

**ANALISIS FUNGSI ANGGARAN SEBAGAI ALAT PENGAWASAN  
PENERIMAAN PAJAK REKLAME BADAN PENGELOLA PAJAK  
DAN RETRIBUSI DAERAH KOTA MEDAN**

*SKRIPSI*

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



**Oleh**

**Nama : Patra Gaffar Anggono  
NPM : 1305170735  
Program Studi : Akuntansi**

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

## ABSTRAK

### **PATRA GAFFAR ANGGONO. NPM. 1305170735. Analisis Fungsi Anggaran Sebagai Alat Pengawasan Penerimaan Pajak Reklame Badan Pengelola Pajak Dan Retribusi Daerah Kota Medan**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui penyebab belum mencapainya target realisasi pajak reklame dan Untuk mengetahui dan menganalisis apakah fungsi anggaran yang dibuat oleh Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan sudah berfungsi sebagai alat pengawasan. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah dengan pendekatan deskriptif yaitu, pendekatan yang dilakukan dengan mengumpulkan data target dan realisasi pajak reklame, mengklasifikasi data, menganalisis data sehingga memberikan suatu gambaran yang sebenarnya mengenai keadaan perusahaan dan, menarik kesimpulan dan membandingkan masalah dengan teori -teori untuk mendukung masalah. Data yang diterima dari Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan merupakan data pajak reklame dari tahun 2012-2016. Hasil Penelitian yang diperoleh yaitu terdapat hambatan dalam pemungutan penerimaan pajak reklame, terjadinya penyimpangan pada saat pelaporan dan kurang optimalnya petugas dalam menghimbau wajib pajak untuk membayar pajak dan belum efektifnya fungsi anggaran sebagai alat pengawasan penerimaan pajak reklame di Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan, ini dapat dibuktikan dengan membandingkan antara anggaran dengan realisasi pajak reklame yang diterima.

**Kata Kunci : *fungsi anggaran, pengawasan, pajak reklam***

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

*Assalam'ualaikum Wr. Wb*

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT tuhan semesta alam yang memberikan nikmat dan karunia hingga sampai saat ini sehingga masih diberikan kesehatan dan kelapangan waktu untuk penulis dapat menyelesaikan Pendidikan S1 program studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammdiyah Sumatera Utara. Serta tidak pula lupa shalawat dan salam penulis ucapkan kepada baginda kita Muhammad SAW yang telah menjadi suri tauladan bagi kita semua.

Penyusunan skripsi ini merupakan hasil pengamatan yang penulis dapatkan selama melakukan penelitian di Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan dengan Judul **“ANALISIS FUNGSI ANGGARAN SEBAGAI ALAT PENGAWASAN PENERIMAAN PAJAK REKLAME BADAN PENGELOLA PAJAK DAN RETRIBUSI DAERAH KOTA MEDAN”** Selama penulisan skripsi ini, penulis telah banyak menerima bimbingan dan nasehat serta dukungan dari teman kerabat, serta keluarga yang mendukung penulis sehingga tulisan ini dapat diselesaikan pada waktunya.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Teristimewa untuk kedua orang tua penulis terkasih dan tercinta, Ayahanda Prof. Dr. Siman, M.pd, dan Ibunda Dra. Nurnilawati, yang tiada hentinya

memberikan dukungan, doa dan kasih sayang selama ini yang telah penulis rasakan.

2. Bapak Dr. Agussani, MAP, selaku rector Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.
3. Bapak Januri, S.E, M.M, M,Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Fitriani Saragih, S.E, M.Si, selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu Zulia Hanum, S.E, M.Si, selaku Sekretaris Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Elizar Sinambela, S.E, M.Si, sebagai dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu untuk dapat membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen dan Pegawai serta Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah banyak memberikan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh Staff dan Pegawai yang bekerja di Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan yang telah memberikan dukungan dan saran dalam menyelesaikan Skripsi ini.
9. Untuk para sahabat dan kerabat dekat yaitu Sasa, Doble, Wak Us, Nasri, Pesek, Febry, Dhana, Mujair, Nomo, Pozi, dan masih banyak lainnya yang tidak ingat untuk dituliskan. Terimakasih untuk dukungan semangat, dan motivasi sehingga penulis bias menyelesaikan skripsi ini.

10. Terlebih untuk Yuni Kartika Handayani yang sudah memberikan bantuan dalam penulisan skripsi, serta motivasi dan juga hiburan yang memberikan semangat kepada penulis.

Dengan demikian penulis mengharapkan agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammdiyah Sumatera Utara dan Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan, serta mahasiswa lain agar dapat menjadi bahan perbandingan dan dapat digunakan sebagai rujukan.

Semoga Allah SWT selalu melimpahkan berkah, rahmat serta karunia-Nya kepada kita semua. Akhir kata penulis mengucapkan Terimakasih.

*Wa'alaikumsallam Wr. Wb*

Medan, 27 September 2017

Penulis

**PATRA GAFFAR ANGGONO**

## DAFTAR ISI

### Halaman

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</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 Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	5
C. Rumusan Masalah .....	6
D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>8</b>
A. Uraian Teori .....	8
1. Anggaran .....	8
2. Tujuan dan Manfaat Anggaran.....	12
3. Pengawasan .....	13
4. Pajak .....	19
5. Pajak Daerah .....	21
6. Pajak Reklame .....	23
7. Efektivitas .....	28
8. Penelitian Terdahulu .....	30
B. Kerangka Berpikir .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
A. Pendekatan Penelitian.....	34
B. Defenisi Operasional .....	34
C. Tempat dan Waktu Penelitian .....	35
D. Jenis dan Sumber Data .....	36
E. Teknik Pengumpulan Data .....	37
F. Teknik Analisis Data .....	37
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
A. Hasil Wawancara.....	38

1. Deskripsi Data .....	38
2. Hasil Wanwancara .....	39
B. Pembahasan .....	40
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>44</b>
A. Simpulan.....	49
B. Saran.....	49

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## **DAFTAR TABEL**

Tabel I.I	Realisasi Penerimaan Pajak Reklame .....	3
Tabel II.I	Klasifikasi Kriteria Efektivitas .....	30
Tabel II.II	Daftar Penelitian Terdahulu .....	30
Tabel III.I	Waktu Penelitian .....	36
Tabel IV.II	Keterangan Efektivitas Realisasi dan Target Pajak Reklame .....	38

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II.I	Kerangka Berpikir .....	33
-------------	-------------------------	----

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Anggaran adalah suatu rencana yang disusun secara sistematis yang meliputi seluruh kegiatan yang ada dalam perusahaan yang dinyatakan dalam kesatuan unit moneter dan berlaku untuk jangka waktu tertentu untuk masa yang akan datang, Julita dan Jufrizen (2014, hal 7).

Anggaran sangat penting sebagai alat bantu manajemen perusahaan untuk penyusunan, perencanaan, koordinasi dan pengawasan kegiatan perusahaan. Berbagai macam kemudahan dalam penyusunan perencanaan, koordinasi dan pengawasan akan dapat diperoleh manajemen perusahaan yang menggunakan anggaran di dalam perusahaannya. Anggaran perusahaan dapat membantu pimpinan dalam menjalankan aktivitas kegiatannya, karena telah memiliki program agar target yang direncanakan dapat tercapai. Dan setiap akhir tahun anggaran kerja dan rencana kerja yang telah disusun serta penyebab apa saja yang menimbulkan penyimpangan kerja tersebut agar segera dapat dicari jalan keluarnya.

Pengawasan merupakan penggunaan bentuk sasaran yang telah ditetapkan dalam suatu anggaran untuk mengawasi kegiatan-kegiatan manajerial. Dengan melakukan perbandingan pelaksanaan nyata dengan yang direncanakan. Jadi perencanaan anggaran adalah penetapan standar sebagai langkah pertama dalam pengawasan.

Pengawasan adalah salah satu fungsi manajemen yang memantau terwujudnya suatu sasaran yang telah ditentukan sebelumnya. Fungsi pengawasan pada hakekatnya mengatur apakah kegiatan sesuai dengan persyaratan-persyaratan yang ditentukan dalam perencanaan. Dengan demikian fungsi pengawasan membawa kita pada fungsi perencanaan.

Pajak Reklame merupakan salah satu dari kebijakan reformasi perpajakan tahun 1985. Reklame di defenisikan sebagai alat yang digunakan oleh sekelompok/individu untuk memasarkan produk-produk, objek-objek, dan benda-benda lainnya agar dapat diketahui oleh masyarakat publik didaerah sekitaran tersebut ataupun diluar daripada daerah tersebut.

Pajak Reklame merupakan salah satu sumber penerimaan pajak daerah Kota Medan, oleh karena itu memerlukan suatu rencana penerimaan dari pajak reklame. Anggaran dibuat dimaksudkan sebagai salah satu alat untuk perencanaan dan pengawasan sehingga realisasi dari penerimaan pajak daerah dapat di realisasikan dengan baik. Sebab sistem perencanaan dan pengendalian digunakan dalam rangka menjalankan tanggung jawab perencanaan dan pengendalian pihak Daerah Kota Medan dalam mencapai tujuan atau keberhasilan. Keberhasilan Daerah Kota Medan akan diukur dalam bentuk pencapaian sasaran. Oleh karena itu dalam proses pencapaian tujuan di Daerah Kota Medan memerlukan anggaran penerimaan salah satunya dari Pajak Reklame. Sehingga pihak manajemen memiliki suatu alat sebagai pedoman kerja, perencanaan dan pengawasan.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan dapat dilihat perkembangan realisasi dan target pajak reklame dari tahun 2012 s/d 2016 sebagai berikut :

**Tabel I.I**

**Realisasi penerimaan Pajak Reklame Tahun 2012-2016**

Tahun	Target	Realisasi	Presentase
2012	Rp.56.161.250.000,-	Rp. 25.954.919.442,-	46,21%
2013	Rp. 69.161.250.000,-	Rp. 23.348.045.567,-	33,76%
2014	Rp. 59.161.250.000,-	Rp. 6.998.831.867,-	11,83%
2015	Rp. 29.256.425.000,-	Rp. 9.282.185.619,-	26,29%
2016	Rp. 19.304.000.000,-	Rp. 12.591.242.919,-	65,23%

*Sumber: Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan*

Berdasarkan tabel I.I laporan target dan realisasi penerimaan pajak reklame berdasarkan Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan, fenomena yang terjadi adalah tidak tercapainya target dari pajak reklame dimana tingkat capaian realisasinya masih di bawah 100%. Sedangkan menurut ketentuan Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan berdasarkan

table Klasifikasi Kriteria Efektivitas yang berarti masih kurang efektif. Dan menurut Abdul Halim (2007, hal 324) menyatakan bahwa “Kemampuan daerah dalam menjalankan tugasnya dikategorikan efektif apabila rasio yang dicapai minimal 1 atau 100%.”

Berdasarkan tabel I.I juga menunjukkan bahwa kemampuan pengawasan Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan dalam merealisasikan Pajak Reklame belum maksimal, terlihat dari tahun 2012 s/d 2016 belum mampu mencapai target atau rencana yang telah ditetapkan. Dalam pasal 1 Peraturan Pemerintah No. 79 Tahun 2005 tentang Pedoman Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Pemerintah Daerah menyatakan bahwa “Pengawasan atas penyelenggaraan pemerintah daerah adalah proses kegiatan yang ditujukan menjamin agar Pemerintah Daerah berjalan secara efisien dan efektif. Dan menurut Nafarin (2009, hal 30) Anggaran merupakan alat pengawasan, pengawasan berarti mengevaluasi terhadap pelaksanaan pekerjaan dengan cara: Membandingkan realisasi dengan rencana dan melakukan tindakan perbaikan apabila dipandang perlu (apabila terdapat penyimpangan yang merugikan)

Target yang ditentukan oleh Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan adalah dengan melihat realisasinya, jika realisasi melebihi target yang ditentukan sebelumnya maka target selanjutnya ditingkatkan dan sebaliknya. Hal tersebut juga berdasarkan kesadaran wajib pajak yang membayar, serta pelayanan yang baik dilakukan oleh pihak pemerintah agar wajib pajak lebih mengerti dan selalu tepat waktu membayar pajak. Dampak yang timbul dari kurangnya kesadaran masyarakat dalam membayar Pajak Reklame adalah pelaksanaan pembangunan akan terlambat atau tidak lancar.

Penelitian ini pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dengan judul Analisis Fungsi Anggaran Sebagai Alat Pengawasan Pajak Parkir di Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Deli Serdang. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa pada tahun 2012 s/d 2015 penerimaan pajak parkir mengalami kenaikan. Namun tidak dibarengi pengawasan pemungutan pajak parkir yang masih belum efektif karena realisasi penerimaannya tidak mencapai target.

Terdapat perbedaan dari penelitian yang dilakukan penulis dengan penelitian terdahulu. Peneliti terdahulu membahas tentang Fungsi Anggaran Sebagai Alat Pengawasan Pajak Parkir di Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Deli Serdang, sedangkan penulis memilih meneliti Fungsi Anggaran Sebagai Alat Pengawasan Penerimaan Pajak Reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas membuat penulis tertarik mengangkat judul **“Analisis Fungsi Anggaran Sebagai Alat Pengawasan Penerimaan Pajak Reklame Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dapat diidentifikasi masalahnya sebagai berikut :

Penerimaan Pajak Reklame dari tahun 2012 sampai dengan 2016 belum mencapai target yang telah ditentukan

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka rumusan masalah yang dapat diungkapkan adalah sebagai berikut :

1. Mengapa tingkat penerimaan Pajak Reklame di Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan pada tahun 2012 s/d 2016 tidak mencapai target yang telah ditetapkan?
2. Bagaimana fungsi anggaran sebagai alat pengawasan penerimaan Pajak Reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan?

### **D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan dalam melaksanakan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui penyebab tingkat penerimaan pajak Reklame di Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan pada tahun 2012 sampai 2016 tidak mencapai target yang telah ditetapkan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis fungsi anggaran sebagai alat pengawasan penerimaan Pajak Reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan.

#### **Manfaat Penelitian**

1. Bagi Penulis

Untuk menambah wawasan dan memperluas pengetahuan penulis dalam bidang yang diteliti baik secara teori maupun aplikasi lapangan.

## 2. Bagi Kantor/Perusahaan

Sebagai bahan masukan tentang efektivitas penerimaan pajak reklame dalam meningkatkan penerimaan pajak agar tujuan pemerintah tercapai.

## 3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan sekaligus dijadikan sebagai bahan acuan untuk perbandingan dalam penelitian ini serupa serta diharapkan dapat dikembangkan pada peneliti-peneliti selanjutnya.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Anggaran**

##### **1. Pengertian Anggaran**

Anggaran adalah suatu rencana keuangan periodik berdasarkan program-program yang telah disahkan. Menurut Julita dan Jufrizen (2014, hal 7) “Anggaran adalah suatu rencana yang disusun secara sistematis yang meliputi seluruh kegiatan yang ada dalam perusahaan yang dinyatakan dalam kesatuan unit moneter dan berlaku untuk jangka waktu tertentu untuk masa yang akan datang.

Anggaran sangat penting bagi suatu perusahaan/kantor, berikut pengertian anggaran yang dikemukakan Halim dan Kusufi (2013, hal 50) adalah “Dokumen yang berisi estimasi kinerja, baik berupa penerimaan dan pengeluaran, yang disajikan dalam ukuran moneter yang akan dicapai pada periode waktu tertentu dan menyertakan data masa lalu sebagai bentuk pengendalian dan penilaian kerja”.

Anggaran menurut Darsono dan Purwanti (2008, hal 2) ialah “Suatu perencanaan laba strategi jangka panjang, suatu perencanaan taktis laba jangka pendek, suatu sistem akuntansi berdasarkan tanggung jawab, suatu penggunaan prinsip pengecualian yang berkesinambungan sebagai alat untuk mencapai tujuan dan sasaran suatu organisasi”.

## **2. Pengertian Anggaran Sektor Publik**

Anggaran sektor publik menurut Mardiasmo (2009, hal 62) “Anggaran publik berisi rencana kegiatan yang direpresentasikan dalam bentuk rencana perolehan pendapatan dan belanja dalam satuan moneter”. Dalam bentuk yang paling sederhana anggaran public merupakan suatu dokumen yang menggambarkan kondisi keuangan dari suatu organisasi yang meliputi informasi mengenai pendapatan, belanja, dan aktivitas. Anggaran berisi estimasi mengenai apa yang akan dilakukan organisasi dimasa yang akan datang. Setiap anggaran memberikan informasi mengenai apa yang hendak dilakukan dalam beberapa periode yang akan datang.

Secara singkat dapat dinyatakan bahwa anggaran publik merupakan suatu rencana finansial yang menyatakan:

- a. Berapa biaya atas rencana-rencana yang dibuat (pengeluaran/belanja); dan
- b. Berapa banyak dan bagaimana caranya memperoleh uang untuk menandai rencana tersebut (pendapatan).

## **3. Jenis-Jenis Anggaran Sektor Publik**

Anggaran merupakan suatu rencana yang disusun secara sistematis, terdapat jenis-jenis anggaran yang dikemukakan Mardiasmo (2009, hal 66) yaitu sebagai berikut :

- a. Anggaran Operasional

Anggaran operasional digunakan untuk merencanakan kebutuhan sehari-hari dalam menjalankan pemerintahan. Pengeluaran pemerintah yang dapat dikategorikan dalam anggaran operasional adalah “Belanja Rutin”. Belanja Rutin (*recurrent expenditure*) adalah pengeluaran yang manfaatnya hanya untuk satu tahun anggaran dan tidak dapat menambah asset atau kekayaan bagi pemerintah. Disebut “rutin” karena sifat pengeluaran tersebut berulang-ulang setiap tahunnya.

b. Anggaran Modal/Investasi

Anggaran modal menunjukkan rencana jangka panjang dan pembelanjaan atas aktiva tetap seperti gedung, peralatan, kendaraan, perabot dan sebagainya. Pengeluaran modal yang besar biasanya dilakukan dengan menggunakan pinjaman. Belanja investasi/modal adalah pengeluaran yang manfaatnya cenderung melebihi satu tahun anggaran dan akan menambah asset atau kekayaan pemerintah, dan selanjutnya akan menambah anggaran rutin untuk biaya operasional dan pemeliharannya.

#### **4. Fungsi Anggaran Sektor Publik**

Anggaran sektor publik mempunyai beberapa fungsi menurut Deddi (2009, hal 48), antara lain :

a. Anggaran sebagai Alat Perencanaan

Dengan adanya anggaran, organisasi tahu apa yang harus dilakukan dan ke arah mana kebijakan yang dibuat.

b. Anggaran sebagai Alat Pengendalian

Dengan adanya anggaran organisasi sektor publik dapat menghindari adanya pengeluaran yang terlalu besar (*overspending*) atau adanya penggunaan dana yang tidak semestinya (*misspending*).

c. Anggaran sebagai Alat Kebijakan

Melalui anggaran organisasi sektor public dapat menentukan arah atas kebijakan tertentu.

d. Anggaran sebagai Alat Poliitik

Dalam organisasi sektor publik, melalui anggaran dapat dilihat komitmen pengelola dalam melaksanakan program-program yang telah dijanjikan.

e. Anggaran sebagai Alat Koordinasi dan Komunikasi

Melalui dokumen anggaran yang komprehensif sebuah bagian atau unit kerja atau departemen yang merupakan suborganisasi dapat mengetahui apa yang harus dilakukan dan juga apa yang akan dilakukan oleh bagian/unit kerja lainnya.

f. Anggaran sebagai Alat Penilaian Kinerja

Anggaran adalah suatu ukuran yang bisa menjadi patokan apakah suatu bagian/unit kerja telah memenuhi target baik berupa terlaksananya aktivitas maupun terpenuhinya efisiensi biaya.

g. Anggaran sebagai Alat Motivasi

Anggaran dapat digunakan sebagai alat komunikasi dengan menjadikan nilai-nilai nominal yang tercantum sebagai target pencapaian.

## **B. Tujuan dan Manfaat Anggaran**

### **1. Tujuan Anggaran**

Anggaran merupakan alat yang memberikan petunjuk mengenai beberapa perkiraan yang tersedia pada suatu saat dan untuk beberapa lama, tujuan penyusunan anggaran dalam setiap perusahaan pada dasarnya sama, yaitu merencanakan posisi anggaran untuk periode tertentu yang akan datang. Berikut tujuan anggaran yang dikemukakan Julita dan Jufrizen (2014, hal 15), antara lain:

- a. Digunakan sebagai landasan yuridis formal dalam memilih sumber dan investasi dana.
- b. Memberikan batasan atas jumlah dana yang dicari dan digunakan.
- c. Merinci jenis sumber dana yang dicari maupun jenis.
- d. Merasionalkan sumber dan investasi dana agar dapat mencapai hasil yang maksimal.
- e. Menyempurnakan rencana yang telah disusun, karena dengan anggaran lebih jelas dan nyata terlihat.
- f. Menampung dan menganalisis serta memutuskan setiap usulan yang berkaitan dengan keuangan.

### **2. Manfaat Anggaran**

Anggaran sebagai alat bantu manajemen bermanfaat dan membantu manajemen mengelola perusahaan yaitu mengambil keputusan-keputusan yang paling tepat. Menurut Julita dan Jufrizen (2014, hal 15) anggaran mempunyai banyak manfaat, antara lain :

- 1) Segala kegiatan dapat terarah pada pencapaian tujuan bersama.
- 2) Dapat digunakan sebagai alat menilai kelebihan dan kekurangan pegawai.
- 3) Dapat memotivasi pegawai.
- 4) Menimbulkan rasa tanggung jawab pada pegawai.
- 5) Menghindari pemborosan dan pembayara yang kurang perlu.
- 6) Sumber daya, seperti tenaga kerja, peralatan dan dana dapat dimanfaatkan seefisien mungkin.
- 7) Alat pendidikan bagi para manajer.

## **C. Pengawasan**

### **1. Pengertian Pengawasan**

Terdapat beberapa pengertian pengawasan menurut para ahli, salah satunya menurut Handoko (2013, hal 357), “Pengawasan dapat didefinisikan sebagai proses untuk “menjamin” bahwa tujuan-tujuan organisasi dan manajemen tercapai”.

Pengawasan yang dikemukakan oleh Zakiyudin (2016, hal 63), “Pengawasan (*controlling*) adalah proses untuk memastikan tujuan-tujuan organisasi tercapai. Pengawasan meliputi kegiatan penetapan standar, pengukuran kegiatan dan pengambilan tindakan korektif”.

Dan pengertian pengawasan menurut Effendi (2014, hal 205), “Pengawasan merupakan fungsi manajemen yang paling esensial, sebaik apapun pekerjaan yang dilaksanakan tanpa adanya pengawasan tidak dapat dikatakan berhasil”.

Pengawasan bisa di defenisikan sebagai suatu usaha sistematis oleh manajemen bisnis untuk membandingkan kinerja standar, rencana, atau tujuan yang telah ditentukan terlebih dahulu untuk menentukan apakah kinerja sejalan dengan standar tersebut dan untuk mengambil tindakan penyembuhan yang diperlukan untuk melihat bahwa sumber daya manusia digunakan dengan seefektif dan seefisien mungkin di dalam mencapai tujuan.

Menurut Halim dan Kusufi (2013, hal 88) “Pengawasan atau kontrol harus selalu dilaksanakan pada organisasi sektor publik. Fungsi ini dilakukan oleh manajer sektor publik terhadap pekerjaan yang dilakukan dalam satuan atau unit kerja. Kontrol diartikan sebagai proses mengukur (*measurement*) dan menilai (*evaluation*) tingkat efektivitas kerja personal dan tingkat efisiensi penggunaan sarana kerja dalam memberikan kontribusi pada pencapaian tujuan organisasi.”

Berdasarkan pengertian pengawasan menurut para ahli di atas, bahwa pengertian pengawasan adalah suatu usaha sistematis untuk menetapkan standar pelaksanaan tujuan dengan tujuan-tujuan perencanaan merancang sistem informasi umpan balik, dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya, menentukan dan mengukur penyimpangan-penyimpangan serta mengambil tindakan koreksi yang diperlukan.

Dengan pengawasan akan diketahui keunggulan dan kelemahan dalam pelaksanaan manajemen. Istilah pengawasan dalam organisasi bersifat umum, sehingga terdapat beberapa pengertian yang bervariasi seperti

mengadakan pemeriksaan secara terinci, mengatur kelancaran, membandingkan dengan standar, mencoba mengarahkan atau menugaskan serta pembatasannya. Namun pada dasarnya pengawasan merupakan fungsi manajemen dimana setiap manajer harus melaksanakannya agar dapat memastikan bahwa apa yang di kerjakan sesuai dengan yang di kehendaki.

## **2. Anggaran Sebagai Alat pengawasan**

Menurut Nafarin (2009, Hal 30) Anggaran merupakan alat pengawasan (controlling), pengawasan berarti mengevaluasi (menilai) terhadap pelaksanaan pekerjaan dengan cara :

- a. Membandingkan realisasi dengan rencana (anggaran)
- b. Melakukan tindakan perbaikan apabila dipandang perlu (apabila terdapat penyimpangan yang merugikan).

## **3. Metode Pengawasan**

Ada 2 macam metode pengawasan menurut Zakiyudin (2016, hal 67) yaitu sebagai berikut:

### **1) Metode Kuantitatif**

Metode-metode kuantitatif, yaitu :

- a) Anggaran, seperti anggaran operasi, anggaran kas, anggaran penjualan, anggaran untuk program-program tertentu, dll.
- b) Audit, seperti internal audit, external audit, manajemen audit, dll.
- c) Analisis *break event point*
- d) Analisis Rasio

- e) Bagan dan teknik yang berhubungan dengan waktu pelaksanaan kegiatan, seperti bagan *Gantt*, *program evaluation and review technique (PERT)*, *critical path method (CPM)* dll.

## 2) Metode Kualitatif

Metode pengawasan ini sering digunakan para manajer untuk mengawasi keseluruhan organisasi, dan sebagian besar mengawasi sikap dan kinerja para karyawan.

Teknik-teknik yang sering digunakan diantaranya adalah :

- a) Pengamatan
- b) Inspeksi teratur dan langsung
- c) Pelaporan baik lisan maupun tertulis
- d) Evaluasi pelaksanaan
- e) Diskusi antara manajer dengan bawahan tentang pelaksanaan suatu kegiatan.

## 4. Jenis-Jenis Pengawasan

Terdapat empat jenis pengawasan yang dikemukakan oleh Siregar (2015, hal 60) antara lain :

- a. Jenis pengawasan berdasarkan independensi pengawasan, yaitu pengawasan internal dan pengawasan eksternal.
- b. Jenis pengawasan berdasarkan waktu pengawasan, yaitu pengawasan preventif dan pengawasan represif.
- c. Jenis pengawasan berdasarkan subjek pengawasan, yaitu pengawasan melekat, pengawasan fungsional, pengawasan masyarakat, dan pengawasan legislatif.

- e. Jenis pengawasan berdasarkan jarak pengawasan, yaitu pengawasan pasif dan pengawasan aktif.

## **5. Prinsip-Prinsip Pengawasan dan Tipe Pengawasan**

Untuk mendapatkan suatu sistem pengawasan yang efektif, maka perlu dipenuhi beberapa prinsip pengawasan. Menurut Manullang (2014, hal 157) terdapat dua prinsip pokok, prinsip pokok pertama merupakan standar atau alat pengukur dari pada pekerjaan yang dilaksanakan oleh bawahan. Sedangkan prinsip pokok kedua merupakan suatu keharusan yang perlu ada, agar sistem pengawasan itu benar-benar dapat efektif dilaksanakan.

Setelah kedua prinsip pokok di atas, maka suatu sistem pengawasan haruslah mengandung prinsip-prinsip sebagai berikut :

- a. Dapat merefleksir sifat-sifat dan kebutuhan-kebutuhan dari kegiatan-kegiatan yang harus diawasi.
- b. Dapat dengan segera melaporkan penyimpangan-penyimpangan .
- c. Fleksibel.
- d. Dapat merefleksir pola organisasi.
- e. Ekonomis.
- f. Dapat dimengerti.
- g. Dapat menjamin diadakannya tindakan korektif.

## **6. Tipe Pengawasan**

Tipe pengawasan menurut Handoko (2013, hal 360) adalah sebagai berikut:

- a. Pengawasan Pendahuluan (*feedforward control*). Pengawasan pendahuluan, atau sering disebut *steering control*, dirancang untuk mengantisipasi masalah-masalah atau penyimpangan-penyimpangan dari standar atau tujuan dan memungkinkan koreksi dibuat sebelum suatu tahap kegiatan tertentu diselesaikan.
- b. Pengawasan yang dilakukan bersama dengan pelaksanaan kegiatan (*concurrent control*). Tipe pengawasan ini merupakan proses dimana aspek tertentu dari suatu prosedur harus disetujui dulu, atau syarat tertentu harus dipenuhi dulu sebelum kegiatan-kegiatan bisa dilanjutkan, atau menjadi semacam “*double-check*” yang lebih menjamin ketetapan pelaksanaan suatu kegiatan.
- c. Pengawasan umpan balik (*feed back control*). Pengawasan umpan balik, juga dikenal sebagai *past-action control*, mengukur hasil-hasil dari suatu kegiatan yang telah diselesaikan.

## **7. Fungsi Anggaran Sebagai Alat Pengawasan**

Sebagai alat pengawasan anggaran memberikan rencana detail atas pendapatan dan pengeluaran pemerintah agar pembelanjaan yang dilakukan dapat dipertanggung jawabkan kepada public. Tanpa anggaran pemerintah tidak dapat mengendalikan pemborosan pengeluaran.

Sebagai alat pengendalian manajerial manajerial, anggaran sektor public digunakan untuk meyakinkan bahwa pemerintah mempunyai uang yang cukup untuk memenuhi kewajibannya. Selain itu, anggaran digunakan

untuk memberikan informasi dan meyakinkan legislatif bahwa pemerintah bekerja secara efisien, tanpa ada korupsi dan pemborosan.

## **D. Pajak**

### **1. Pengertian Pajak**

Pajak menurut Soemohamijaya Dalam Diana Sari (2013) menyatakan bahwa: “Pajak adalah iuran wajib berupa uang atau barang yang dipungut oleh penguasa berdasarkan norma-norma hukum guna menutup biaya produksi barang-barang dan kolektif dalam mencapai kesejahteraan umum”. Dan definisi pajak menurut Mariot Psihaan (2010:7) adalah: “Pajak adalah pungutan dari masyarakat oleh negara (pemerintah) berdasarkan Undang-Undang yang bersifat dapat dipaksa dan terutang oleh yang wajib membayar dengan tidak mendapat prestasi kembali secara langsung, yang hasilnya digunakan untuk membiayai pengeluaran negara dalam penyelenggaraan pemerintah dan pembangunan”.

Sedangkan pajak menurut Pasal 1 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009: “Pajak adalah kontribusi wajib negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapat timbal balik secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat”.

Dari definisi yang telah diuraikan diatas tentang pendapat beberapa ahli tentang pajak maka dapat disimpulkan bahwa pajak memiliki beberapa unsur-unsur:

- a. Iuran dari rakyat kepada negara yang berhak memungut pajak hanyalah negara, iuran tersebut berupa uang.
- b. Berdasarkan Undang-Undang, pajak dipungut berdasarkan atau dengan kekuatan Undang-Undang serta aturan pelaksanaannya.
- c. Tanpa jasa timbal atau kontraprestasi dari negara yang secara langsung dapat ditunjuk. Dalam pembayaran pajak tidak dapat ditunjukkan adanya kontraprestasi individual oleh pemerintah.
- d. Digunakan untuk membiayai rumah tangga negaranya yakni pengeluaran-pengeluaran yang bermanfaat bagi masyarakat luas.

## **2. Fungsi Pajak**

Secara umum fungsi pajak sebagai alat untuk politik perekonomian, pajak memiliki kegunaan dan manfaat untuk meningkatkan kesejahteraan umum. Suatu negara tidak mungkin menghendaki merosotnya kehidupan ekonomi masyarakat. Diana Sari (2013:37) menyatakan bahwa fungsi pajak dibagi menjadi dua fungsi yaitu:

### **a. Fungsi Penerimaan**

Pajak sebagai alat (sumber) untuk memasukkan uang sebanyak-banyaknya dalam kas negara dengan tujuan membiayai pengeluaran negara yaitu pengeluaran rutin dan pembangunan.

### **b. Fungsi Mengatur**

Pajak sebagai alat untuk mencapai tujuan tertentu dibidang keuangan (bidang ekonomi, politik, budaya, pertahanan, keamanan).

## **E. Pajak Daerah**

### **1. Pengertian Pajak Daerah**

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, pengertian pajak daerah adalah sebagai berikut: “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 keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat”.

Pengertian pajak daerah berdasarkan Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 adalah sebagai berikut: “Pajak daerah adalah iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan kepada daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, dimana hasilnya digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintahan daerah dan pembangunan daerah”.

### **2. Jenis Pajak Daerah**

Unsur-unsur yang mencakup pajak daerah menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 pasal 2 adalah sebagai berikut.

Jenis pajak provinsi terdiri atas:

- a. Pajak Kendaraan Bermotor;
- b. Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor;

- c. Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor;
- d. Pajak Air Permukaan; dan
- e. Pajak Rokok.

Jenis pajak kabupaten/kota terdiri atas:

- a. Pajak Hotel;
- b. Pajak Restoran;
- c. Pajak Hiburan;
- d. Pajak Reklame;
- e. Pajak Penerangan Jalan;
- f. Pajak Mineral Bukan Logam Buatan;
- g. Pajak Parkir;
- h. Pajak Air Tanah;
- i. Pajak Sarang Burung Walet;
- j. Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan; dan
- k. Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan.

Pajak daerah sebagai salah satu komponen pendapatan asli daerah memberikan kontribusi besar bagi pendapatan asli daerah, sehingga semakin besarnya pajak daerah maka semakin besar pula pendapatan asli daerah, dengan terealisasinya target dari pemerintah daerah atas pajak yang telah ditentukan maka akan memberikan indikasi yang baik bagi keuangan daerah dalam mengatur pembangunan dan pelayanan kepada masyarakat. Sebagai daerah metropolitan, Kota Medan memiliki peluang besar dalam

meningkatkan pajak daerah terutama disektor pajak hiburan, pajak parkir, dan pajak reklame.

## **F. Pajak Reklame**

### **1. Pengertian Pajak Reklame**

Didalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 1 tentang pajak daerah dan retribusi daerah. Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum.

### **2. Nama, Objek, Subjek dan Wajib Pajak**

Dalam Peraturan Daerah Kota Medan Nomor 11 Tahun 2011 Bab 2 Pasal 2 Tentang Pajak Reklame menyatakan bahwa: “Dengan nama pajak reklame dipungut pajak atas setiap penyelenggaraan reklame”.

Objek pajak reklame yang dapat dipungut di Kota Medan sesuai dengan Peraturan Daerah Kota Medan Nomor 11 Tahun 2011 Bab 2 Pasal 3 Tentang Pajak Reklame adalah:

- a. Reklame papan/billboard/videotron/megatron/ dan sejenisnya;

Reklame papan atau billboard adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kayu, plastik, *fibre glass*, kaca, batu, logam, alat penyiar atau bahan lain yang sejenis yang berbentuk lampu atau alat

lain yang bersinar yang dipasang pada tempat yang disediakan atau dengan cara digantungkan atau ditempelkan.

b. Reklame kain;

Reklame kain adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain, plastik, karet, atau bahan lain yang sejenis dengan itu.

c. Reklame melekat, stiker;

Reklame melekat adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan atau dapat diminta untuk ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda milik pribadi lain dengan ketentuan luasnya tidak lebih dari 200 cm<sup>2</sup> per lembar.

d. Reklame selebaran;

Reklame selebaran adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan atau dapat diminta untuk ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda lain.

e. Reklame berjalan, ternasuk pada kendaraan;

Reklame berjalan adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara membawa reklame berkeliling oleh orang berjalan kaki. Sedangkan reklame kendaraan adalah reklame yang ditempatkan atau ditempelkan pada

kendaraan yang digerakkan oleh tenaga hewan atau tenaga mekanik selain yang tersebut pada reklame berjalan.

f. Reklame udara;

Reklame udara adalah reklame yang diselenggarakan di udara dengan menggunakan pesawat, gas, atau alat lain yang sejenis.

g. Reklame apung;

Reklame yang diselenggarakan diperairan dengan menggunakan gas laser, fiber dan/atau alat lain yang sejenis.

h. Reklame suara;

Reklame suara adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari atau oleh perantaraan alat atau pesawat apapun.

i. Reklame film/*slide*; dan

Reklame film/*slide* adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan klise berupa kaca atau film ataupun bahan-bahan yang sejenis, sebagai alat untuk diproyeksikan dan atau diperagakan pada layar atau benda lain atau dipancarkan dan atau diperagakan melalui pesawat televisi.

j. Reklame peragaan.

Reklame peragaan adalah reklame yang diselenggarakan dengan memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara.

Tidak termasuk objek pajak reklame apabila:

- a. Penyelenggaraan reklame melalui internet, televisi, radio, warta berita, warta mingguan, warta bulanan, dan sejenisnya;
- b. Label/merk produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan, yang berfungsi untuk membedakan dari produk sejenis lainnya;
- c. Nama pengenal usaha atau profesi yang dipasang melekat pada bangunan tempat usaha atau profesi diselenggarakan sesuai dengan ketentuan yang mengatur nama pengenal usaha atau profesi tersebut;  
dan
- d. Reklame yang diselenggarakan oleh pemerintah atau pemerintah daerah.

Subjek dan wajib pajak Kota Medan berdasarkan Peraturan Daerah Kota Medan Nomor 11 Tahun 2011 Bab 2 Pasal 4 Tentang Pajak Reklame menyatakan bahwa:

- a. Subjek pajak reklame adalah orang pribadi atau badan yang menggunakan reklame.
- b. Wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame.
- c. Dalam hal reklame diselenggarakan sendiri secara langsung oleh orang pribadi atau badan, wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau badan tersebut.
- d. Dalam hal reklame diselenggarakan melalui pihak ketiga, pihak ketiga tersebut menjadi wajib pajak reklame.

- e. Setiap orang pribadi atau badan yang akan menyelenggarakan reklame di daerah wajib memperoleh izin tertulis atau pengesahan dari walikota.
- f. Untuk memperoleh izin sebagaimana dimaksud pada ayat (5), yang bersangkutan harus mengajukan permohonan secara tertulis kepada Walikota.

### **3. Dasar Pengenaan, Tarif dan Cara Menghitung Pajak**

Menurut Peraturan Daerah Kota Medan Nomor 11 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame dasar pengenaan, tarif, dan cara perhitungan reklame adalah:

- a. Dasar pengenaan pajak reklame adalah nilai sewa reklame.
- b. Dalam hal reklame diselenggarakan oleh pihak ketiga, nilai sewa reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan berdasarkan nilai kontrak reklame
- c. Dalam hal reklame diselenggarakan sendiri, nilai sewa reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dihitung dengan memperhatikan faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, waktu, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah dan ukuran media reklame.
- d. Dalam hal nilai sewa reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak dilaksanakan dan/atau dianggap tidak wajar, nilai sewa reklame ditetapkan dengan menggunakan faktor-faktor sebagaimana dimaksud pada ayat (2)

- e. Cara perhitungan nilai sewa reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (3) ditetapkan berdasarkan penjumlahan antara nilai jual reklame dengan nilai strategis reklame.
- f. Nilai jual reklame adalah perkalian antara luas/ukuran media reklame dengan jangka waktu dengan harga satuan reklame.
- g. Tarif pajak reklame ditetapkan sebesar 25% (dua puluh lima persen)
- h. Besaran pokok pajak reklame yang terutang dihitung dengan cara mengalikan tarif pajak sebagaimana dimaksud dalam pasal 6 dengan
- i. dasar pengenaan pajak sebagaimana dimaksud dalam pasal 5.

Berdasarkan PERDA Kota Medan cara menghitung pajak reklame adalah sebagai berikut:

#### **Cara Menghitung Pajak Reklame**

$$\text{Pajak Reklame} = (\text{Tarif} + \text{Nilai Strategis}) \times 25\% + \text{NJOP}$$

#### **G. Efektivitas**

Salah satu upaya mengoptimalkan penerimaan daerah yaitu dengan menilai efektivitas penerimaan pajak daerah dengan tujuan untuk meningkatkan pengelolaan pajak daerah. Menurut Mardiasmo (2009, hal 134) “Efektivitas adalah ukuran berhasil tidaknya suatu organisasi mencapai tujuannya. Apabila suatu organisasi berhasil mencapai tujuan, maka organisasi tersebut di katakan telah berjalan efektif”.

Ada juga efektivitas yang dikemukakan oleh Abdul Halim (2007, hal 234) “Efektivitas adalah kemampuan daerah dalam menjalankan tugasnya dikategorikan efektif apabila rasio yang dicapai minimal satu atau 100 % (persen). Namun demikian, semakin tinggi rasio efektivitas, maka kemampuan daerahpun semakin baik”.

Pengertian efektivitas menurut para ahli berikutnya yaitu menurut Sumarsan (2013, hal 83) “Efektivitas adalah hubungan antara keluaran suatu pusat pertanggungjawaban dengan sasaran yang harus dicapai. Semakin besar kontribusi keluaran yang dihasilkan terhadap nilai pencapaian sasaran tersebut, maka dapat dikatakan semakin efektif pula unit tersebut”.

Berdasarkan dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa efektivitas adalah suatu keadaan yang menunjukkan sejauh mana rencana dapat tercapai. Semakin banyak rencana yang dapat dicapai, semakin efektif pula kegiatan tersebut. Sehingga kata efektivitas dapat diartikan juga sebagai tingkat keberhasilan yang dapat dicapai dari suatu cara atau usaha tertentu sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai.

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung tingkat efektivitas penerimaan Pajak Reklame yaitu :

$$\text{Efektivitas} = \frac{\text{Realisasi Penerimaan Pajak Reklame}}{\text{Target Penerimaan Pajak Reklame}} * 100\%$$

Indikator dalam menilai tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame adalah sebagai berikut :

**Tabel II.I**

**Klasifikasi Kriteria Efektivitas**

<b>Indikator</b>	<b>Keterangan</b>
>100%	Sangat Efektif
90% - 100%	Efektif
80% - 90%	Cukup Efektif
60% - 80%	Kurang Efektif
<60%	Tidak Efektif

*Sumber: Ketetapan Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan*

**H. Penelitian Terdahulu**

Dalam penelitian ini selain dari pada berpedoman dari data yang diperoleh di perusahaan dan data yang didapat dari literature berupa bahan bacaan maupaun bahan perkuliahan, penulis juga mereferensikan penelitian terdahulu:

**Tabel II.II**

**Daftar Penelitian Terdahulu**

<b>NO</b>	<b>Penelitian</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Kesimpulan</b>
1	Heni Nurani Jurnal Volume 18 (2010)	Peran Pengawasan Pajak Dalam Penerimaan Pajak Reklame Di Kabupaten Garut	Peran pengawasan dalam penerimaan pajak reklame dikabupaten garut dapat

			meningkatkan penerimaan pajak reklame di kabupaten garut.
2	Siti Maidar (2016)	Analisis Pengawasan Penerimaan Pajak Reklame Pada Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Langkat	Pengawasan yang dilakukan oleh Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Langkat sudah baik namun dalam pelaksanaannya masih belum efektif karena pengawasan yang dilakukan sering tertunda dan kendala-kendala yang sering terjadi setiap tahunnya belum dapat diatasi oleh pihak Dispenda Kabupaten Langkat.
3	Tatjana Nabillah Skripsi (2016)	Analisis Fungsi Anggaran Sebagai Alat Pengawasan Pajak Parkir Di Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Deli Serdang	Pada tahun 2012 s/d 2016 penerima pajak parkir mengalami kenaikan. Namun tidak dibarengi pengawasan pemungutan pajak parkir yang masih belum efektif karena realisasi penerimaannya tidak mencapai target.
4	Rizka Safitri Skripsi (2016)	Analisis Pengawasan Pajak Bumi Dan Bangunan Di Kecamatan Hampan Perak	Masih rendahnya realisasi penerimaan pajak bumi dan bangunan selama 3 tahun terakhir disebabkan karena target yang dibebankan pada tahun 2013 dan 2014 mengalami kenaikan, hal ini yang menyebabkan realisasi pajak bumi dan

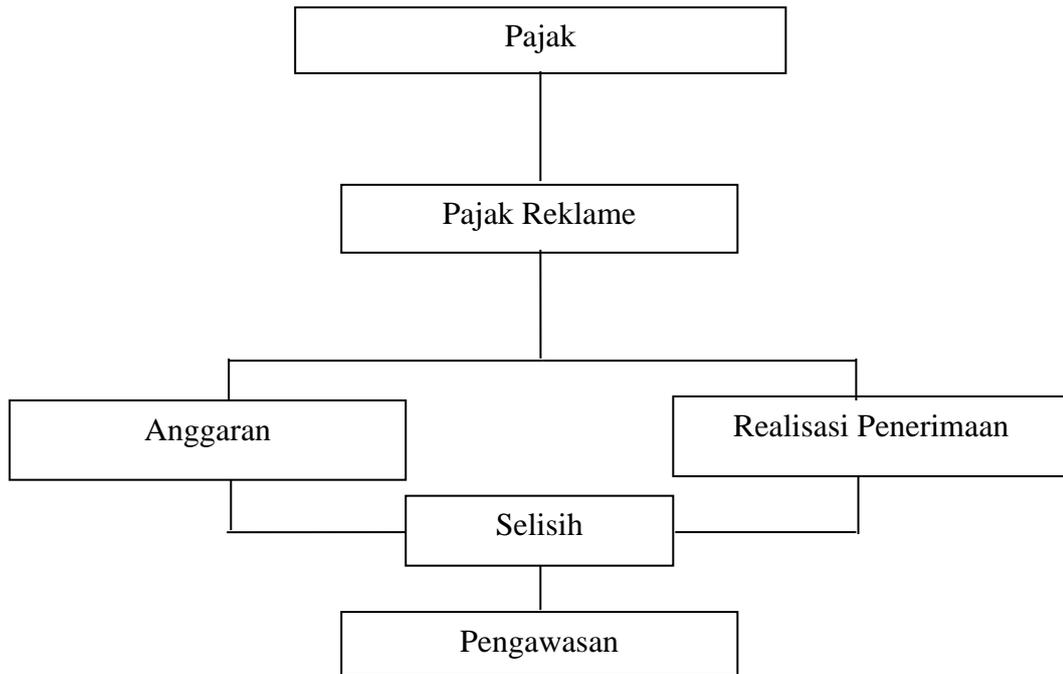
			<p>bangunan tidak mencapai target dengan baik, sedangkan pada tahun 2015 mengalami penurunan dari tahun-tahun sebelumnya besaran target yang telah ditetapkan, namun realisasi penerimaan tetap saja tidak mencapai target yang ditetapkan.</p>
--	--	--	---

## I. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting.

Bagi Pemerintahan Kota Medan, pajak reklame merupakan salah satu sumber penerimaan yang cukup besar bagi pajak daerah sehingga pendapatan asli daerah khususnya pajak reklame dalam hal ini harus benar-benar ditingkatkan setiap tahunnya. Penerimaan pajak yang diperoleh benar-benar menggambarkan potensi daerah tersebut. Proses penyusunan anggaran adalah peran dalam usaha pencapaian target Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan. Dengan menyusun anggaran, di maksudkan dapat menjadi pedoman dalam melaksanakan kegiatan. Anggaran yang dibuat digunakan untuk mengawasi penerimaan pajak salah satunya adalah pajak reklame. Dilihat dari target dan realisasi pajak reklame masih ada menimbulkan selisih sehingga dalam hal ini pengawasan perlu dilakukan

untuk mengantisipasi penyimpangan agar penerimaan pajak reklame sesuai dengan target. Kerangka pemikiran diatas dapat digambarkan sebagai berikut :



**Gambar II.I Kerangka Berpikir**

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif. Meliputi pengumpulan data, pengklasifikasian dan menganalisa data yang berhubungan dengan masalah yang dihadapi dan membandingkan dengan pengetahuan teknis (data sekunder) dengan keadaan yang sebenarnya pada perusahaan untuk mengambil kesimpulan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan menggambarkan, meringkas berbagai kondisi situasi untuk memperoleh pengetahuan tentang efektivitas pengawasan penerimaan pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan.

#### **B. Defenisi Operasional**

Defenisi operasional merupakan acuan dari landasan teoritis yang digunakan untuk melakukan penelitian dimana antara variabel yang satu dengan yang lainnya dapat dihubungkan sehingga penelitian ini dapat disesuaikan dengan data yang diinginkan. Adapun defenisi dari penelitian ini adalah.

Fungsi anggaran sebagai alat pengawasan yaitu untuk mengevaluasi suatu pekerjaan dengan melihat bagaimana perbandingan antara realisasi dengan rencana dan kemudian melakukan tindakan apabila dirasa perlu jika

terdapat penyimpangan yang merugikan perusahaan, maka alat ukur yang bias digunakan adalah dengan cara:

- Membandingkan target dan realisasi penerimaan pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan.
- Melihat tindakan perbaikan dalam hal anggaran penerimaan jika terjadi penyimpangan.

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

Tempat Penelitian

Pada hal ini penulis telah melakukan riset penelitian di Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan Jln. Jenderal Abdul Haris Nasution No.32

Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Agustus sampai dengan Oktober 2017.

**Tabel III.I**  
**Waktu Penelitian**

Kegiatan	Juni				Juli				Agustus				September				Oktober			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul		■	■	■																
Pra Riset				■	■	■	■													
Penyusunan Proposal					■	■	■	■												
Bimbingan Proposal								■	■	■	■									
Seminar Proposal												■	■	■						
Riset													■	■	■	■				
Penyusunan Skripsi															■	■	■	■		
Bimbingan Skripsi																■	■	■	■	
Sidang Meja Hijau																			■	■

**D. Jenis dan Sumber Data**

**Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kuantitatif berupa data berbentuk angka-angka yang didapat secara langsung dari hasil penelitian.

**Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan data yang bersumber dari data sekunder, data sekunder adalah data yang sudah tersedia dikutip oleh peneliti guna kepentingan penelitiannya. Data sekunder yang diperoleh

berupa data dokumentasi jumlah hasil dari target dan realisasi pajak reklame pada tahun 2012 sampai dengan 2016.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut.

1. Dokumentasi, yaitu dengan cara mengumpulkan data-data pendukung yang dibutuhkan dari dokumen yang dimiliki Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan
2. Wawancara, yaitu dengan melakukan tatap muka dengan narasumber yang dapat memberikan informasi sehubungan dengan topik yang diteliti pada penelitian ini.

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

Penelitian ini adalah penelitian deksriptif, dengan lebih banyak bersifat uraian dari hasil wawancara dan studi dokumenter. Data yang telah diperoleh akan di analisis secara kualitatif serta diuraikan dalam bentuk deskriptif. Teknik analisis yang digunakan adalah sebagai berikut.

1. Mengumpulkan data berupa target dan realisasi penerimaan pajak reklame daerah kota medan dari tahun 2012 - 2016
2. Menganalisis data sehingga memberikan suatu gambaran yang sebenarnya mengenai keadaan perusahaan, data-data itu mengenai target dan realisasi pajak reklame.
3. Menarik kesimpulan dan saran.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Deskripsi Data

Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan diperoleh data berupa tabel target dan realisasi penerimaan pajak reklame selama 5 (lima) tahun yaitu dari tahun 2012 s/d 2016 sebagai berikut.

Tabel IV.II

**Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Badan  
Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan**

**Tahun 2012-2016**

<b>Tahun</b>	<b>Target Pajak Reklame</b>	<b>Realisasi Pajak Reklame</b>	<b>Capaian (%)</b>	<b>Efektivitas</b>
<b>2012</b>	<b>Rp. 56.161.250.000,-</b>	<b>Rp. 25.954.919.442,-</b>	<b>46.21%</b>	<b>Tidak Efektif</b>
<b>2013</b>	<b>Rp. 69.161.250.000,-</b>	<b>Rp. 23.348.045.567,-</b>	<b>33.76%</b>	<b>Tidak Efektif</b>
<b>2014</b>	<b>Rp. 59.161.250.000,-</b>	<b>Rp. 6.998.831.867,-</b>	<b>11.83%</b>	<b>Tidak Efektif</b>
<b>2015</b>	<b>Rp. 29.256.425.000,-</b>	<b>Rp. 9.282.185.619,-</b>	<b>26.29%</b>	<b>Tidak Efektif</b>
<b>2016</b>	<b>Rp. 19.304.000.000,-</b>	<b>Rp. 12.591.242.919,-</b>	<b>65.23%</b>	<b>Kurang Efektif</b>

*Sumber: Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan*

Dari tabel diatas mengenai target dan realisasi pajak reklame pada tahun 2012 dapat dilihat bahwa target pajak reklame sebesar 56.161.250.000 dan realisasi sebesar 25.954.919.442 dengan persentase 46,21% atau dengan kata lain pada tahun ini target telah ditetapkan tidak

tercapai. Target pajak reklame pada tahun 2013 sebesar 69.161.250.000 dan realisasi sebesar 23.348.045.567 dengan persentase 33,76% atau dengan kata lain pada tahun ini target yang telah ditetapkan tidak tercapai. Target pajak reklame pada tahun 2014 sebesar 59.161.250.000 dan realisasi sebesar 6.998.831.867 dengan persentase sebesar 11,83% atau dengan kata lain pada tahun ini target yang telah ditetapkan tidak tercapai. Target pajak reklame pada tahun 2015 sebesar 29.256.425.000 dan realisasi sebesar 9.282.185.619 dengan persentase sebesar 26,29% atau dengan kata lain pada tahun ini target yang telah ditetapkan tidak tercapai. Target pajak reklame pada tahun 2016 sebesar 19.304.000.000 dan realisasi sebesar 12.591.242.919 dengan persentase sebesar 65,23% atau dengan kata lain pada tahun ini target yang telah ditetapkan tidak tercapai.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan tentang data pajak reklame berdasarkan dokumentasi, penulis menemukan beberapa masalah yang patut diteliti yaitu terdapat kendala-kendala dan penyimpangan dalam pelaksanaan kegiatan pengawasan dalam penerimaan pajak reklame.

## **2. Hasil Wawancara**

Untuk melengkapi data dilakukan wawancara kepada petugas pajak yang mempertanyakan pertanyaan berupa, faktor penyebab belum tercapainya realisasi penerimaan pajak reklame, apakah anggaran sudah berfungsi sebagai alat pengawasan (data terlampir).

## **B. Pembahasan**

### **1. Faktor-Faktor Penyebab Belum Tercapainya Target Pajak**

#### **Reklame**

Berdasarkan data yang sudah dianalisis maka dapat dikatakan faktor-faktor penyebab belum tercapainya target pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan adalah sebagai berikut:

- a. Kurang optimalnya bagi petugas pajak dalam menghimbau wajib pajak.
- b. Belum adanya sanksi tegas bagi penunggak pajak reklame.
- c. Banyaknya wajib pajak yang tidak melaporkan.
- d. Masyarakat masih mengharapkan adanya pemutihan tunggakan pajak reklame.

Adapun proses pengawasan terhadap pemungutan pajak reklame adalah sebagai berikut:

- a. Menentukan target penerimaan pajak reklame yaitu menetapkan besaran dari target pajak reklame dengan cara membuat perhitungan potensi pajak reklame untuk tahun berikutnya berdasarkan penerimaan pajak reklame tahun lalu dan dengan memperhitungkan perkembangan atau pembangunan yang ada di Kota Medan. Untuk besaran target pajak ditetapkan oleh DPRD Kota Medan.

- b. Penentuan pengukuran pelaksanaan kegiatan pemeriksaan pemungutan pajak reklame. Melakukan kegiatan pemeriksaan setiap 3 (tiga) bulan sekali terhadap wajib pajak.
- c. Pengukuran pelaksanaan kegiatan penjagaan terhadap wajib pajak dengan terjun langsung ke lapangan. Melaksanakan kegiatan nyata dengan mengadakan *mapping* terhadap seluruh wajib pajak reklame yang potensinya dianggap tidak sesuai dengan pembayaran pajaknya.
- d. Membandingkan kegiatan penjagaan dan pemeriksaan dengan target yang telah ditetapkan dan menganalisis penyimpangan yang terjadi. Maka dapat dilihat penyimpangan yang terjadi yang menyebabkan target tidak dapat tercapai, hal tersebut dikarenakan adanya wajib pajak yang tidak patuh pada aturan perpajakan yang berlaku.

Adapun identifikasi penyebab terjadinya penyimpangan adalah sebagai berikut:

- a. Ditetapkan wajib pajak yang tidak menagih tarif pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- b. Tidak semua wajib pajak mengindahkan surat tagihan pajak yang telah diterbitkan oleh Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan.
- c. Wajib pajak belum sepenuhnya melaporkan dan menyetorkan pajak sesuai dengan yang dikutip dari subjek pajak.

- d. Adanya wajib pajak yang tidak menyetorkan tunggakan pajaknya.
- e. Masih ada wajib pajak yang melaksanakan pembayaran tidak sesuai dengan nilai yang tercantum dalam surat ketetapan pajak daerah (SKPD).
- f. Masih ada wajib pajak yang menyampaikan surat pemberitahuan pajak daerah (SPTPD) tidak tepat waktu.
- g. Wajib pajak belum sepenuhnya melaporkan dan menyetorkan pajak sesuai dengan yang dikutip dari subjek pajak.
- h. Terdapat wajib pajak yang menutup usahanya tanpa pemberitahuan.
- i. Banyaknya ditemukan pemasangan objek reklame liar tanpa izin dan juga tidak mengurus pajaknya.
- j. Masih banyak wajib pajak reklame yang tidak melakukan pembongkaran atas objek pajak reklamenya yang sudah berakhir masa berlakunya dan tidak melakukan perpanjangan.
- k. Masih banyak wajib pajak reklame yang melakukan pemasangan reklamenya tidak sesuai izin.

Setelah terjadi penyimpangan, kemudian Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota medan meningkatkan pengawasan, diantaranya sebagai berikut:

- a. Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan melalui 7 (tujuh) UPT akan meningkatkan pengawasan terhadap wajib pajak yang beroperasi di daerah Kota Medan.
- b. Bekerja sama dengan pihak lain yaitu BPKP khusus terhadap wajib pajak yang tidak mau diperiksa.
- c. Membentuk tim pemantau yang berfungsi untuk meningkatkan pembayaran pajak usaha. Tim pemantau ini akan menghimbau setiap wajib pajak yang telah selesai dilakukan pemeriksaan untuk meningkatkan pembayaran rutin SPTPD sesuai dengan hasil pemeriksaan.
- d. Membentuk tim terpadu penegak peraturan daerah terhadap tempat usaha dalam rangka peningkatan pendapatan asli daerah Kota Medan tahun anggaran 2017. Tim ini bertugas:
  - 1) Meneliti izin usaha yang dimiliki oleh usaha perseorangan dan badan usaha.
  - 2) Meneliti dan memeriksa surat/kwitansi pembayaran pajak dan/atau retribusi kepada pemilik usaha apakah telah membayar atau terdapat tunggakan atau penyimpangan yang dilakukan oleh usaha perseorangan atau badan usaha.
  - 3) Memberikan sanksi yang tegas kepada pemilik usaha yang tidak melunasi dan/atau adanya tunggakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Adapun masalah yang dihadapi dalam pelaksanaan pengawasan pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan adalah:

- a. Wajib pajak yang tidak jujur dalam pembayaran pajaknya atau tidak benar dalam melaporkan kegiatan usahanya baik mulai operasi maupun pelaporan keuangan seperti pembayaran yang tidak sesuai dengan nilai yang tercantum dalam surat ketetapan pajak daerah (SKPD).
- b. Masih ada wajib pajak yang menyampaikan surat pemberitahuan pajak daerah (SPTPD) tidak tepat waktu.
- c. Terdapat wajib pajak yang menutup usahanya tanpa pemberitahuan.

Untuk mengantisipasi kendala tersebut, Badan Pengelola Pajak dan Retribusi daerah Kota Medan berupaya sebaik mungkin untuk menyusun strategi agar dapat meningkatkan pengawasan dengan melakukan kegiatan sebagai berikut:

- a. Menjalinkan hubungan baik dengan wajib pajak serta memberikan pelayanan prima. Melalui pendekatan ini diharapkan wajib pajak mendapatkan perlindungan, fasilitas dan kenyamanan dari pihak Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah kota Medan sehingga terjadi kerja sama yang baik untuk kedua pihak.
- b. Melakukan operasi lapangan, melalui operasi ini dilakukan pemantauan untuk objek pajak reklame. Untuk melihat izin

usaha yang telah kadaluwarsa dan segera memberitahu kepada wajib pajak agar mengurus perizinan usahanya yang telah kadaluwarsa, dan menghimbau agar mengurus denda atau sanksi administrasi atau keterlambatan pengurusan izin usaha yang dimilikinya.

- c. Melakukan strategi sosialisasi yaitu dengan cara menghimbau masyarakat agar patuh terhadap pajak daerah dan menambah kesadaran masyarakat akan pentingnya membayar pajak.
- d. Melakukan kerja sama dengan pihak ketiga yaitu polisi, pamong praja, kejaksaan, pariwisata untuk melancarkan kegiatan pengawasan yang dilakukan oleh pihak Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan.
- e. Melakukan penagihan langsung yaitu dengan mendatangi langsung wajib pajak khusus bagi wajib pajak yang memiliki tunggakan pajak atau usahanya, dan juga langsung membebaskan denda atau sanksi administrasi tunggakan tersebut.
- f. Menghimbau masyarakat dengan cara memasang spanduk peringatan agar mendirikan reklame sesuai dengan ketentuan yang berlaku, dan menghubungi nomor pemilik yang tertera pada objek reklame agar mengurus perizinan usahanya.

## **2. Fungsi Anggaran Sebagai Alat Pengawasan Penerimaan Pajak Reklame Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan**

Dari data yang sudah dianalisis maka dapat dikatakan bahwa fungsi anggaran sebagai alat pengawasan belum dijalankan dengan baik sehingga penerimaan pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan belum efektif, hal ini terlihat dari realisasi penerimaan pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan dimana tingkat realisasi penerimaannya belum mencapai 100%. Hal ini sesuai dengan teori Abdul Halim (2007, hal 324) “Kemampuan daerah dalam menjalankan tugasnya dikategorikan efektif apabila rasio yang dicapai minimal 1 atau 100%.

Anggaran penerimaan pajak reklame dapat dijadikan sebagai alat pengawasan untuk mencapai tujuan yang diharapkan, disamping sebagai alat pengawasan, anggaran juga dijadikan sebagai pedoman kerja dan alat koordinasi bagi Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan, untuk mencapai tujuan yang diharapkan anggaran yang telah ditetapkan dibandingkan dengan realisasi pendapatan.

Selisih antara anggaran pendapatan dan realisasi pendapatan dianalisa lebih lanjut. Anggaran diperlukan oleh Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan sebagai alat pengawasan terhadap pelaksanaan (realisasi) dari rencana tersebut diwaktu yang akan datang. Dengan adanya anggaran maka perusahaan mempunyai tolak ukur untuk menilai realisasi kegiatan perusahaan dengan membandingkan antara yang termuat dalam anggaran dengan realisasi kerja yang telah dilakukan sehingga dewan komisaris dapat menilai apakah manajemen telah bekerja dengan baik dalam perencanaan pelaksanaan kegiatan operasi perusahaan.

Kegunaan anggaran pendapatan yang direncanakan Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan sebagai alat pengawasan diantaranya adalah:

- a. Untuk menetapkan sasaran yang ditargetkan dalam menyusun anggaran harus disesuaikan dengan kemampuan yang dimiliki oleh instansi Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan.
- b. Untuk mempertimbangkan faktor yang dimiliki Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan.
- c. Data-data kuantitatif yang dipergunakan dalam menyusun anggaran harus ditaksir secara ilmiah.
- d. Anggaran harus dapat disesuaikan dengan perubahan yang dapat terjadi.

Bila menyusun anggaran pendapatan secara cermat dan baik akan mendatangkan manfaat-manfaat bagi Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan sebagai berikut:

- a. Mendorong setiap individu yang tergabung dalam komite anggaran untuk berfikir kedepannya.
- b. Mendorong terjadinya kerja sama antara masing-masing bagian karena menyadari mereka tidak dapat berdiri sendiri.
- c. Mendorong adanya pelaksanaan atas asas partisipasi, karena setiap bagian terlibat untuk ikut serta memikirkan kegiatan kerjanya

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan penelitian serta analisis yang penulis uraikan pada bab sebelumnya, maka penulis akan mencoba menarik kesimpulan, mengenai pengawasan penerimaan pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan dan keterbatasan yang dihadapi peneliti, selanjutnya memberikan saran-saran sehubungan dengan uraian-uraian yang telah dilakukan.

#### **A. Simpulan**

1. Adapun yang menyebabkan penerimaan pajak reklame tidak mencapai target yang telah ditetapkan disebabkan oleh faktor-faktor. Kurang optimalnya bagi petugas pajak dalam menghimbau wajib pajak. Belum adanya sanksi tegas bagi penunggak pajak reklame. Banyak wajib pajak yang tidak melaporkan. Masyarakat masih mengharapkan adanya pemutihan tunggakan pajak reklame
2. Anggaran belum dijalankan dengan baik sebagai alat pengawasan pajak reklame. hal ini dapat terlihat dari tingkat penerimaan pajak reklame yang diterima oleh Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan yang masih belum mencapai target yang telah ditentukan.

#### **B. Saran**

Dalam upaya mensukseskan penerimaan pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan pada tahun yang akan datang penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Untuk Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan agar melakukan koordinasi sesering mungkin kepada aparat bawahannya agar pendapatan realisasi pajak reklame di Kota Medan meningkat.
2. Meningkatkan kegiatan penyuluhan kepada masyarakat yang dapat membuka pola pikir masyarakat untuk meyakinkan betapa pentingnya pajak yang mereka bayarkan untuk kelangsungan kegiatan dan pembangunan pada Kota Medan sehingga mereka tergugah untuk membayar pajak.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Yani. (2009). *Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah di Indonesia Edisi Revisi Keempat*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Arfan Iksan dkk. (2014). *Akuntansi Sektor Publik*. Bandung: Citapustaka Media.
- Heni Nurani (2010). “*Peran Pengawasan Pajak Dalam Penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Garut*”, *Jurnal Akuntansi*. Vol 18, Mei 2010:32-43.
- Julita dan Jufrizen. (2014). *Penganggaran Perusahaan*, Bandung: Citapustaka Media.
- Mardiasmo. (2009). *Perpajakan Edisi Revisi 2009*. Yogyakarta: ANDI
- Muindro Renyowijoyo. (2008). *Akuntansi Sektor Publik: Organisasi Non Laba*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Nafarin. (2012) *Perusahaan Penganggaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Peraturan Daerah Kota Medan No.11 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame
- Peraturan Walikota No.17 Tahun 2014 Tentang Petunjuk Teknis Pajak Reklame
- Rizka Safitri (2016). “*Analisis Pengawasan Pajak Bumi Dan Bangunan di Kecamatan Hamparan Perak*”. *Skripsi Akuntansi*’ Universitas Sumatera Utara.
- Siti Maidar (2016). “*Analisis Pengawasan Penerimaan Pajak Reklame Pada Dinas pendatapan Kabupaten Langkat*”. *Skripsi Akuntansi*’ Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Tatjana Nabillah (2016). “*Analisis Fungsi Anggaran Sebagai Alat Pengawasan Penerimaan Pajak Parkir Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten*

*Deli Serdang*". Skripsi Akuntansi' Universitas Muhammadiyah  
Sumatera Utara.

Undang-Undang No.28 Tahun 2009 Tentang Pajak dan Retribusi Daerah.