan menjadi sebesar Rp. 35.308.417.000 disebabkan berkurangnya jumlah wajib pajak reklame. namun pada tahun 2015 jumlah pajak reklame yang dianggarkan sebesar Rp. 49.095.950.000 dikarenakan adanya peningkatan jumlah wajib pajak yang menggunakan jasa reklame. Hingga pada tahun 2016 jumlah anggaran pajak reklame menjadi sebesar Rp. 89.852.375.000 karena meningkatnya wajib pajak reklame.

Adapun tata cara pendataan dan pendaftaran menjadi wajib pajak reklame untuk mendapatkan jasa reklame adalah :

- 1) Pendaftaran dilakukan terhadap subjek pajak yang berdomisili di dalam maupun di luar wilayah daerah dan memiliki objek pajak di daerah;
- 2) Kegiatan pendaftaran diawali dengan mempersiapkan formulir pendaftaran dan diberikan kepada subjek pajak;
- 3) Subjek pajak wajib mengisi formulir pendaftaran dengan jelas, lengkap dan benar serta mengembalikannya ke Dinas Pendapatan Daerah;
- 4) Formulir pendaftaran yang dikembalikan oleh subjek pajak dicatat dalam daftar induk Wajib Pajak secara berurutan, yang nantinya akan digunakan sebagai Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).

Namun ada juga beberapa objek pajak reklame yang tidak dikenakan pajak atau dikecualikan yaitu penyelenggaraan reklame yang tidak dipungut bayaran, misalnya reklame yang diselenggarakan dalam rangka sosialisasi program pemerintah, upacara adat dan kegiatan keagamaan.

#### **4.1.2. Pelaksanaan Pengawasan Pajak Reklame Pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan**

Pengawasan terhadap penerimaan pajak pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan, dilakukan oleh Seksi Perencanaan dan Analisa Pengendalian Pengawasan yang dilakukan terdiri dari pengawasan preventif dan represif. Selain Sub / Seksi Dinas, terdapat pula pengawasan ekstern yaitu yang dilakukan oleh Petugas atau Badan dari luar Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan. Dalam

menerapkan pengawasan preventif dan represif, terdapat suatu proses yang dilakukan Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan. Adapun prosedur pengawasan Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan dalam melakukan pengawasan terhadap penetapan pajak reklame adalah sebagai berikut :

a. Menetapkan Alat Pengukuran (Standar)

Untuk menilai hasil kerja pegawai, maka suatu perusahaan harus mempunyai alat pengukuran atau standar. Pengukuran tersebut ditetapkan dengan tujuan untuk menilai pelaksanaan atau hasil pekerjaan bawahan.

b. Mengadakan penilaian (Evaluasi)

Penilaian dilakukan untuk mengevaluasi hasil kerja pegawai dengan cara membandingkan hasil pekerjaan dengan standar yang telah ditetapkan atau ditentukan. Adapun penilaian yang dilakukan yaitu dengan menghitung jumlah wajib pajak reklame yang terdaftar dan melaporkan kewajiban pajaknya dengan jumlah wajib pajak yang tidak melaporkan kewajibannya. Selanjutnya menghitung pertumbuhan jumlah wajib pajak setiap tahunnya untuk mengetahui perencanaan jumlah target pajak sesuai penambahan jumlah wajib pajak.

c. Mengadakan Tindakan Perbaikan (*Corrective Action*)

Tindakan perbaikan adalah suatu tindakan yang diambil untuk memperbaiki penyimpangan atau kesalahan yang terjadi, sehingga penyimpangan-penyimpangan tersebut dapat dikurangi atau bahkan dihilangkan.

Adapun tindakan perbaikan yang dilakukan yaitu dengan mengadakan sosialisasi baik langsung maupun tidak langsung kepada wajib pajak untuk

memberikan pengertian pentingnya kesadaran wajib pajak dalam memenuhi kewajiban pajaknya agar dapat membayar pajak tepat waktu.

Adapun kegiatan pengawasan yang dilakukan Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan dalam melakukan pengawasan pajak reklame adalah sebagai berikut:

#### **a. Pengawasan Preventif**

Pengawasan preventif adalah pengawasan pajak reklame yang dilakukan sebelum dilaksanakan dan bertujuan untuk mencegah terjadinya kekeliruan atau kesalahan dalam penagihan pajak reklame. Hal ini dilakukan oleh Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan melalui cara sebagai berikut:

- 1) Menentukan peraturan-peraturan yang berhubungan dengan sistem, prosedur dan tata kerja.
- 2) Membuat program kerja, dalam hal ini Anggaran Penerimaan Pajak.
- 3) Menentukan kedudukan, tugas, wewenang dan tanggung jawab.
- 4) Mengorganisasikan segala macam kegiatan, penempatan pegawai dan pembagian kerja
- 5) Menentukan sistem koordinasi, pelaporan dan pemeriksaan.
- 6) Menetapkan sanksi terhadap pegawai yang melanggar peraturan.

#### **b. Pengawasan Represif**

Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan, dalam hal ini Seksi Perencanaan dan analisa Pengendalian melakukan juga pengawasan represif, yaitu pengawasan yang dilakukan setelah adanya pelaksanaan pekerjaan. Maksud diadakannya pengawasan ini adalah untuk menjamin kelangsungan pelaksanaan pekerjaan

agar hasilnya sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Pengawasan represif ini dilakukan oleh Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan dengan cara sebagai berikut:

- 1) Membandingkan antara hasil kegiatan dengan rencana yang telah ditetapkan, dalam hal ini membandingkan antara Anggaran dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame.
- 2) Mencari penyebab terjadinya penyimpangan atau kesalahan tersebut.
- 3) Memberikan penilaian terhadap hasil pekerjaan.

#### **d. Pengawasan Ekstern**

Selain kedua jenis pengawasan yang dilakukan oleh Seksi Perencanaan dan analisa Pengendalian Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan tersebut, terdapat pula pengawasan ekstern atau pengawasan dari luar yaitu pengawasan yang dilakukan oleh Petugas dari luar Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan yaitu Badan pengawas Daerah (Bawasda) dan BT dan Pemeriksa Keuangan (BPK). Pengawasan dari luar instansi Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan ini biasanya dimaksudkan untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi kerja pegawai. Pelaksanaan pengawasan prosedur pendaftaran dan pendataan pajak reklame yang cukup memadai berdasarkan pertimbangan adanya formulir yang mendukung, adanya prosedur pendataan baik secara manual maupun komputerisasi dan adanya penggunaan dokumen yang ditandatangani oleh pejabat yang berwenang.

Pada dasarnya pelaksanaan pengawasan (*controlling*) tidak dapat dilaksanakan dengan baik atau sulit dilaksanakan apabila tidak ada rencana yang

ditetapkan terlebih dahulu untuk dijadikan pedoman di dalam pelaksanaan kegiatan atau pengawasan. Sehubungan hal di atas, Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan telah menetapkan program kerja yang harus dilaksanakan oleh setiap bagian. Dalam penyusunan program kerja tersebut diperlukan data yang lengkap. Adapun pengumpulan data merupakan tugas dari setiap kepala Sub Dinas untuk kemudian dihimpun secara tertulis dan dilaporkan kepada Kepala Dinas untuk diuji kebenarannya, diolah, dianalisis dan disusun suatu rencana kegiatan. Adapun realisasi pajak reklame Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2016 dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.2  
Realisasi Pajak Reklame Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan  
Tahun 2012 sampai dengan tahun 2016

| <b>Tahun</b> | <b>Anggaran Penerimaan Pajak Reklame</b> |
|--------------|--|
| 2012         | 25.954.919.442                           |
| 2013         | 23.348.045.567                           |
| 2014         | 10.709.910.917                           |
| 2015         | 3.551.947.419                            |
| 2016         | 17.508.256.230                           |

Sumber : Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan, 2017.

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa realisasi penerimaan Pajak dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2016 mengalami fluktuasi kenaikan dan penurunan disesuaikan dengan jumlah wajib pajak reklame setiap tahunnya. pada tahun 2012 penerimaan pajak reklame sebesar Rp. 25.954.919.442 yang kemudian mengalami penurunan menjadi sebesar Rp. 6923.348.045.567 pada tahun 2013. Selanjutnya pada tahun 2014 realisasi pajak reklame mengalami penurunan kembali menjadi sebesar Rp. 10.709.910.917 disebabkan berkurangnya jumlah wajib pajak reklame. Namun pada tahun 2015 jumlah pajak reklame yang

teralisasi sebesar Rp. 3.551.947.419 dikarenakan adanya penurunan jumlah wajib pajak yang membayar kewajibannya. Hingga pada tahun 2016 jumlah realisasi pajak reklame meningkat kembali menjadi sebesar Rp. 17.508.256.230 karena meningkatnya jumlah wajib pajak reklame yang membayar kewajibannya.

## 4.2. Pembahasan

### 4.2.1. Perbandingan Anggaran dan Realisasi Pajak Reklame Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan

Penerimaan pajak reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan secara keseluruhan masih kurang baik, dapat dilihat dari Anggaran penerimaan pajak reklame selalu ditetapkan di awal periode oleh Kepala Badan atas pertimbangan dari berbagai pihak, khususnya dari seksi Perencanaan, Seksi anggaran dan seksi Analisa dan Pengendalian. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat selisih anggaran dan realisasi pajak dalam sektor pajak reklame dalam penerimaan pajak daerah Kota Medan yang disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.3  
Perbandingan Anggaran dan Realisasi Pajak Reklame  
Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan  
Tahun 2012 sampai tahun 2016.

| Tahun | Anggaran Penerimaan Pajak Reklame | Realisasi Penerimaan Pajak Reklame | Pencapaian Realisasi dari Anggaran Pajak Reklame |
|-------|-----------------------------------|------------------------------------|--|
| 2012  | 56.161.250.000                    | 25.954.919.442                     | 46,21  |
| 2013  | 69.161.250.000                    | 23.348.045.567                     | 33,76  |
| 2014  | 35.308.417.000                    | 10.709.910.917                     | 21,81  |
| 2015  | 49.095.950.000                    | 3.551.947.419                      | 7,23   |
| 2016  | 89.852.375.000                    | 17.508.256.230                     | 19,49  |

Sumber : Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan, 2017.

Berdasarkan data dapat diketahui bahwa pencapaian perolehan target realisasi yang cukup besar antara anggaran dan realisasi pajak reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2016. Hal ini dapat dilihat pada tahun 2012 dimana anggaran pajak reklame sebesar Rp. 56.161.250.000 sedangkan realisasi perolehan pajak reklame sebesar Rp. 25.954.919.442 yang menunjukkan pencapaian perolehan target sebesar 46,21 %. Sementara itu pada tahun 2013 dimana anggaran pajak reklame sebesar Rp. 69.161.250.000 sedangkan pencapaian perolehan target pajak reklame sebesar Rp. 23.348.045.567 yang menunjukkan pencapaian perolehan target sebesar 33,76 %.

Begitu juga pada tahun 2014 dimana anggaran pajak reklame sebesar Rp. 35.308.417.000 sedangkan realisasi perolehan pajak reklame sebesar Rp. 10.709.910.917 yang menunjukkan pencapaian perolehan target sebesar 21,81 %. Selanjutnya pada tahun 2015 dimana anggaran pajak reklame sebesar Rp. 49.095.950.000 sedangkan realisasi perolehan pajak reklame sebesar Rp. 3.551.947.419 yang menunjukkan pencapaian perolehan target sebesar 7,23 %. Sementara itu pada tahun 2016 dimana anggaran pajak reklame sebesar Rp. 89.852.375.000 sedangkan realisasi perolehan pajak reklame sebesar Rp. 17.508.256.230 yang menunjukkan pencapaian perolehan target sebesar 19,49 %. Pencapaian realisasi pajak yang tidak sesuai dengan anggaran menunjukkan bahwa kinerja perolehan pajak sangat kurang baik. Hal ini dapat menyebabkan penurunan pendapatan daerah untuk membangun perekonomian yang juga akan mengalami hambatan.

#### **4.2.2. Upaya yang Dilakukan dalam Meningkatkan Pengawasan Pajak Reklame**

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan di Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan dan dengan melihat data yang berhasil penulis peroleh dari Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan telah melaksanakan kewajibannya dalam hal upaya peningkatan penerimaan pajak reklame. Adapun upaya yang dilakukan oleh Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan :

- a. Melakukan pendataan terhadap wajib pajak sehingga data yang disampaikan dapat lebih mendekati akuratisasi data.
- b. Melakukan Koordinasi dengan bendahara SKPD yang ada di lingkungan Pemko Medan, selaku Wajib Pungut dalam hal pemungutan Pajak Reklame atas kegiatan yang dilakukan oleh SKPD terkait.
- c. Melakukan Koordinasi dengan SKPD yang terkait perizinan, antara lain dengan Dinas Industri dan Perdagangan dan BPPT, dalam hal menjaring Wajib Pajak Baru, yang mana arus terlebih dahulu terdaftar dan memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak Daerah (NPWPD) dalam rangka pengurusan Izin Usaha Baru. Untuk Wajib Pajak Lama, terlebih dahulu harus melunasi pajak terutangnya untuk dapat memperpanjang izin usaha.
- d. Membentuk Tim Terpadu berdasarkan SK Walikota Medan No. 503/078/2013 tentang Tim Terpadu Penegakan Peraturan Daerah Terhadap Jasa reklame dalam Rangka Peningkatan Pendapatan Daerah. Hasil nyata yang diperoleh sejak terbentuknya Tim Terpadu ini adalah meningkatnya PAD yang berasal dari pembayaran pajak terutang Wajib Pajak.

- e. Memfungsikan pengawasan dari Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan dan bekerjasama dengan administrasi terkait / Tim Terpadu (Dinas Industri dan Perdagangan, Satpol PP, Polisi, Kejaksaan dan Kodim) dengan tujuan untuk melaksanakan penagihan kepada wajib pajak khususnya wajib pajak yang tidak taat membayar pajak, bagi wajib pajak terutang, menunggak dan sekaligus peninjauan data lapangan yang sebenarnya.
- f. Mengadakan peninjauan ulang atau mendata ulang apabila terjadi kesalahan dalam pemeriksaan. Agar tidak terjadi kesalahan dalam pendataan, apabila dilakukan peninjauan kembali atau meneliti data dengan benar sehingga tidak adanya lagi kesalahan–kesalahan dalam perhitungan besar pajak yang seharusnya terutang.
- g. Pemeriksaan wajib pajak secara terus dilakukan dengan menggunakan *self assessment system* dan juga *official assessment*. Pemeriksaan secara *self assessment system* digunakan untuk memeriksa objek pajak reklame yang tergolong reklame jangka panjang, sedangkan pemeriksaan yang menggunakan *official assessment system* digunakan untuk memeriksa objek pajak reklame yang tergolong reklame biasa–biasa saja.
- h. Melakukan pengawasan secara rutin kepada wajib pajak, hal ini dilakukan guna untuk menghindari adanya penyimpangan atau adanya data yang tidak benar disampaikan oleh wajib pajak.

Satu hal yang bisa dicermati, bahwa tidak tercapainya pemungutan keseluruhan dari pajak reklame yang sudah ditargetkan untuk daerah kota Medan ini diduga belum optimalnya mekanisme atau prosedur pemungutan yang dilakukan pihak Dispenda selaku unsur pelaksana dan penanggung jawab dalam

bidang pengelolaan keuangan daerah, sehingga satuan unit kerja yang terkait dengan kegiatan pemungutan pajak reklame belum mampu mencapai target penerimaan sesuai yang diharapkan.

Selain itu juga ditemukan fenomena di lapangan seperti kurang patuhnya wajib pajak reklame insidentil dimana pembayaran untuk pajak reklame yang insidentil ternyata tidak melaporkan atau melakukan pembayaran pajaknya sebagaimana mestinya. Hal ini dapat diketahui berdasarkan jumlah realisasi pajak yang masih belum tertagih dari tahun 2012 sampai tahun 2016 dengan jumlah yang cukup besar.

Melalui upaya-upaya yang telah dan sedang dilakukan oleh Dinas Pendapatan Kota Medan, diharapkan untuk tahun-tahun berikutnya realisasi penerimaan Pajak Reklame dapat mencapai ataupun melebihi target penerimaan pajak Reklame yang telah ditetapkan. Dengan adanya peningkatan tersebut, maka akan meningkatkan pendapatan daerah yang bersumber dari pajak, sehingga dapat mendukung pelaksanaan pembangunan di daerah. Oleh karena itu, diperlukan adanya kerjasama antara petugas dan masyarakat yang menjadi wajib pajak yaitu dengan meningkatkan setoran pajak dari setoran yang lama, melaksanakan pembayaran sesuai dengan waktu dan menuangkan temuan yang ada dilapangan sesuai dengan hasil verifikasi agar tujuan yang ingin dicapai oleh pemerintah daerah dapat terlaksana sesuai dengan yang telah direncanakan.

Pelaksanaan penagihan dan pemungutan pajak reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Medan yaitu dengan mensosialisasikan serta menganjurkan pembayaran pajak reklame tepat waktu bagi wajib pajak yang menyetorkan

sendiri pajak reklamenya serta melakukan penagihan dengan mendatangi objek-objek pajak reklame apabila waktu pembayaran telah jatuh tempo.

Dinas Pendapatan Daerah kota Medan berupaya agar pelaksanaan penagihan dan pemungutan pajak reklame berjalan dengan baik, namun pada realisasinya masih juga terdapat penunggakan pajak reklame dari wajib pajak yang belum disetor walaupun waktu jatuh tempo pembayaran telah lewat. Hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan pengawasan pajak reklame belum sesuai. Adapun faktor yang menyebabkan pelaksanaan pengawasan pajak reklame belum sesuai yaitu kurangnya kesadaran dari wajib pajak akan kewajibannya dalam membayar pajak serta pentingnya peranan pajak reklame untuk pembangunan di daerah kota Medan. Selain itu Dinas Pendapatan Daerah kota Medan juga masih kurang maksimal dalam upaya mensosialisasi pentingnya peranan pajak serta pentingnya ketepatan waktu pembayaran pajak dari wajib pajak agar terhindar dari denda pajak.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan uraian dan analisa yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, maka penulis mengambil beberapa kesimpulan dan saran yang mencakup penilaian skripsi ini.

#### **5.1. Kesimpulan**

Adapun kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame atau pungutan daerah atas penyelenggaraan reklame
2. Pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan mekanisme pengawasan pajak reklame sudah dilakukan dengan maksimal.
3. Potensi penerimaan pajak reklame mengalami penurunan dikarenakan banyaknya WP yang tidak patuh dengan kewajibannya.
4. Adapun masalah yang dihadapi oleh Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan yaitu tingkat kesadaran wajib pajak yang masih rendah, masih ada beberapa tunggakan-tunggakan pajak reklame yang belum dibayar wajib pajak, sulit menemui pimpinan yang menyelenggarakan objek reklame, masih adanya petugas Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan yang masih belum bekerja secara efektif dan kurang tegasnya peraturan daerah dalam mengatur pajak daerah dapat diselesaikan dengan baik.
5. Adapun upaya yang dilakukan Dinas Pendapatan Daerah untuk mengatasi masalah yang dihadapi sehingga penerimaan meningkat adalah melakukan

pendataan terhadap wajib pajak, memfungsikan pengawasan dari Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan dan bekerjasama dengan Tim Terpadu (Dinas Parawisata, Satpol PP, Polisi, Kejaksaan, Kodim) untuk melaksanakan penagihan, mengadakan peninjauan ulang apabila terjadi kesalahan dalam pendataan, melakukan pemeriksaan terhadap wajib pajak, melakukan pengawasan secara rutin kepada wajib pajak untuk menghindari adanya data yang tidak benar disampaikan wajib pajak.

## **5.2. Saran**

Adapun saran-saran yang dapat penulis sampaikan demi kelancaran operasional perusahaan dimasa yang akan datang adalah sebagai berikut ;

1. Dinas pendapatan Daerah Kota Medan harus dapat menciptakan kerjasama yang baik terhadap sesama pegawai maupun kepada masyarakat agar wajib pajak tahu mereka membayar pajak berarti mereka turut serta membiayai pembangunan daerah untuk kesejahteraan masyarakat
2. Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan harus mengelola pajak daerah sesuai dengan Undang–Undang Perpajakan yang berlaku dengan baik dan benar serta selalu menjaga sifat yang jujur, sopan dan tegas dalam melakukan pelayanan terhadap wajib pajak.
3. Harus dilakukan upaya-upaya oleh Pemerintah Kota Medan untuk meningkatkan pengawasan penerimaan pajak reklame melalui Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan yaitu dengan melakukan pemeriksaan secara efektif terhadap usaha yang dijalankan wajib pajak, penagihan tunggakan–tunggakan pajak dan penggaliaan potensi pajak.

4. Harus diadakan peningkatan kerja petugas-petugas yang berkaitan dengan bidang penyuluhan, bidang penagihan dan pengawasan pajak.
5. Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan harus menambah sarana dan prasarana yang ada.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arisma (2016). *Analisis Pemungutan Pajak Reklame Pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru*.
- Kurniawan, Iwan, dan Akbar, R. Jihad, (2013), *Penerimaan Pajak di Bawah Target APBN-P*, <http://bisnis.news.viva.co.id/news/read/379102-penerimaan-pajak-di-bawah-target-apbn-p-2012>
- Manurung, Surya, (2013), *Kompleksitas Kepatuhan Pajak*, <http://www.pajak.go.id/content/article/kompleksitas-kepatuhan-pajak>
- Mardiasmo, (2011), *Perpajakan*, Edisi Revisi, Andi, Yogyakarta.
- Nafarin, M. (20). *Penganggaran Perusahaan*. Edisi Ketiga. Salemba Empat, Jakarta.
- Niluh Made Wesya Nugrahani, Sri Mangesti Rahayu, Devi Farah Azizah (2014). *Analisis Sistem Dan Prosedur Pemungutan Pajak Reklame Dalam Upaya Mendukung Pengendalian Intern (Studi Pada Dinas Pendapatan Dan Pengelolaan Keuangan Kota Surabaya)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 15 No. 1 Oktober 2014.
- Rahayu, Siti Kurnia, (2010), *Perpajakan Indonesia: Konsep dan Aspek Formal*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Saragih, Rudiansyah (2013). *Pengantar Perpajakan*. Edisi Ketiga. Alfabeta, Bandung.
- Sayugo Adi Purwanto (2016). *Pengaruh Pajak Reklame Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Di Kabupaten Berau*. STIE Muhammadiyah Tanjung Redeb Jurnal Ekonomi Manajemen Vol. 10 No. 1, Januari 2016
- Siagian, Sondang P. (2013). *Perpajakan Indonesia*. Edisi Ketiga, Salemba Empat, Jakarta
- Siahaan, Marihot P. (2015). *Perpajakan*. Edisi Revisi, Erlangga, Jakarta.
- Suandy, Erly, (2011), *Perpajakan*. Edisi Revisi. CV. Alfabeta, Bandung
- Sugiyono, (2012), *Metode Penelitian Bisnis*, CV. Alfabeta, Bandung.
- Suhartono, Rudy, dan Ilyas, Wirawan B, (2010), *Ensiklopedia Perpajakan*, Salemba Empat, Jakarta.
- Sumitro, Rochmat, (2012). *Ensiklopedia Perpajakan*, Salemba Empat, Jakarta.
- Waluyo, (2011), *Perpajakan Indonesia*, Edisi 10, Salemba Empat, Jakarta.

## DAFTAR WAWANCARA

Dengan segala kerendahan hati, saya mohon bantuan Bapak/Ibu untuk mengisi angket ini dengan sejujur-jujurnya, untuk keperluan mengenai **“Analisis Anggaran Sebagai Alat Pengawasan Pajak Reklame Pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan”**. Semoga bantuan Bapak/Ibu akan memberikan manfaat bagi kita semua. Sebelum dan sesudahnya saya ucapkan terima kasih.

## PETUNJUK MENJAWAB

Tandailah salah satu jawaban yang menurut Bapak/Ibu benar dengan mengikuti langkah-langkah dibawah ini :

1. Bacalah semua pertanyaan berikut ini dengan baik dan seksama.
2. Jawablah semua pertanyaan dari setiap bagian dengan cara memberikan tanda (√) pada salah satu kolom hasil observasi, pastikan semua pertanyaan telah Bapak/Ibu jawab

Nama Responden :

Jabatan :

Waktu : Oktober 2017

Tanda tangan : .....

| No | Unsur Wawancara   | Ya | Tidak | Argumen  |
|----|---|----|-------|--|
| 1  | Apakah Pajak Reklame merupakan pendapatan yang cukup besar untuk penerimaan pajak daerah? | √  |       | Ya benar, walaupun bukan penerimaan pajak daerah yang terbesar.                          |
| 2  | Apakah objek Pajak Reklame adalah pajak untuk pemasangan reklame saja ?                   | √  |       | Ya benar.  |
| 3  | Adakah objek pajak reklame yang tidak dikenakan pajak Reklame ?                           | √  |       | Ya ada.  |
| 4  | Kalau ada apa contoh objek pajak yang tidak dikenakan pajak Reklame                       |    |       | Reklame internet, televisi, radio, warta harian, mingguan, bulanan dan sejenisnya        |
| 5  | Apakah penentuan anggaran pajak reklame telah sesuai dengan yang sebenarnya ?             |    | √     | Tidak, masih ada sejumlah pajak reklame yang tidak sesuai jumlahnya dengan realisasinya. |

|    |   |   |   |   |
|----|---|---|---|---|
| 6  | Apakah pengawasan penagihan pajak reklame mengalami kendala ?                 | √ |   | Ya, kendala yang dihadapi pada umumnya karena wajib pajak yang kurang memenuhi kewajibannya membayar pajak reklame.                           |
| 7  | Apakah anggaran sebagai alat pengawasan pajak reklame?                        | √ |   | Ya benar.   |
| 8  | Apakah target pajak reklame telah sesuai dengan realisasinya ?                |   | √ | Tidak sepenuhnya sesuai, karena jumlah anggaran dan realisasi pajak masih terdapat selisih yang menunjukkan adanya pajak yang belum tertagih. |
| 9  | Apa yang menyebabkan realisasi tidak sesuai dengan target pajak reklame ?     |   |   | Secara umum dikarenakan masih kurangnya kesadaran wajib pajak dalam membayar pajaknya tepat waktu.  |
| 10 | Apakah pihak fiskus telah berhasil dalam mensosialisasi tentang pajak reklame |   | √ | Tidak seluruhnya berhasil, hal ini diketahui karena masih adanya wajib pajak reklame yang tidak melaporkan dan membayar kewajiban pajaknya.   |