

**ANALISIS EFEKTIFITAS DAN KONTRIBUSI PENERIMAAN  
PAJAK REKLAME DALAM MENINGKATKAN  
PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD) DI  
KOTA BINJAI**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S.Ak)  
Program Studi Akuntansi*



**Oleh :**

**Nama : NURUL HASANAH  
NPM : 1305170024  
Program Studi : AKUNTANSI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2017**

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal ini dengan judul : **“ANALISIS EFEKTIFITAS DAN KONTRIBUSI PEMUNGUTAN PAJAK REKLAME DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD) KOTA BINJAI”**. Sebagai persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara .

Dalam menyelesaikan proposal ini, penulis menerima bimbingan serta bantuan dari berbagai pihak, baik secara moril maupun materiil sehingga skripsi ini dapat diselesaikan sebagaimana mestinya. Teristimewa kepada kedua orang tua tercinta ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Ayahanda Sudiono dan Ibunda Poniseh yang selalu mendoakan, memberikan dukungan sepenuhnya dan semangat yang tak henti-hentinya, serta abang dan adik penulis Dedi Lesmono dan Uswatun Qori'ah yang memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Maka pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Agussani, MAP., Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

2. Bapak H. Januri SE, MM, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Ibu Fitriani Saragih, S.E., M.Si., Selaku Ketua Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Zulia Hanum, S.E., M.Si, Selaku Sekretaris Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu HJ. Hafsa SE., M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak/Ibu dosen dan para staf pengajar di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan pendidikan dan pengetahuan kepada penulis.
7. Seluruh pegawai biro Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Akuntansi di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Bapak/Ibu pimpinan dan seluruh staf atau karyawan Badan Pengelolaan Keuangan Pendapatan dan Aset Daerah yang telah membantu dan mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini.
9. Kepada sahabat-sahabat penulis seperti : Susan, Rini, Risa, Rudi, Fajri dan Munawar. Serta seluruh teman-teman Akuntansi A Pagi yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah banyak membantu, mengkritik, dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

10. Dan kepada adik-adik kos penulis seperti : Asda, Vivi, Sari, Mael, Novi, Ika, Dina, Arsyah, Putri, dan Ifroh yang telah memberikan semangat dan dukungan tiada hentinya baik secara moril maupun materil.

Mengingat terbatasnya pengetahuan dan kemampuan yang ada, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan tangan terbuka, penulis sangat mengharapkan segala kritik dan saran yang bertujuan untuk penyempurnaan penulisan skripsi ini.

Semoga kebaikan semua pihak tersebut di atas mendapatkan balasan dari Allah Subhanahu Wa Ta'ala, Amin. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pihak yang membacanya.

*Billahi fis sabilihak fastabiqul ghairat, wassalamu alaikum wr.wb*

**Medan, Oktober 2017**  
**Penulis**

**Nurul Hasanah**  
**1305170024**

# DAFTAR ISI

Halaman

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah .....	8
D. Tujuan Penelitian .....	8
E. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>10</b>
A. Uraian Teori .....	10
1. Pendapatan Asli Daerah .....	10
a. Pengertian Pendapatan Asli Daerah .....	10
b. Jenis-Jenis Pendapatan Asli Daerah.....	11
2. Pajak Daerah .....	11
a. Pengertian Pajak Daerah .....	11
b. Jenis-jenis Pajak Daerah .....	13
3. Pajak Reklame.....	17
a. Pengertian Pajak Reklame.....	17
b. Jenis-Jenis Reklame dan Ruang Lingkup Pajak Reklame ...	19

c. Objek dan Subjek Pajak Reklame .....	21
d. Tarif dan Dasar Pengenaan Pajak Reklame.....	22
4. Efektivitas .....	24
5. Kontribusi.....	25
B. Penelitian Terdahulu .....	26
C. Kerangka Berfikir .....	27

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN..... 29**

A. Pendekatan Penelitian .....	29
B. Definisi Operasional Variabel.....	29
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	31
D. Jenis dan Sumber Data.....	32
1. Jenis Data.....	32
2. Sumber Data.....	33
E. Teknik Pengumpulan Data.....	33
F. Teknik Analisis Data.....	34

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 36**

<b>A. Hasil Penelitian.....</b>	<b>36</b>
1. Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame di Kota Binjai.....	36
2. Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame di Kota Binjai.....	38
<b>B. Pembahasan.....</b>	<b>40</b>
1. Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Binjai.....	40
2. Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Binjai.....	42

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....45**

A. Kesimpulan .....	45
B. Saran .....	46

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel I.1	Pencapaian Target dan Realisasi Pajak Reklame Kota Binjai Tahun 2012-2016 .....	5
Tabel I.2	Tingkat Kontribusi Pajak Reklame Tahun 2012-2016.....	6
Tabel III.1	Klasifikasi Penetapan Efektivitas.....	30
Tabel III.2	Klasifikasi Penetapan Kontribusi.....	31
Tabel III.3	Jadwal Penelitian.....	32
Tabel IV.1	Target dan Realisasi Pajak Reklame di BPKPAD Kota Binjai Tahun 2012-2016.....	38
Tabel IV.2	Kriteria Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame di Kota Binjai pada Tahun 2012-2016.....	40
Tabel IV.3	Kriteria Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame di Kota Binjai pada Tahun 2012-2016.....	42





## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1. Kerangka Berfikir .....	28

## **ABSTRAK**

**NURUL HASANAH, 1305170024, Analisis Efektivitas Dan Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Binjai, Skripsi 2017. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**

Pajak Reklame merupakan salah satu penerimaan pajak daerah. Adapun fokus masalah dalam penelitian ini adalah penyebab tingkat efektifitas penerimaan pajak reklame yang belum mencapai target dari tahun 2012 sampai dengan 2016 dan penyebab menurunnya kontribusi penerimaan pajak reklame dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2016. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penyebab tingkat efektifitas penerimaan pajak reklame Kota Binjai selama tahun 2012-2016 yang belum mencapai target dan untuk mengetahui penyebab mengapa kontribusi penerimaan pajak reklame dari tahun 2012-2016 mengalami penurunan setiap tahunnya.

Sumber data diperoleh dan dikumpulkan dari Badan Pengelolaan Keuangan Pendapatan dan Aset Daerah (BPKPAD) Kota Binjai. 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 2012-2016 masih belum efektif. Kontribusi penerimaan pajak reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) cenderung mengalami penurunan pada setiap tahunnya. Hal tersebut disebabkan karena 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 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Kondisi perekonomian negara berkembang seperti negara Indonesia tidak lepas dari adanya peran pembangunan, pembangunan nasional harus dirasakan oleh seluruh rakyat Indonesia dan merata di seluruh plosok tanah air. Berbagai macam potensi dari segala sumber daya yang ada memberikan peranan yang sangat besar dalam terwujudnya pembangunan nasional. Pemerintah daerah mempunyai kewenangan besar untuk merencanakan, merumuskan, melaksanakan, serta mengevaluasi kebijakan dan program pembangunan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat.

Pembiayaan pemerintah daerah dalam melaksanakan tugas pemerintahan dan pembangunan senantiasa memerlukan sumber penerimaan yang dapat diandalkan. Kebutuhan ini semakin dirasakan oleh daerah terutama sejak diberlakukannya otonomi daerah di Indonesia. Dengan adanya otonomi, daerah dipacu untuk dapat berkreasi mencari sumber penerimaan daerah yang dapat mendukung pembiayaan pengeluaran daerah. Sektor pajak merupakan pilihan yang sangat tepat, selain karena jumlahnya yang relatif stabil tetapi juga merupakan cerminan partisipasi aktif masyarakat dalam membiayai pembangunan. Mardiasmo (2011) mengatakan pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang dengan tiada

mendapat jasa timbal yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum. Dengan demikian pajak adalah iuran rakyat kepada negara yang digunakan untuk kepentingan masyarakat.

Pemerintah daerah baik pada tingkat Provinsi maupun Kabupaten/Kota memiliki tanggungjawab dan kewenangan yang lebih besar dalam memberikan pelayanan umum kepada masyarakatnya serta mengatur dan mengurus rumah tangga sendiri. Dengan otonomi daerah, pemerintah daerah diharapkan akan lebih mandiri dalam menentukan kebijakan dan pelaksanaan kegiatan pemerintahan di daerah tersebut tanpa campur tangan langsung oleh Pemerintah Pusat.

Salah satu sumber pendapatan daerah yang dapat digali dalam rangka peningkatan PAD adalah pajak daerah. Undang-undang tentang penerimaan daerah dan juga tentang perimbangan keuangan antara pemerintahan pusat dan daerah, menetapkan pajak daerah dan retribusi daerah sebagai sumber pendapatan asli daerah bersumber dari dalam daerah itu sendiri. Sesuai pengertiannya, pajak daerah yang selanjutnya disebut pajak, 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 kepentingan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat (Diaz, 2016). Retribusi daerah, yang selanjutnya disebut Retribusi, adalah pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan dan/atau diberikan oleh Pemerintah Daerah untuk kepentingan pribadi atau badan (Diaz, 2016).

Dasar hukum pajak daerah dan retribusi daerah (PDRD) yaitu Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 tanggal 15 September 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 130 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5049).

Dalam perkembangan zaman, seiring bertambahnya jenis produk –produk komersil yang dihasilkan masyarakat maka jenis pajak juga ikut bertambah. Jenis pajak Kabupaten/Kota menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah tersebut adalah Pajak hotel, Pajak restoran, Pajak hiburan, Pajak reklame, Pajak penerangan jalan, Pajak mineral bukan logam dan batuan, Pajak parkir, Pajak air tanah, Pajak sarang burung walet, Pajak bumi dan bangunan pedesaan dan perkotaan, dan bea perolehan hak atas tanah dan bangunan.

Sektor reklame saat ini di Indonesia merupakan bisnis yang sangat menjanjikan untuk mendapatkan keuntungan bagi pengusaha, dengan adanya bangunan reklame, maka tiap reklame tersebut akan dikenakan tarif Pajak Reklame sesuai dengan jenisnya untuk menambah Pendapatan Asli Daerah (PAD). Kota Binjai sendiri memiliki potensi cukup besar dalam bidang bisnis perdagangan. Sehingga, tidak sedikit investor membangun tempat reklame guna memanfaatkan keramaian di Kota Binjai.

Dengan semakin banyaknya tempat reklame, maka setiap objek pajak reklame dikenakan tarif pajak reklame untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Binjai. Sebagai salah satu kota yang berkembang, Binjai memiliki banyak sekali

tempat-tempat strategis untuk pemasangan reklame, baik reklame yang berupa baliho, spanduk, bahkan yang lebih canggih lagi yaitu berupa layar *Laser Compact Disk* (LCD) raksasa atau disebut juga dengan reklame megatron. Yang menjadi permasalahan saat ini adalah beberapa pemasangan reklame yang belum terselesaikan, mulai dari masalah reklame liar yang tidak memiliki surat izin sehingga mengurangi PAD.

Pajak reklame cukup potensial dalam menyumbang Pendapatan Asli Daerah. Untuk mengoptimalkan pemungutan pajak reklame maka perlu dilakukan perhitungan penerimaan pajak daerah yang akurat. Pelayanan efektif yang diberikan oleh petugas pajak diharapkan mampu menumbuhkan kesadaran wajib pajak dalam membayar pajak guna meningkatkan pembangunan daerah. Pemerintah Kota Binjai setiap tahunnya mempunyai target dalam penerimaan pajak reklame sebagai sumber pendapatan Kota Binjai. Pajak reklame ini merupakan sektor potensial, sehingga dengan adanya potensi tersebut diharapkan peningkatan realisasi dalam penerimaan pajak reklame dan kontribusi yang diberikan oleh pajak reklame ini dapat memacu pembangunan ekonomi di Kota Binjai.

Membahas terkait realisasi penerimaan pajak reklame, pelaksanaan di Kota Binjai dalam kurun waktu 5 tahun terakhir mengalami penurunan. Meski Pemerintah Daerah Kota Binjai 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 di halaman selanjutnya :

**Tabel I.1**  
**Pencapaian Realisasi Target Pajak Reklame Kota Binjai**  
**Tahun 2012-2016**

<b>Tahun</b>	<b>Target Penerimaan Pajak Reklame</b>	<b>Realisasi Penerimaan Pajak Reklame</b>	<b>Persentase</b>
2012	1.500.000.000	1.128.175.614	<b>75,21 %</b>
2013	1.200.000.000	1.005.172.286	<b>83,76 %</b>
2014	1.200.000.000	686.990.199	<b>57,25 %</b>
2015	1.200.000.000	903.112.637	<b>75,26 %</b>
2016	1.580.000.000	838.450.535	<b>53,07 %</b>

*Sumber : BPKPAD Kota Binjai*

Berdasarkan tabel di atas fenomena yang terjadi di Dispenda Kota Binjai dari tahun 2012-2016 realisasi tidak mencapai target yang ditetapkan, disamping itu juga realisasi dari tahun 2012 – 2016 cenderung menurun, sehingga realisasi penerimaan pajak tidak mencapai 100% dan tidak sesuai dengan yang sudah ditetapkan oleh pemerintah. 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 (*speding wisely*). Dan menurut Mardiasmo (2009) mengatakan bahwa “organisasi dapat dikatakan efektif bila organisasi tersebut dapat sepenuhnya mencapai target yang telah ditetapkan”.

Pendapatan Asli Daerah Kota Binjai juga cenderung mengalami naik turun dari tahun 2012-2016. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan tabel I.2 berikut:

**Tabel I.2**  
**Tingkat Kontribusi Pajak Reklame Tahun 2012-2016**

<b>Tahun</b>	<b>Realisasi Penerimaan Pajak</b>	<b>Realisasi PAD</b>	<b>Persentase</b>
2012	1.128.175.614	32.280.107.538	3,49%
2013	1.005.172.286	25.579.357.504	3,92%
2014	686.990.199	28.682.984.631	2,39%
2015	903.112.637	30.882.624.012	2,92%
2016	838.450.535	31.608.410.111	2,65%

*Sumber : BPKPAD Kota Binjai*

Berdasarkan data di atas adapun fenomena yang dapat dilihat melalui data yang diperoleh dari Badan Pengelola Keuangan Pendapatan dan Aset Daerah Kota Binjai dari tahun 2012-2016 tingkat persentase kontribusi daerah mengalami penurunan, menurunnya tingkat kontribusi terjadi dikarenakan pendapatan yang diterima oleh daerah kota Binjai dari realisasi penerimaan Pajak Reklame atau dengan kata lain sumbangan yang diberikan Pajak Reklame tidak begitu besar dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Binjai. 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 Binjai 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.

Berdasarkan keterangan dan kondisi yang ada, perlu dilakukan kajian mendalam tentang efektivitas dan kontribusi pendapatan pajak reklame sebagai upaya meningkatkan perekonomian dan pembangunan Kota Binjai. Peneliti tertarik mengambil judul:

**“ANALISIS EFEKTIFITAS DAN KONTRIBUSI PENERIMAAN PAJAK REKLAME DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD) KOTA BINJAI”.**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang mempengaruhi peningkatan pendapatan asli daerah adalah sebagai berikut :

1. Tidak tercapainya target dengan realisasi penerimaan Pajak Reklame Kota Binjai dari tahun 2012-2016.
2. Belum efektifnya penerimaan Pajak Reklame mulai dari tahun 2012-2016.
3. Kontribusi penerimaan pajak reklame dari tahun 2012-2016 masih rendah dan menurun setiap tahunnya.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka rumusan masalah dalam hal ini adalah:

1. Apakah yang menyebabkan tingkat efektifitas penerimaan pajak reklame Kota Binjai selama tahun 2012-2016 belum mencapai target?
2. Apakah yang menyebabkan kontribusi penerimaan pajak reklame dari tahun 2012-2016 mengalami penurunan setiap tahunnya?

### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui penyebab tingkat efektifitas penerimaan pajak reklame Kota Binjai selama tahun 2012-2016 belum mencapai target.
2. Untuk mengetahui penyebab mengapa kontribusi penerimaan pajak reklame dari tahun 2012-2016 mengalami penurunan setiap tahunnya.

## **E. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat berdasarkan hal-hal berikut:

### **1. Bagi Penulis**

Diharapkan agar penulis mendapatkan pengetahuan mengenai efektifitas pemungutan pajak reklame dan kontribusinya dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Binjai.

### **2. Bagi Badan Pengelola Keuangan Pendapatan dan Aset (BPKPAD) Kota Binjai**

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan dan acuan bagi BPKPAD Kota Binjai dalam melaksanakan realisasi pajak reklame guna untuk mengetahui keefektifannya dan kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Binjai.

### **3. Bagi Akademis**

Diharapkan penelitian ini menjadi bahan referensi yang berguna dalam memahami efektifitas dan kontribusi pajak reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Binjai.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Uraian Teori**

##### **1. Pendapatan Asli Daerah (PAD)**

###### **a. Pengertian Pendapatan Asli Daerah (PAD)**

Pendapatan merupakan pos penting dari laporan keuangan dan juga merupakan tolak ukur berhasilnya suatu perusahaan atau instansi dalam mengelola sumber daya yang dimilikinya. Pendapatan daerah yang berasal dari semua penerimaan kas daerah dalam periode tertentu menjadi hak daerah. Setelah dilaksanakan sistem otonomi, setiap daerah memiliki wewenang untuk mengatur daerahnya masing – masing dengan mengidentifikasi sektor – sektor potensial untuk menggerakkan pembangunan daerah, terutama melalui potensi pendapatan asli daerah (PAD).

Pengertian Pendapatan Asli Daerah menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 yaitu sumber keuangan daerah yang digali dari wilayah daerah yang bersangkutan yang terdiri dari hasil pajak daerah, hasil retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pusat dan Daerah Pasal I angka 18 bahwa “Pendapatan Asli Daerah, selanjutnya disebut PAD adalah pendapatan yang diperoleh daerah yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai

dengan peraturan perundang-undangan”. Dengan kata lain pendapatan asli daerah merupakan pendapatan yang diterima oleh pemerintah daerah atas segala potensi yang ada pada daerah tersebut dan sifatnya dapat dipaksakan karena adanya peraturan daerah yang disesuaikan dengan peraturan perundang-undangan.

#### **b. Jenis-Jenis Pendapatan Asli Daerah**

Menurut Undang – Undang Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah menyatakan bahwa, pendapatan asli daerah terdiri atas: (1) hasil pajak daerah, (2) hasil retribusi daerah, (3) hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan (4) lain – lain PAD yang sah.

### **2. Pajak Daerah**

#### **a. Pengertian Pajak Daerah**

Menurut MARIHOT (2010) Pajak adalah :

Pungutan dari masyarakat oleh negara (pemerintah) berdasarkan undang-undang yang bersifat dapat dipaksakan dan terutang oleh yang wajib membayarnya dengan tidak mendapat prestasi kembali (kontra prestasi/balas jasa) secara langsung, yang hasilnya digunakan untuk membiayai pengeluaran negara dalam penyelenggaraan pemerintah dan pembangunan.

Hal ini menunjukkan bahwa pajak adalah pembayaran wajib yang dikenakan berdasarkan undang-undang yang tidak dapat dihindari bagi yang berkewajiban dan bagi mereka yang tidak mau membayar pajak dapat dilakukan paksaan.

Menurut Marihot (2010), Pajak Daerah adalah :

Iuran wajib yang dilakukan oleh daerah kepada orang pribadi atau badan tanpa imbalan langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah.

Dengan demikian, pajak daerah merupakan pajak yang ditetapkan oleh pemerintah daerah dengan peraturan daerah (Perda), yang wewenang pemungutannya dilaksanakan oleh pemerintah daerah dan hasilnya digunakan untuk membiayai pengeluaran pemerintah daerah dalam melaksanakan penyelenggaraan pemerintah dan pembangunan di daerah.

Menurut Peraturan Walikota Binjai No. 10 Tahun 2012 Tentang Perubahan Atas Peraturan Walikota No. 30 Tahun 2011 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Binjai No. 3 Tahun 2011 Tentang Pajak Daerah Pasal I Angka 11, menerangkan bahwa Pajak Daerah, yang selanjutnya disebut Pajak adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terhutang 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.

Dasar hukum pajak daerah dan retribusi daerah (PDRD) yaitu Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 tanggal 15 September 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 130 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5049). Undang-Undang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (UU PDRD) mempunyai tujuan :

1. Memberikan kewenangan yang lebih besar kepada daerah dalam perpajakan dan retribusi sejalan dengan semakin besarnya tanggung jawab Daerah dalam penyelenggaraan pemerintahan dan pelayanan kepada masyarakat.
2. Meningkatkan akuntabilitas daerah dalam penyediaan layanan dan penyelenggaraan pemerintah dan sekaligus memperkuat otonomi daerah.
3. Memberikan kepastian bagi dunia usaha mengenai jenis-jenis pungutan daerah dan sekaligus memperkuat dasar hukum pemungutan pajak daerah dan retribusi daerah.

#### **b. Jenis-Jenis Pajak Daerah**

Menurut Peraturan Walikota Binjai No. 10 Tahun 2012 BAB II Pasal

2, menyebutkan jenis-jenis pajak daerah Kabupaten/Kota terdiri dari:

##### **1. Pajak Hotel**

Adalah pajak atas pelayanan yang disediakan oleh hotel. Menurut Peraturan Walikota Binjai No. 10 Tahun 2012 Hotel adalah fasilitas

penyedia jasa penginapan/ peristirahatan termasuk jasa terkait lainnya dengan dipungut bayaran, yang mencakup jasa motel, losmen, gubuk pariwisata, wisma pariwisata, pesanggrahan, rumah penginapan dan sejenisnya, serta rumah kos dengan jumlah kamar lebih dari 10 (sepuluh). Dengan tarif pajak sebesar 10 %.

## 2. Pajak Restoran

Adalah pajak atas pelayanan yang disediakan oleh restoran. Menurut Peraturan Walikota Binjai No. 10 Tahun 2012 Restoran adalah fasilitas penyedia makanan dan /atau minuman dengan dipungut bayaran, yang mencakup juga rumah makan, kafetaria, kantin, warung, bar, dan sejenisnya termasuk jasa boga/katering. Dengan tarif pajak sebesar 10 %.

## 3. Pajak Hiburan

Adalah pungutan daerah atas penyelenggaraan hiburan. Hiburan adalah semua jenis pertunjukan, permainan, ketangkasan, dan atau keramaian dengan nama dan bentuk apapun yang ditonton atau dinikmati oleh setiap orang dengan dipungut bayaran, tidak termasuk penggunaan fasilitas untuk berolah raga. Pajak Hiburan dipungut berdasarkan Peraturan Daerah No. 9 Tahun 2001 tentang Pajak Hiburan. Penyelenggara hiburan adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan hiburan baik untuk dan atas nama sendiri atau untuk dan atas nama pihak lain yang



menjadi tanggungannya. Subyek pajak ini adalah orang pribadi atau badan yang menonton dan atau menikmati hiburan dan objek pajaknya adalah semua penyelenggaraan hiburan.

#### 4. Pajak Reklame

Adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Menurut Peraturan Walikota Binjai No. 10 Tahun 2012 Reklame adalah benda, alat pembuatan, atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, dipergunaan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memuji suatu barang, jasa atau orang, ataupun untuk mencari perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau dapat dilihat, dibaca dan atau didengarkan dari suatu tempat umum kecuali yang perlukan oleh pemerintah. Subyek pajak ini adalah orang pribadi atau badan hukum yang menyelenggarakan atau memesan reklame, sedangkan obyek pajak ini adalah semua penyelenggaraan reklame. Tarif pajak ini ditetapkan sebesar 25% dari nilai sewa reklame.

#### 4. Pajak Penerangan Jalan

Adalah pajak atas penggunaan tenaga listrik, dengan ketentuan bahwa di wilayah daerah tersebut tersedia penerangan jalan, yang rekeningnya dibayar oleh pemerintah daerah. Pajak penerangan jalan umum dipungut berdasarkan Peraturan Daerah No. 12 Tahun 2001. Subyek pajak ini adalah orang pribadi atau badan yang menggunakan tenaga listrik, sedangkan obyek pajak ini adalah setiap pengguna tenaga listrik.

## 5. Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan

Menurut Peraturan Walikota Binjai No. 10 Tahun 2012 Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan adalah pajak atas kegiatan pengambilan mineral bukan logam dan batuan, baik dari sumber alam di dalam dan/atau permukaan bumi untuk dimanfaatkan. Mineral bukan logam dan batuan adalah mineral bukan logam dan batuan sebagaimana dimaksud di dalam peraturan perundang-undangan dibidang mineral dan batubara.

## 6. Pajak Air Tanah

Menurut Peraturan Walikota Binjai No. 10 Tahun 2012 Pajak Air Tanah adalah pajak atas pengambilan dan /atau pemanfaatan air tanah. Air Tanah adalah air yang terdapat dalam lapisan tanah atau batuan di bawah permukaan tanah. Pengambilan dan/atau pemanfaatan air air tanah adalah setiap kegiatan pengambilan dan/atau pemanfaatan air tanah yang dilakukan dengan cara penggalian, pengeboran, atau dengan cara membuat bangunan lainnya untuk dimanfaatkan airnya atau tujuan lain. Nilai perolehan air tanah adalah nilai air tanah yang telah diambil dan dikenai pajak air tanah, besarnya sama dengan volume air yang diambil dikalikan dengan dasar air.

## 7. Pajak Parkir

Adalah pajak yang dikenakan atas penyelenggaraan tempat parkir di luar badan jalan oleh orang pribadi atau badan, baik yang disediakan berkaitan dengan pokok usaha maupun yang disediakan sebagai suatu

usaha, termasuk penyediaan tempat penitipan kendaraan bermotor dan garasi kendaraan bermotor yang memungut bayaran.

Selain memungut pajak, Pemerintah Daerah juga bisa memungut retribusi. Adapun yang dimaksud retribusi menurut Undang-undang No. 34 Tahun 2000 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah adalah pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa yang diberikan oleh pemerintah daerah untuk kepentingan orang pribadi atau badan.

Seperti dengan pajak, retribusi juga ditetapkan dengan peraturan daerah. Retribusi dipungut dengan menggunakan surat keterangan retribusi daerah atau dokumen lain yang dipersamakan. Berdasarkan hal tersebut diatas maka seharusnya masyarakat menyadari bahwa tujuan pemungutan pajak dan retribusi adalah untuk pembangunan daerah dan untuk lebih menegakkan kemandirian dalam pembiayaan pembangunan daerah, sebab kemungkinan pada dasarnya akan lebih menjamin ketahanan daerah khususnya ketahanan dibidang ekonomi.

Kesadaran yang tinggi dalam melakukan pembayaran pajak akan menjadikan pembangunan dapat lebih digiatkan lagi, sebaliknya apabila masyarakat menyadari maka penerimaan atau pemasukan uang akan berkurang, dengan sendirinya pembangunan kurang lancar. Demikian pula penerimaan pendapatan yang dikelola oleh pemerintah terutama pajak daerah

seluruhnya untuk kepentingan daerah sendiri dan untuk melaksanakan pembangunan daerah.

### **3. Pajak Reklame**

#### **a. 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 ataupun 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 10 Tahun 2012 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 (Marihhot, 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 (Marihhot, 2010).

## **b. Jenis-jenis Reklame dan Ruang Lingkup Pajak Reklame**

Adapun jenis-jenis dari pajak reklame menurut Lampiran Peraturan Walikota Binjai Tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Binjai No.3 Tahun 2011 Tentang Pajak Daerah 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.

### **e. 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.

### **f. Reklame Kendaraan Berjalan**

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

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.

### c. 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 Binjai No.3 Tahun 2011 yang menjadi objek pajak reklame diantaranya yaitu Reklame Papan/Billboard, reklame kain, reklame kendaraan berjalan, dan reklame selebaran,stiker, sablon.

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

- 1) Reklame yang melalui internet, televisi, radio, warta harian/mingguan/bulanan dan sejenisnya.
- 2) Label/merek produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan, yang berfungsi untuk membedakan dari produk sejenis lainnya.
- 3) 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
- 4) Reklame yang diselenggarakan oleh Pemerintah atau Pemerintah Daerah
- 5) 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.

#### **d. 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.

Menurut Peraturan Walikota Binjai No 10 Tahun 2012 Bagian Kedua Tentang Pajak Reklame dan Pajak Penerangan Jalan Paragraf 1 Tentang Pajak Reklame Pasal 22 ayat (3) mengatakan bahwa reklame dilaksanakan sendiri, Nilai Sewa Reklame dihitung dengan memperhatikan faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, waktu, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah dan ukuran media reklame. Cara perhitungan nilai sewa reklame dihitung dengan  $NSR = \text{jenis reklame} \times \text{jumlah reklame} \times \text{lokasi penempatan} \times \text{waktu} \times \text{ukuran media reklame}$ .

#### **4. 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 (*speding 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.

## **5. 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 Binjai untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Binjai. 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.

## **B. Penelitian Terdahulu**

1. Lam (2015), dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame Beserta Kontribusinya Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Manado. Tujuan penelitiannya untuk mengetahui efektivitas dan kontribusi penerimaan Pajak Reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Manado pada periode 2010–2014. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. 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%.
2. Ridho Hasyid (2014), dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Tingkat Efektifitas Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pajak Daerah Kota Medan.

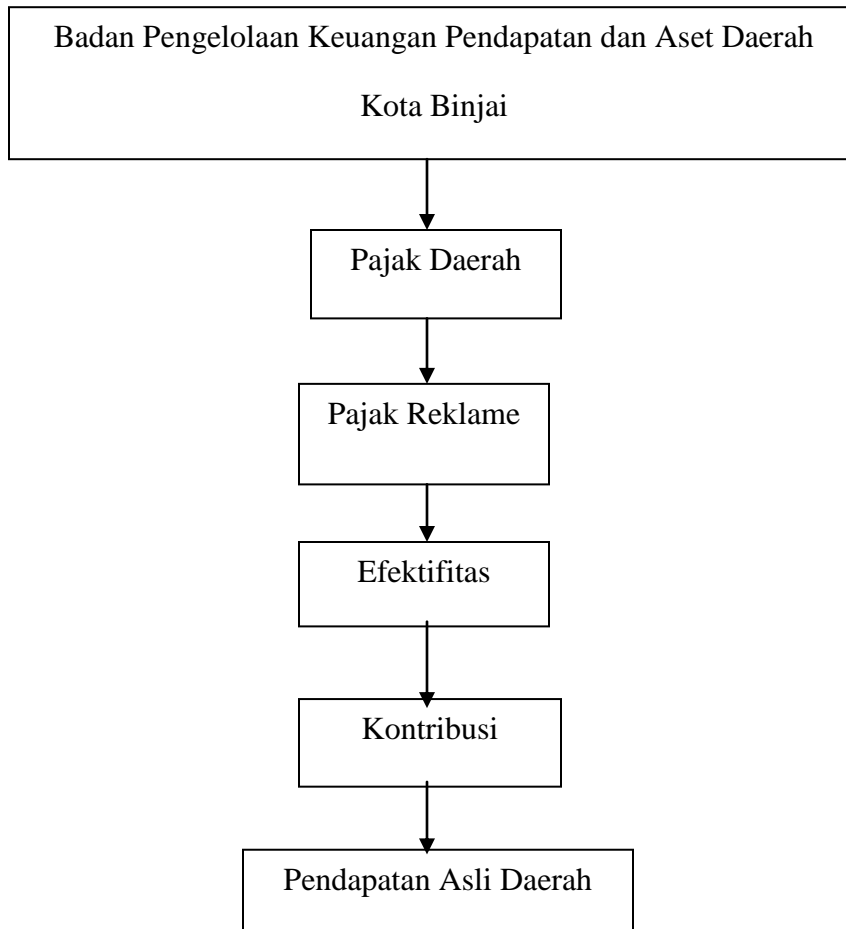
Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa efektivitas pajak reklame dikatakan tidak efektif dengan rata-rata tingkat laju penurunan pertumbuhan sekitar 11 % per tahun. Kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah mengalami penurunan sekitar 1,3 % per tahun.

### **C. Kerangka Berfikir**

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 efektivitas dan kontribusi penerimaan pajak reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Binjai.

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 dalam meningkatkan PAD di Kota Binjai, dengan kerangka berfikir sebagaimana tercantum pada halaman selanjutnya:



**Gambar II.1**  
**Kerangka Berfikir**

## **BAB III**

### **METODOLOGI 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 kuantitatif, yaitu suatu penelitian dengan mengumpulkan, menyusun, mengolah, dan menganalisis data angka agar dapat memberikan gambaran mengenai suatu keadaan tertentu.

#### **B. Definisi Operasional Variabel**

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

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



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

Penetapan efektifitas pemungutan pajak, selengkapnya dirincikan sebagai berikut :

**Tabel III.1**  
**Klasifikasi Penetapan Efektifitas**

<b>Persentase</b>	<b>Kriteria</b>
>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*

2. Kontribusi adalah sumbangan yang diberikan oleh pajak reklame dalam pemungutannya di Kota Binjai untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Binjai. Untuk mengetahui besarnya kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Binjai selama satu tahun, dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Kontribusi} = \frac{\text{Realisasi Penerimaan Pajak}}{\text{Pendapatan Asli Daerah (PAD)}} \times 100\%$$

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

**Tabel III.2**  
**Klasifikasi Penetapan Kontribusi**

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

*Sumber : Depdagri, Kepmendagri No. 690.900.327 dalam Idyanti Ainany*

### **C. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis efektifitas dan kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Binjai. Dan dalam hal ini peneliti menempatkan Badan Pengelolaan Keuangan Pendapatan dan Aset Daerah Kota Binjai sebagai lokasi penelitian dan hal-hal yang berhubungan dengan objek penelitian juga akan dijadikan lokasi penelitian.

Waktu penelitian dilaksanakan mulai dari bulan Juli 2017 sampai dengan Oktober 2017, dengan uraian pada tabel III.3 di halaman berikutnya :

**Tabel III.3**

**Jadwal Penelitian**

Kegiatan	Waktu Penelitian Tahun 2017															
	Juli'17				Agust'17				Sept'17				Okt'17			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pra Riset	■	■														
Pengajuan judul			■	■	■	■										
Bimbingan proposal					■	■	■	■	■	■	■	■				
Seminar proposal										■	■	■				
Penulisan skripsi												■	■	■		
Bimbingan skripsi														■	■	■
Sidang																■

**D. Jenis dan Sumber Data**

**1. Jenis Data**

- a. Data kualitatif merupakan data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik atau data yang disajikan dalam bentuk deskriptif. Data yang berupa wawancara dengan staf di Dinas pendapatan kota medan mengenai upaya-upaya yang akan di lakukan dalam meingkatkan penerimaan pajak hiburan, hambatan dan solusi dari hambatan tersebut.

- b. Data kuantitatif merupakan data yang disajikan dalam bentuk skala *numeric* (angka). Data berupa target dan realisasi pajak hiburan pada dinas pendapatan kota medan tahun 2012 sampai dengan 2016.

Dalam melaksanakan analisis dan pembahasan terhadap masalah dalam penelitian ini, penelitian menggunakan data kuantitatif.

## **2. Sumber Data**

- a. Data Primer atau data pokok merupakan data yang di peroleh penulis secara langsung ke objek penelitian. Data primer ini di kumpulkan dari hasil wawancara terkait realisasi pajak hiburan dari target yang di tetapkan di kota medan, serta data klasifikasi hiburan yaitu berupa pertanyaan yang di berikan kepada pimpinan atau pegawai yang bertanggung jawab di bidang pajak hiburan di Dinas pendapatan Kota Medan.
- b. Data Sekunder merupakan data yang diambil dari catatan atau sumber lain yang telah ada yang sudah diolah oleh pihak ketiga.

Dalam penelitian ini data sekunder yang di kumpulkan adalah data realisasi dan target penerimaan pajak hiburan, data pajak daerah.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diambil dari pihak lain atau merupakan data

yang sudah diolah oleh pihak ketiga, secara berkala untuk melihat perkembangan objek penelitian selama periode tertentu. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah seperti halaman selanjutnya :

1. Wawancara yaitu dengan mengadakan tanya jawab dengan pihak-pihak terkait yang memiliki data kuantitatif yang akan diteliti
2. Dokumentasi yaitu dengan mengumpulkan dokumen-dokumen dan laporan-laporan terkait pajak reklame di Kota Binjai.

#### **F. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Metode analisis deskriptif adalah suatu metode analisis dimana data yang ada dikumpulkan dan digolongkan/dikelompokkan kemudian dianalisis sehingga diperoleh suatu gambaran yang sebenarnya mengenai keadaan perusahaan baik itu data mengenai sejarah organisasi, kegiatan Kantor Dispenda Kota Binjai dan juga laporan yang diteliti. Menurut Azuar Juliandi dan Irfan (2013) Analisis data deskriptif berarti “menganalisis data untuk permasalahan variabel-variabel mandiri”. Peneliti tidak bermaksud untuk menganalisis hubungan atau keterkaitan antar variabel.

Dari pendapat di atas metode deskriptif yaitu metode yang membandingkan teori dengan kenyataan, dimana bertujuan untuk memecahkan, menganalisis, dan mengklasifikasi masalah-masalah yang dihadapi guna memperoleh gambaran secara rinci, sistematis, dan menyeluruh mengenai variabel yang diteliti.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam menganalisa data adalah sebagai berikut:

1. Mengumpulkan data

Data yang dikumpulkan baik berbentuk data sekunder maupun primer. Data sekunder berupa laporan realisasi penerimaan dari BPKPAD. Data primer diperoleh dengan wawancara terhadap pihak BPKPAD terkait data-data yang tidak dapat diperoleh dari data sekunder.

2. Menganalisa data

Analisa dilakukan terhadap data yang diperoleh dengan mengaplikasikan rumus-rumus yang dijelaskan pada poin defenisi operasional.

3. Mencari teori-teori yang mendukung analisa penelitian

4. Menginterpretasikan hasil wawancara.

5. Mengambil kesimpulan

Setelah hasil analisa diperoleh maka dibuat kesimpulan terkait fenomena yang ada.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **A. Hasil Penelitian**

#### **1. Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame di Kota Binjai**

Setelah peneliti melakukan penelitian di Badan Pengelolaan Keuangan Pendapatan dan Aset Daerah Kota Binjai, target dan realisasi yang terjadi selama 5 tahun terakhir adalah sebagai berikut :

**Tabel IV.1  
Target dan Realisasi Pajak Reklame di BPKPAD Kota Binjai  
Tahun 2012-2016**

<b>Tahun</b>	<b>Target (Rp)</b>	<b>Realisasi (Rp)</b>	<b>Keterangan</b>
2012	1.500.000.000	1.128.175.614	-
2013	1.200.000.000	1.005.172.286	<b>Turun</b>
2014	1.200.000.000	686.990.199	<b>Turun</b>
2015	1.200.000.000	903.112.637	<b>Naik</b>
2016	1.580.000.000	838.450.535	<b>Turun</b>

Sumber : BPKPAD Kota Binjai

Dari tabel IV.1 di atas dapat dilihat bahwa target dan realisasi penerimaan pajak reklame di Kota Binjai dari tahun 2012-2016 belum mencapai. Dan realisasi penerimaan pajak reklame selama 5 tahun terakhir cenderung mengalami penurunan, hanya saja pada tahun 2015 naik dari yang tahun sebelumnya sebesar Rp. 686.990.199 menjadi Rp. 903.112.637. Namun kenaikan yang terjadi pada tahun 2015 tersebutpun belum memenuhi target yang telah ditentukan.

Tingkat efektivitas pajak reklame di Kota Binjai 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 rumus dan perhitungan dari efektivitas pajak reklame adalah sebagai berikut :

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

$$\begin{aligned} \text{Tahun 2012} &= \frac{1.128.175.614}{1.500.000.000} \times 100 \% \\ &= 75,21 \% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Tahun 2013} &= \frac{1.005.172.286}{1.200.000.000} \times 100 \% \\ &= 83,76 \% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Tahun 2014} &= \frac{686.990.199}{1.200.000.000} \times 100 \% \\ &= 57,25 \% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Tahun 2015} &= \frac{903.112.637}{1.200.000.000} \times 100 \% \\ &= 75,26 \% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Tahun 2016} &= \frac{838.450.535}{1.580.000.000} \times 100 \% \\ &= 53,07 \% \end{aligned}$$

Setelah dilakukannya perhitungan seperti di atas, adapun kriteria efektivitas penerimaan pajak reklame di Kota Binjai adalah seperti halaman selanjutnya :



**Tabel IV.2**  
**Kriteria Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame di Kota Binjai pada**  
**Tahun 2012-2016**

<b>Tahun</b>	<b>Target (Rp)</b>	<b>Realisasi (Rp)</b>	<b>efektivitas (%)</b>	<b>Kriteria</b>
2012	1.500.000.000	1.128.175.614	75,21%	<b>Kurang Efektif</b>
2013	1.200.000.000	1.005.172.286	83,76%	<b>Cukup Efektif</b>
2014	1.200.000.000	686.990.199	57,25%	<b>Tidak Efektif</b>
2015	1.200.000.000	903.112.637	75,26%	<b>Kurang Efektif</b>
2016	1.580.000.000	838.450.535	53,07%	<b>Tidak Efektif</b>

Sumber : BPKPAD Kota Binjai (Diolah 2017)

Berdasarkan tabel IV.2 di atas menunjukkan bahwa tingkat atau kriteria efektivitas penerimaan pajak reklame selama tahun 2012-2016 masih menunjukkan kriteria efektivitas yang belum baik, yaitu pada tahun 2012 masih kurang efektif, tahun 2013 cukup efektif, tahun 2014 tidak efektif, tahun 2015 kurang efektif, dan tahun 2016 tidak efektif.

## 2. Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame di Kota Binjai

Kontribusi penerimaan pajak reklame dalam meningkatkan pendapatan asli daerah 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 Binjai, penulis menggunakan rumus dan perhitungannya sebagai berikut:

$$\text{Kontribusi} = \frac{\text{Realisasi Penerimaan Pajak}}{\text{Pendapatan Asli Daerah (PAD)}} \times 100\%$$

$$\begin{aligned} \text{Tahun 2012} &= \frac{1.128.175.614}{32.280.107.538} \times 100\% \\ &= 3,49\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Tahun 2013} &= \frac{1.005.172.286}{25.579.357.504} \times 100\% \\ &= 3,92\% \\ \text{Tahun 2014} &= \frac{686.990.199}{28.682.984.631} \times 100\% \\ &= 2,39\% \\ \text{Tahun 2015} &= \frac{903.112.637}{30.882.624.012} \times 100\% \\ &= 2,92\% \\ \text{Tahun 2016} &= \frac{838.450.535}{31.608.410.111} \times 100\% \\ &= 2,65\% \end{aligned}$$

Setelah dilakukannya perhitungan seperti di atas, adapun kriteria kontribusi penerimaan pajak reklame di Kota Binjai adalah sebagai berikut :

**Tabel IV.3**  
**Kriteria Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame di Kota Binjai pada Tahun 2012-2016**

<b>Tahun</b>	<b>Realisasi Penerimaan Pajak Reklame (Rp)</b>	<b>Realisasi Pendapatan Asli Daerah (Rp)</b>	<b>Kontribusi (%)</b>	<b>Kriteria</b>
2012	1.128.175.614	32.280.107.538	3,49%	Sangat kurang
2013	1.005.172.286	25.579.357.504	3,92%	Sangat kurang
2014	686.990.199	28.682.984.631	2,39%	Sangat kurang
2015	903.112.637	30.882.624.012	2,92%	Sangat kurang
2016	838.450.535	31.608.410.111	2,65%	Sangat kurang

Sumber : BPKPAD Kota Binjai (Diolah 2017)

Dari tabel IV.3 di atas menunjukkan bahwa pada tahun 2012 penerimaan pajak reklame telah memberikan kontribusi kepada Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Binjai sebesar 3,49% dari total penerimaan PAD sebesar 32.280.107.538. Pada tahun 2013 memberikan kontribusi sebesar 3,92% dari total PAD sebesar 25.579.357.504. Pada tahun 2014 memberikan kontribusi sebesar 2,39% dari total PAD sebesar 28.682.984.631. Pada tahun 2015 memberikan kontribusi sebesar 2,92% dari total PAD sebesar 30.882.624.012. Pada tahun 2016 memberikan kontribusi sebesar 2,65% dari total PAD sebesar 31.608.410.111.

## **B. Pembahasan**

### **1. Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Binjai**

Dilihat dari tabel IV.1 bahwa anggaran atau target penerimaan pajak reklame cenderung mengalami penurunan pada setiap tahunnya, target penerimaan pajak reklame dari tahun 2012 sampai tahun 2015 mengalami penurunan, lalu kemudian naik kembali pada tahun 2016. 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”.

Proses pembuatan anggaran Pajak Daerah termasuk di dalamnya pajak reklame pada Badan Pengelolaan Keuangan Pendapatan dan Aset Daerah (BPKPAD) Kota Binjai yaitu BPKPAD yang membuat anggaran target Pajak

Reklame dengan melihat pertumbuhan dan perkembangan di Kota Binjai kemudian membandingkan antara target dan realisasi tahun sebelumnya lalu kemudian melakukan rapat Dinas dengan Pemerintah Kota Binjai dan kemudian disetujui oleh DPRD.

Realisasi penerimaan pajak reklame dari tahun 2012 sampai tahun 2016 mengalami penurunan pada setiap tahun kecuali pada tahun 2015, namun realisasi dari tahun 2012 sampai tahun 2016 masih belum mencapai target yang telah ditetapkan. Menurut Mardiasmo (2009, hal 105) “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 dalam meningkatkan pendapatan asli daerah Kota Binjai cenderung selalu mengalami penurunan.

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.

Menurut hasil wawancara pada pihak BPKPAD, adapun hal-hal yang menyebabkan belum terealisasinya target penerimaan pajak reklame adalah :

- 1) Tidak adanya konfirmasi dari pihak advertising mengenai lanjut atau tidaknya pemasangan reklame.
- 2) Masih rendahnya tingkat kesadaran wajib pajak.
- 3) Masih banyaknya para wajib pajak yang kurang jelas terhadap prosedur pelaksanaan pajak reklame.
- 4) Adanya kesulitan untuk menghubungi wajib pajak yang berdomisili di luar kota.
- 5) Tingkat pengetahuan wajib pajak reklame yang masih rendah.
- 6) Serta hambatan-hambatan intern antara lain : 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.

Oleh karena itu, dengan adanya penyebab-penyebab tidak terealisasinya target penerimaan pajak reklame di atas, pihak BPKPAD Kota Binjai melakukan upaya-upaya sebagai berikut untuk meminimalisir tidak terealisasinya target yang telah ditetapkan :

- 1) Diadakannya tim pendataan terhadap wajib pajak.
- 2) Diadakannya sosialisasi masyarakat tentang perpajakan daerah.
- 3) Penertiban surat teguran.

- 4) Pengawasan lapangan oleh BPKAD yang dibantu Dinas Pekerjaan Umum dan Perumahan.

## **2. Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Binjai**

Dari tabel IV.3 menunjukkan bahwa tingkat kontribusi penerimaan pajak reklame selama tahun 2012 sampai dengan tahun 2016 cenderung mengalami penurunan yaitu pada tahun 2012 sebesar 3,49 %, tahun 2013 sebesar 3,92 %, tahun 2014 sebesar 2,39%, tahun 2015 sebesar 2,92%, tahun 2016 sebesar 2,65%.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa penerimaan pajak reklame dalam meningkatkan pendapatan asli daerah Kota Binjai masih dikategorikan kurang dikarenakan kontribusi yang dihasilkan pada setiap tahun dari tahun 2012 sampai tahun 2016 mengalami penurunan yang cukup signifikan dengan tingkat persentase terakhir sebesar 2,65%. 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.

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,

dikarnakan 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 2012 sampai dengan tahun 2016, dikarenakan masih banyaknya wajib pajak yang belum sadar pajak, dan penyebab lainnya seperti terlihat pada penjelasan di atas mengenai penyebab-penyebab belum terealisasinya pajak reklame. Olehkarena itu BPKPAD 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 2012 sampai dengan tahun 2016 selalu meningkat.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Badan Pengelolaan Keuangan Pendapatan dan Aset Daerah, atas judul Analisis efektivitas dan Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame dalam Meningkatkan PAD peneliti menyimpulkan bahwa :

1. Dilihat dari realisasi penerimaan pajak reklame, penerimaan dinilai masih rendah. Hal ini terlihat dari realisasi yang belum mencapai target serta menurunnya realisasi tersebut pada setiap tahun. Untuk tahun 2012 sampai tahun 2016 penerimaan pajak reklame belum dikategorikan efektif dikarenakan realisasi penerimaan pajak reklame berada dibawah 90%. Begitu juga dengan kontribusi penerimaan pajak reklame dalam meningkatkan pendapatan asli daerah Kota Binjai yang masih rendah dan menurun setiap tahunnya dari tahun 2012 sampai dengan 2016
2. Hal-hal yang menyebabkan belum terealisasi nya target penerimaan pajak reklame yaitu : Tidak adanya konfirmasi dari pihak advertising mengenai lanjut atau tidaknya pemasangan reklame, masih rendahnya tingkat kesadaran wajib pajak, masih banyaknya para wajib pajak yang kurang jelas terhadap prosedur pelaksanaan pajak reklame, adanya kesulitan untuk menghubungi wajib pajak yang berdomisili di luar kota, tingkat



pengetahuan wajib pajak reklame yang masih rendah, serta hambatan-hambatan intern antara lain. Dengan tidak terealisasi nya 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.

## DAFTAR PUSTAKA

- Azuar Juliandi, Irfan & Saprial (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Medan. UMSU Press
- Azhari (2015). *Tentang Perpajakan Indonesia*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada
- Alfan (2015). “*Analisis Efektifitas Dan Kontribusi Pemungutan Pajak Restoran, Pajak Reklame, Dan Pajak Penerangan Jalan Pada Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Minahasa Utara*”. Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Diaz (2016). *Perpajakan Indonesia*. Jakarta. Mitra Wacana Media
- Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Binjai. Target dan Realisasi Pendapatan Daerah Kota Binjai Tahun 2012-2016
- Eny (2015).” *Efektifitas Pajak Reklame Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Di Kota Surakarta*”. Universitas Islam Batik Surakarta.
- 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. (2009). *Perpajakan Edisi revisi* . Yogyakarta. Andi
- Mardiasmo (2011). *Perpajakan Edisi revisi* . Yogyakarta. Andi
- Marihot (2010). *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah Edisi revisi* . Jakarta. PT Raja Grafindo Persada
- Sugiyono (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta. Alfabeta
- Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 tanggal 15 September 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
- Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pusat dan Daerah.

Peraturan Walikota Binjai No. 10 Tahun 2012 Tentang Perubahan Atas Peraturan Walikota No. 30 Tahun 2011 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Binjai No. 3 Tahun 2011 Tentang Pajak Daerah.

Rezlyanti (2016). "*Analisis Efektivitas, Kontribusi Dan Potensi Pajak Reklame Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Kotamobagu*". Universitas Sam Ratulangi Manado.

Yolanda (2015). "*Analisis Efektivitas Pendapatan Pajak Reklame Dan Kontribusinya Pada Pendapatan Pajak Daerah*". Universitas Brawijaya.