

**ANALISIS PENERIMAAN DAN EFEKTIVITAS PENGAWASAN  
PAJAK REKLAME DI BADAN PENGELOLAAN PAJAK  
DAN RETRIBUSI DAERAH KOTA MEDAN**

**SKRIPSI**

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



**Oleh:**

**Nama : M.FADLI HIDAYAT**  
**NPM : 1305170637**  
**Program Studi : AKUNTANSI**

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



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

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

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI**

Panitia Ujian Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada hari Selasa, tanggal 03 April 2018, Pukul 08.00 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan dan seterusnya:

**MEMUTUSKAN**

Nama : M. FADLI HIDAYAT  
N P M : 1305170637  
Program Studi : AKUNTANSI  
Judul Skripsi : ANALISIS PENERIMAAN DAN EFEKTIVITAS PENGAWASAN PAJAK REKLAME DI KOTA MEDAN

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

**TIM PENGUJI**

Penguji I

Drs. H. SUCIPTO, Ak, MM

Penguji II

RIVA UBAR HRF, SE, Ak, M.Si, CA, CPAI

Pembimbing

NOVI FADHILA, S.E., M.M

**PANITIA UJIAN**

Ketua

Sekretaris

H. JANURI, S.E., M.M., M.Si

ADE GUNAWAN, S.E., M.Si



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

Jl. Kapt. Mukhtar Basri No.3 Telp. (061) 6623301 Fax. (061) 6625474

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh:

Nama : M. FADLI HIDAYAT  
N P M : 1305170637  
Program Studi : AKUNTANSI  
Konsentrasi : AKUNTANSI PERPAJAKAN  
Judul Skripsi : ANALISIS PENERIMAAN DAN EFEKTIVITAS PENGAWASAN  
PAJAK REKLAME DI KOTA MEDAN

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam Ujian Mempertahankan skripsi.

Medan, Maret 2018

Pembimbing Skripsi

  
(NOVI FADHILA, S.E., M.M)

Diketahui/Disetujui  
oleh:

Ketua Program Studi Akuntansi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU



(FITRIANI SARAGIH, SE, M.Si)

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU





(H. JANURI, SE, MM, M.Si)



## PERNYATAAN SKRIPSI

Saya saya bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. FADLI HIDAYAT  
NPM : 1305170637  
Program : Strata-1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Akuntansi

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa data-data dalam skripsi atau data-data lainnya adalah benar saya peroleh dari Badan Pengelolaan Pajak Dan Retibusi Daerah Kota Medan.

Dan apabila ternyata dikemudian hari data-data dari skripsi ini salah dan merupakan hasil **PLAGIAT** karya orang lain maka dengan ini saya bersedia menerima sanksi akademik.

Medan, Maret 2018  
Saya yang menyatakan



**M. FADLI HIDAYAT**

## **ABSTRAK**

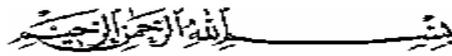
### **M.FADLI HIDAYAT NPM 1305170637.ANALISIS PENERIMAAN DAN EFEKTIVITAS PENGAWASAN PAJAK REKLAME DI BADAN PENGELOLAAN PAJAK DAN RETRIBUSI DAERAH KOTA MEDAN.**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Penerimaan dan tingkat Efektivitas Pengawasan Pajak Di Reklame Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan. Dengan menggunakan teori pengawasan atau rumus analisis efektivitas penerimaan dan pengawasan pajak reklame di Kota Medan pada tahun 2014 s/d tahun 2017. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan realisasi penerimaan pajak daerah dari Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan tahun 2014 s/d tahun 2017, disertai dengan data primer yang diolah oleh peneliti seperti data wawancara maupun data sekunder lainnya. Formula yang digunakan untuk efektivitas adalah perbandingan antara realisasi penerimaan pajak reklame dengan target penerimaan pajak reklame. Relisasi Penerimaan di BPPRD dinyatakan kurang efektif dalam pemungutan dan pengawasan pajak dengan nilai presentase di bawah 100%. Efektivitas pajak reklame di Kota Medan cukup besar dilihat dari jumlah reklame yang terpasang di setiap sudut dan tempat-tempat yang diperbolehkan memasang reklame.

**Kata Kunci: Pengawasan Pajak Reklame, Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame, dan**

**Laporan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame**

## KATA PENGANTAR



*Assalamu' Alaikum Wr. Wb*

Puji dan Syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT Yang telah memberikan kesehatan dan rahmatnya yang berlimpah sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan proposal ini. Serta tidak lupa sholawat dan salam kepada Rasulullah SAW yang telah menjadi suri tauladan bagi kita semua.

Proposal Berjudul “ **Analisis Potensi Dan Efektivitas Pajak Reklame Di Kota Medan** ”. Ini disusun sebagai bagian untuk memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Unuversitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian proposal ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kesempurnaan cinta dari Allah SWT, yang sangat istimewa orangtua tercinta **Ayahanda Sufirman** dan **Ibunda Elmiwati** yang telah memberikan curahan kasih sayang, perhatian, dan pengorbanan serta do'a yang tulus sehingga penulis mempunyai semangat dan kemauan yang keras untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak **Dr H. Agussani, MAP** selaku rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak **Zanuri, SE, M.M, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

4. Bapak **Ade Gunawan, SE, M.Si** selaku wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu **Fitriani Saragih, SE, M.Si** selaku ketua Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu **Zulia Hanum, SE, M.Si** selaku sekretaris program studi akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu **Novi Fadhila, SE, M.Si** selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun Skripsi ini.
8. Bapak dan ibu dosen serta pegawai tata usaha biro fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Bapak/ibu pimpinan dan seluruh pihak badan penegelola pajak dan retribusi daerah kota medan yang telah membantu dan memperlancar penulis dengan memberikan data untuk melakukan penelitian.
10. Kepada Abang, kakak, dan adik penulis, **Roni Firsya, S.T Meiginasari Lubis, S.Pd, Mimi Firman**, Sebagai penyemangat penulis dalam menyusun proposal ini.
11. Terimakasih kepada sahabat tersayang, **Aidil Kurniaan, Noval Chaesar, Fachri miraza, Doni Lahanda Syaf, Afdal Herman**, dan lain – lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari dalam menyusun proposal ini masih terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Penulis menyerahkan segalanya kepada ALLAH SWT, semoga budi baik dan semua pihak mendapatkan balasan dariNya, Amin Ya Robbal Alamin.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Medan, Februari 2018

Penulis

**M.FADLI HIDAYAT**

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	8
C. Batasan dan Rumusan Masalah .....	9
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>12</b>
A. Uraian Teoritis .....	12
1. Analisa Laporan Keuangan.....	12
a. Pengertian Analisa Laporan Keuangan .....	12
b. Tujuan dan Manfaat Analisa Laporan Keuangan.....	13
c. Indikator Analisa Ratio Keuangan.....	15
d. Faktor–faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan..	16
e. Jenis-jenis Analisa Laporan Keuangan.....	17
2. Rasio Likuiditas .....	18
a. Pengertian Rasio Likuiditas .....	19
b. Manfaat Rasio Likuiditas .....	19
c. Jenis-jenis Rasio Likuiditas .....	21
3. Rasio Aktivitas.....	23

a.	Pengertian Rasio Aktivitas.....	24
b.	Manfaat Rasio Aktivitas .....	25
c.	Jenis-jenis Rasio Aktivitas.....	26
B.	Kerangka Berfikir .....	30
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>33</b>
A.	Pendekatan Penelitian .....	33
B.	Definisi Operasional.....	33
C.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	36
D.	Teknik Pengumpulan Data .....	37
E.	Teknik Analisis Data.....	38
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>40</b>
A.	Hasil Penelitian.....	40
B.	Pembahasan.....	46
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>54</b>
A.	Kesimpulan.....	54
B.	Saran .....	55

**DAFTAR PUSTAKA**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

**LAMPIRAN - LAMPIRAN**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Sebagai negara berkembang, Indonesia memiliki fungsi dalam mengusahakan kesejahteraan dan kemakmuran rakyatnya. Agar dapat mewujudkan hal tersebut, segala potensi dan sumber daya yang ada harus dialokasikan secara efektif dan efisien secara terus menerus yang disebut dengan pembangunan nasional. Dalam mewujudkan pembangunan nasional bukan hanya menjadi tanggung jawab dari pemerintah pusat saja, tetapi pemerintah daerah juga memiliki peran yang sama untuk keberhasilan tersebut. Hal ini terlihat pada pemerintah pusat melalui otonomi kepada pemerintah daerah untuk mengelola daerahnya sendiri.

Pemerintah daerah diberi kebebasan dalam merancang dan melaksanakan anggaran perencanaan dan belanja daerah. Pemerintah juga diberi kebebasan untuk mengelola sumber-sumber keuangan daerah berdasarkan Undang-Undang No. 22 tahun 1999 pemerintah daerah.

Adanya peningkatan pada sektor industri, perdagangan dan jasa yang disebabkan oleh fasilitas tersebut maka wadah untuk pemasaran produk pun semakin banyak dibutuhkan, tidak hanya lewat media cetak, media elektronik, juga semakin banyak dibutuhkan. Lahirnya media baik cetak maupun elektronik, dijadikan modal besar untuk para pengguna sektor perdagangan, salah satu yang paling diminati adalah pemasaran yang menguntungkan dan sangat efektif. Reklame dianggap mampu menarik calon konsumen karena reklame dapat diakses

semua pihak. Hal ini menjadikan reklame sebagai salah satu potensi dan perlu untuk diperhatikan oleh pemerintah, baik dalam hal pemberian aturan dan tarif pemasangan reklame yang diatur oleh Undang-Undang maupun Peraturan Daerah.

Di samping itu dalam hal penyelenggaraan pengawasannya telah di atur oleh perda no.17 tahun 2014 pasal 24-26. Sistem pengawasan meliputi struktur organisasi, metode dan ukuran-ukuran yang dikoordinasikan untuk menjaga kekayaan organisasi, mengecek ketelitian dan keandalan data akuntansi, mendorong efisiensi dan mendorong dipatuhinya kebijakan manajemen.” (Mulyadi).Pengawasan di lakukan oleh pihak BPPRD dan di bantu oleh Satuan Pamong Praja (Satpol PP).

Menurut Mardiasmo menyatakan bahwa “Pengawasan adalah mengacu pada tindakan atau kegiatan yang dilakukan oleh pihak luar esksekutif untuk mengawasi kinerja pemerintah.”

Pengawasan anggaran merupakan sistem penggunaan bentuk sasaran yang telah ditetapkan dalam suatu anggaran untuk mengawasi kegiatan-kegiatan menejerial, dengan melakukan perbandingan pelaksanaan nyata dengan direncanakan. Jadi perencanaan anggaran adalah penetapan standar sebagai langkah pertama dalam pengawasan menurut Simbolon menyatakan bahwa “ pengawasan bertujuan agar hasil pelaksanaan pekerjaan diperoleh secara efisien dan efektif sesuai rencana yang telah ditentukan sebelumnya”.

Pengawasan pajak reklame adalah sebuah proses di dalam menetapkan ukuran dari kinerja dan juga pengambilan tindakan yang dapat mendukung dalam

pencapaian hasil yang diharapkan agar sesuai dengan kinerja yang sudah ditetapkan. Atau juga dapat diartikan ialah sebuah proses agar dapat memastikan bahwa segala aktivitas yang terlaksana sesuai seperti apa yang sudah direncanakan.

Kurniawan dan Purwoto Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame, sedangkan yang dimaksud dengan reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersil, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau dapat dilihat, dibaca, dan didengar dari suatu tempat oleh umum kecuali yang dilakukan oleh pemerintah.

Alasan peneliti meneliti masalah ini adalah untuk mengetahui penerimaan dan efektivitas pengawasan pajak reklame sudah sesuai peraturan pemerintahan, dimana perkembangan usaha-usaha mulai dari menengah kebawah hingga yang menengah keatas cukup pesat dikota medan, seharusnya diikuti dengan meningkatnya penerimaan pajak daerah, yang terlihat pada laporan realisasi penerimaan pajak daerah 2014-2017 dan jumlah WP reklame yang terdaftar pada Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan. Jumlah WP reklame pada Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan pada tahun 2014 sebesar 3052, pada tahun 2015 sebesar 3.582 pada tahun 2016 sebesar 5731 pada tahun 2017 sebesar 6201. Data tersebut berdasarkan jumlah perizinan yang diterbitkan oleh BPPRD. Jumlah WP reklame mengalami peningkatan sebesar 530 perizinan dari tahun 2014 ke tahun 2015 dari tahun 2015 ke 2016 sebesar 2149 perizinan dan dari tahun 2016 ke 2017 naik sebesar 470.

Adapun manfaat dilakukannya penelitian ini untuk memberikan wacana pada Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan mengenai tingkat Penerimaan pajak reklame dan Efektivitas Pengawasannya sehingga pihak Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan dapat lebih mengoptimalkan pengumpulan pajak khususnya pajak reklame.

Adapun target dan realisasi penerimaan pajak reklame Kota Medan tahun 2014 sampai tahun 2017 diuraikan sebagai berikut :

**Tabel 1.1**

**Target dan Realisasi Pajak Reklame Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan**

No	Tahun	Target	Realisasi	Persentase
1	2014	-	6.998.831.867	16,26%
2	2015	29.256.425.000	9.282.185.619	31,73%
3	2016	19.304.000.000	12.591.242.919	65,23%%
4	2017	19.304.000.000	18.486.827.638	95,77%

*Sumber data:Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan*

Berdasarkan tabel diatas, realisasi penerimaan pajak reklame Kota Medan tahun 2014 adalah sebesar 6.998.831.867 dan pada tahun 2014 BPPRD tidak mempunyai target dalam pemungutan pajak reklame dikarenakan pada tahun sebelumnya pajak reklame dikelola oleh Dinas Pertamanan. Pada tahun 2015 realisasi pajak reklame sebesar 9.282.185.619,25 dan target sebesar

29.256.425.000. persentase target dan realisasi sebesar 31,73% dan pada tahun 2016 target menurun menjadi 219.304.000.000 dan realisasinya 12.591.242.919 persentasenya sebesar 65,23% dan pada tahun 2017 target tetap sebesar 19.304.000.000 dan realisasinya 18.486.827.638 persentasenya sebesar 95,77%.

Fenomena yang dapat diambil melalui data diperoleh dari Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan yaitu belum terealisasinya penerimaan pajak reklame sesuai target yang ditentukan setiap tahunnya dan dapat dikatakan belum efektif serta belum mempunyai Potensi pada Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan. Seperti diungkapkan oleh Mahmudi dimana dia menyatakan efektivitas merupakan hubungan antara keluaran dengan tujuan atau sasaran yang harus dicapai. Dikatakan efektif apabila proses kegiatan mencapai tujuan dan sasaran akhir kebijakan. Semakin besar output yang dihasilkan terhadap pencapaian dan sasaran yang ditemukan, maka semakin efektif proses kerja suatu unit organisasi.

Berdasarkan penelitian dari garry A.C dkk, 2014 menyatakan bahwa efektivitas bertujuan untuk mengukur rasio keberhasilan. Semakin besar rasio keberhasilan maka semakin efektif. Standar minimal rasio keberhasilan adalah 100% atau 1(satu) dimana realisasinya sama dengan target yang telah ditentukan. Rasio dibawah standar minimal keberhasilan dapat dikatakan tidak efektif. Sedangkan menurut Sastrohadiwiryana menyatakan bahwa “ pengawasan merupakan suatu proses dan rangkaian kegiatan untuk mengusahakan agar suatu pekerjaan dapat dilaksanakan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan dan tahapan yang harus dilalui.

Berdasarkan uraian tersebut diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul yaitu: “ **Analisis Perimaan dan Efektivitas Pengawasan Pajak Reklame di Kota Medan**”

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan sebelumnya, maka identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Rendahnya penerimaan pajak reklame pada Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan
2. Kurang efektifnya pengawasan pajak reklame pada Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian identifikasi masalah tersebut, maka penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut: Bagaimana Penerimaan dan Efektivitas Pengawasan pajak reklame pada Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan.

## **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui serta menganalisis bagaimana penerimaan dan efektivitas pengawasan pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah yang dimiliki Kota Medan.

## **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris tentang Penerimaan dan Efektifitas Pengawasan pajak Reklame pada Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan.
2. Bagi Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan dalam membuat kebijakan dalam rangka meningkatkan penerimaan daerah terutama melalui pengembangan potensi Reklame.
3. Bagi Akademis, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan dasar acuan bagi pengembangan ilmu pengetahuan dibidang perpajakan dan juga sebagai referensi dengan judul penelitian yang sejenis.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

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

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

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

Pajak merupakan suatu cara negara untuk membiayai pengeluaran secara umum disamping kewajiban suatu warga negara. Secara politik pajak merupakan partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan dan pertahanan menuju masyarakat yang berkeadilan. Oleh karena itu pajak merupakan alat paling efektif dari kebijakan fiskal untuk menggerakkan partisipasi rakyat kepada Negara.

Menurut Undang-Undang No. 28 Tahun 2007 pasal 1 “pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat”.

Menurut Soemitro, S.H. “pajak merupakan iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan Undang-Undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum”.

Menurut Sudarsono “pajak adalah iuran kepada negara yang dapat dipaksakan yang terutang oleh yang wajib membayarnya yang menurut peraturan dengan baik mendapat prestasi kembali yang langsung dapat ditunjukkan

penggunaannya dan digunakan untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum yang berhubungan dengan pelaksanaan tugas negara untuk menyelenggarakan pemerintah”.

Pajak juga dapat diartikan penyerahan sebagian kekayaan kepada negara karena suatu keadaan tertentu, kejadian dan perbuatan yang memberikan kedudukan tertentu, tetapi bukan sebagai hukuman tetapi menurut pemerintah hal ini dapat dipaksakan tetapi tidak ada jasa timbal balik secara langsung, untuk memelihara kesejahteraan secara umum. Pajak juga dapat dipandang dari berbagai aspek, dari sudut ekonomi, pajak merupakan alat untuk menggerakkan ekonomi yang digunakan sebagai motor penggerak ekonomi rakyat. Dari sudut pandang hukum, pajak adalah masalah keuangan negara, sehingga diperlukan peraturan-peraturan pemerintah untuk mengatur permasalahan keuangan negara. Dari sudut keuangan, pajak dipandang sebagai bagian yang sangat penting.

## **b. Tujuan dan Fungsi Pajak**

Menurut R. Nuskle secara umum tujuan yang dapat dicapai dari diberlakukannya pajak adalah:

### **1) Tujuan Pajak**

1. Untuk mencapai kondisi meningkatnya ekonomi suatu negara.
2. Untuk membatasi konsumsi dan dengan demikian mentransfer sumber dari konsumsi.
3. Untuk mendorong tabungan dan menanam modal.

4. Untuk mentransfer sumber dari tangan masyarakat ke tangan pemerintah sehingga memungkinkan adanya investasi pemerintah.
5. Untuk memodifikasi pola investasi.
6. Untuk mengurangi ketimpangan ekonomi.
7. Untuk memobilisasi surplus ekonomi.

## 2) Fungsi Pajak

Fungsi pajak menurut Mardiasmo dalam bukunya yang berjudul “perpajakan” adalah sebagai berikut:

- i. Fungsi *Budgetair*, pemungutan pajak bertujuan untuk memasukkan uang sebanyak-banyaknya kedalam kas negara yang pada waktunya akan digunakan oleh pemerintah untuk membiayai pengeluaran negara baik untuk pengeluaran rutin dalam melaksanakan mekanisme pemerintahan maupun pengeluaran untuk membiayai pembangunan.
- ii. Fungsi *Mengatur*, pada lapangan perekonomian, pengaturan pajak memberikan dorongan kepada pengusaha untuk memperbesar produksinya, dapat juga memberikan keringanan atau pembesaran pajak pada para penabung dengan maksud menarik uang dari masyarakat dan menyalurkannya antara lain ke sektor produktif. Dengan adanya industri baru maka dapat menampung tenaga kerja yang lebih banyak, sehingga pengangguran berkurang dan pemerataan pendapatan akan dapat terlaksana untuk mencapai keadilan sosial ekonomi dalam masyarakat.

## **2. Pajak Reklame**

### **a. Pengertian pajak reklame**

Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame, sedangkan yang dimaksud dengan reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersi, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa atau orang, ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau dapat dilihat, dibaca, dan didengar dari suatu tempat oleh umum kecuali yang dilakukan oleh pemerintah.

### **b. Sistem pemungutan pajak reklame**

Mekanisme pemungutan pajak reklame adalah sebagai berikut:

- 1) Pendaftaran dan pendataan
  - a) Objek dan subjek pajak reklame didaftarkan dan didata dengan mengisi formulir Surat Pendaftaran Objek Pajak Daerah (SPOPD) setelah terlebih dahulu mengajukan permohonan izin dengan melampirkan persyaratan sebagai berikut:
    1. Fotocopy identitas diri/penanggung jawab/penerima kuasa (KTP, SIM atau Paspor).
    2. Fotocopy Akte pendirian perusahaan.
    3. Surat Kuasa apabila pemilik/penanggung jawab berhalangan dengan disertai fotocopy KTP, SIM dan Paspor dari pemberi kuasa.

4. Surat perjanjian kontrak pembuatan dan pemasangan reklame, apabila diselenggarakan pihak ketiga.
  5. Izin Mendirikan Bangunan (IMB) terhadap objek pajak reklame yang pertama kali dimohonkan bagi objek pajak reklame yang memiliki konstruksi bangunan dengan luasan 10 meter bujur sangkar keatas.
  6. Gambar sketsa titik lokasi penyelenggaraan reklame, desain, dan tipologi rekame.
  7. Surat persetujuan dari pemilik tanah dan bangunan yang sah, bagi objek pajak reklame yang pertama kali dimohonkan.
- 
- 2) Wajib pajak reklame harus mengisi SPOPD secara benar, jelas, lengkap ditandatangani dan disampaikan paling lambat 15 hari setelah SPOPD diterima.
  - 3) Apabila batas waktu penyampaian formulir SPOPD jatuh pada hari libur, maka batas waktu penyampaian SPOPD jatuh pada 1 hari kerja berikutnya.
  - 4) Formulir SPOPD dianggap tidak disampaikan apabila tidak ditandatangani oleh wajib pajak dan tidak dilampirkan keterangan atau dokumen.

### **c. Wajib Pajak Reklame**

Wajib Pajak Reklame adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame. Dalam hal reklame diselenggarakan oleh orang pribadi atau badan, wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau badan tersebut. Dalam hal reklame diselenggarakan melalui pihak ketiga, pihak ketiga tersebut yang menjadi wajib pajak reklame.

### **d. Objek pajak reklame**

Objek pajak reklame adalah semua penyelenggara reklame. Objek pajak reklame terdiri atas:

- 1) Reklame papan/billboard/videotron/megatron dan sejenisnya
- 2) Reklame kain
- 3) Reklame melekat
- 4) Reklame selebaran
- 5) Reklame berjalan termasuk pada kendaraan
- 6) Reklame udara
- 7) Reklame apung
- 8) Reklame suara
- 9) Reklame film slide
- 10) Reklame peragaan

**e. Yang bukan objek pajak reklame**

Tidak termasuk objek pajak reklame, antara lain:

- 1) Penyelenggaraan reklame melalui internet, televise, radio, warta mingguan, warta bulanan dan sejenisnya.
- 2) Label/merek produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan, yang berfungsi membedakan dari produk sejenis lainnya.
- 3) Nama pengenal usaha atau profesi yang dipasang melekat pada bangunan tempat usaha atau profesi yang 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.

**f. Dasar Pengenaan Pajak Reklame dan Tarif Pajak Reklame**

**1) Dasar Pengenaan Pajak Reklame**

Dasar pengenaan pajak reklame adalah nilai sewa reklame. Dalam hal reklame diselenggarakan oleh pihak ketiga, nilai sewa ditetapkan berdasarkan nilai kontrak reklame. Dalam hal reklame diselenggarakan sendiri, nilai sewa reklame dihitung dengan memperhatikan faktor jenis, bahan digunakan, lokasi penempatan, waktu, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah dan ukuran media

reklame. Dalam hak nilai sewa tidak diketahui dan dianggap tidak wajar, nilai sewa ditetapkan dengan menggunakan faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, waktu jangka waktu penyelenggaraan, jumlah dan ukuran media reklame. Tarif pajak reklame ditetapkan paling tinggi 25% (dua puluh lima persen)). Tarif pajak reklame ditetapkan oleh peraturan kepala daerah.

#### **a). Perhitungan Nilai Sewa Reklame**

Petunjuk teknis perhitungan nilai sewa reklame adalah tata cara untuk menentukan nilai jual reklame dan nilai strategis reklame yang masing-masing nilai memperhatikan faktor-faktor sebagai berikut:

1. Nilai jual reklame
  - a. Jenis Reklame
  - b. Biaya Pembuatan Reklame
  - c. Biaya Pemeliharaan Reklame
  - d. Lamanya Pemasangan Reklame
2. Nilai Jual Strategis Reklame
  - a. Persimpangan Jalan Utama Kota
  - b. Sepanjang Jalan Raya Utama Kota
  - c. Sepanjang Jalan Raya Protokol
  - d. Jalan Penghubung ke Jalan Utama
  - e. Tempat Kawasan Perdagangan
  - f. Kawasan Terminal
  - g. Kawasan Rekreasi / Taman Wisata

**b).Tata Cara Perhitungan Nilai Sewa Reklame**

1. Nilai sewa reklame dapat diperoleh dengan menambahkan Nilai jual Reklame dan Nilai Strategis Reklame.
2. Nilai Jual reklame diperoleh dengan menambahkan biaya pembuatan Reklame dengan biaya pemeliharaan.
3. Nilai Strategis Reklame diperoleh dengan menambahkan Nilai Lokasi + Nilai Kelas Jalan + Nilai Sudut Pandang.
4. Jumlah Pajak Terutang diperoleh dari hasil dari hasil perkalian Nilai Sewa Reklame dengan Tarif Pajak ( Jumlah Pajak Terutang = Nilai Sewa Reklame x Tarif ).
5. Perhitungan Nilai Sewa Reklame dan Nilai Strategis Reklame,dinyatakan dalam bentuk table dan ditetapkan dengan Keputusan Kepala Daerah.

**c).Tata Cara Pembayaran**

1. Setiap Wajib pajak mengisi Surat Pemberitahuan Pajak Daerah (SPTPD) dengan jelas,benar dan lengkap serta ditanda tangani oleh Wajib Pajak atau Khususnya, kemudian diserahkan kepada Badan Pengelola Keuangan dan Asset Daerah (BPKAD) selaku Instansi yang berwenang.
2. Kepala Dinas atau nama Kepala Daerah menetapkan pajak terutang dan menerbitkan SKPD.

3. Wajib Pajak yang telah menerima SKPD, menyetorkan jumlah pajak terutang di Kas Daerah (BPKAD) atau tempat lain yang ditunjuk oleh Kepala Daerah.
4. Pembayaran dilakukan dengan menggunakan SSPD, pembayaran pajak dilakukan sekaligus atau lunas.
5. Bentuk, jenis, isi ukuran SSPD dan tata cara pembayaran serta tanggal jatuh tempo pembayaran pajak terutang ditetapkan oleh Kepala Daerah.
6. Pajak yang terutang dilunasi selambat-lambatnya 1 bulan sejak diterbitkannya SKPD, SKPDKBT, Surat Keputusan Pembetulan, Surat Keputusan Keberatan dan Putusan Banding yang menyebabkan jumlah pajak yang harus dibayar bertambah.

**d). Tata Cara Pemasangan**

1. Pemasangan Reklame disusun dengan Bahasa Indonesia yang baik dan benar.
2. Pemasangan Reklame tidak dibenarkan dipasang di depan Kantor/Instansi Pemerintah.
3. Penyelenggaraan Reklame harus mencantumkan tanggal berlaku dan berakhir masa pajak pada bagian sebelah kanan Reklame.
4. Apabila penyelenggaraan Reklame ingin memperpanjang masa pajak, maka satu minggu sebelum berakhir masa pajak tersebut pihak penyelenggara reklame wajib mengajukan permohonan kepada petugas.

### e), Penempatan Lokasi

Dalam menentukan nilai lokasi dalam pemasangan reklame disesuaikan dengan:

1. Apabila titik lokasi pemasangan memanfaatkan Prasarana Pemerintah dengan maksud Bumi ataupun Bangunan yang merupakan kekayaan daerah akan dikenakan Biaya Beban Tambahan sebesar 50% dari jumlah Pajak.
2. Prasarana Non Pemerintah adalah yang menjadi hak perorangan atau Bahan Usaha Non Pemerintah kemudian Nilai Strategis Pemasangan Reklame ini dibedakan antara satu titik Lokasi lainnya sesuai dengan tata ruang yang ada antara lain:
  - a. Titik Lokasi Persimpangan Jalan Raya Utama Kota.
  - b. Titik Lokasi Sepanjang Jalan Raya Utama Kota.
  - c. Titik Lokasi Sepanjang Jalan Protokol Kota.
  - d. Titik Lokasi Jalan Penghubung.
  - e. Titik Lokasi Tempat Kawasan Perdagangan.
  - f. Titik Lokasi Tempat Kawasan Terminal.
  - g. Titik Lokasi Kawasan Rekreasi atau Taman Wisata.

**1. Daftar Lokasi Jalan Yang Dibenarkan Untuk Penyelenggaraan Reklame  
Di Kota Medan**

<b>A. Jalan Kelas 1 (satu)</b>		
No	Nama Jalan	Keterangan
1	A.Yani	Md Jl.Palang Merah s/d Jl.Pulau Penang
2	A.H.Nasution	Md Jl.Karya Jaya s/d Jl.S.M Raja
3	Asia	Md Jl.Sutomo s/d Jl.Kapt.Jumhana
4	Adam Malik	Md Jl.Gatot Subroto s/d Jl.Kom.Yos Sudarso
5	Asrama Pondok Kelapa	Md Jl.Gatot Subroto s/d Jl.Pertempuran
6	Brigjen Katamso	Md Jl.Suproto s/d Jl.Ir.Juanda
7	Balai Kota	Md Jl.Bukit Barian s/d Jl.Perintis Kemerdekaan
8	Bandung	Md Jl.Palangkaraya s/d Jl.Sutomo
9	Cik Ditiro	Md Jl.HZ.Arifin s/d Jl.Sudirman
10	Cirebon	Md Jl.M.T Haryono s/d Jl.Pandu
11	Dr.Mansyur	Md Jl.Jamin Ginting s/d Jl.setia Budi
12	Krakatau	Md jl.Karantina s/d Jl.Simpang Masuk Pintu Tol
13	Glugur	Md Jl.S.Parman s/d Jl.Gatot Subroto

14	Guru Patimpus	Md Jl.Putri Hijau s/d Jl.H.A.Malik
15	Gatot Subroto	Md Jembatan Jl.Sei Babura s/d Simpang Jl.Kapt.Muslim
16	Gajah Mada	Md Jl.S.Parman s/d Jl.Darussalam
17	H.Z. Arifin	Md.Jl.Imam Bonjol s/d Jl.S.Parman
18	Juanda	Md Jl.S.M Raja s/d Jl.Mongonsidi
19	Irian Barat	Md Jl.H.M Yamin s/d Jl.MT Haryono
20	Karya Jaya	Md Jl.Jamin Ginting s/d Jl.Karya Jaya
21	Yos Sudarso	Md Jl.Merak Jingga s/d Jl.Pertempuran
22	Jamin Ginting	Md Simpang Ptimura s/d Simpang Pos
23	Letda Suprpto	Md Jl.Imam Bonjol s/d Jl.Pemuda
24	Ngumban Surbakti	Md Jl.Jamin Ginting s/d Jl.Perpustakaan
25	Nibung Raya	Md Jl.Gatot Subroto s/d Jl.Perpustakaan
26	Palang Merah	Md Jl.Imam Bonjol s/d Jl.Pengadaian
27	Pandu	Md Jl.Sutomo s/d Jl.Pemuda
28	Putri Hijau	Md Jl.H.M Yamin s/d Jl.Mrak Jingga
29	Pemuda	Md Jl.Suprpto s/d Jl.Parang Merah

30	H.M Yamin	Md Jl.Putri Hjau s/d Jl.G.B.Yoshua
31	Sekip	Md Jl.Gatot Suroto s/d Jl.Gereja
32	Seti Budi	Md Jl.Sunggal s/d Jl.Jamin Ginting
33	Surabaya	Md Jl.Gatot Subroto s/d Jl.Gereja
34	Sutomo	Md Jl.Rahmadsyah s/d Jl.P.Kemerdekaan
35	Sutrisno	Md Jl.Sutomo s/d Jl.A.R.Hakim
36	S.M.Raja	Md Jl.Pandu s/d Jl.Sakti Lubis
37	S.Parman	Md Jl.Gatot Subroto s/d Jl.Sudirman
38	T.Amir Hamzah	Md Jl.Adam Malik s/d Jl.H.A.Manaf Lubis
39	Thamrin	Md Jl.P.kemerdekaan s/d Jl.Sutrisno
40	Mongonsidi	Md Jl.Kapt.Pattiura s/d Jl.Juanda
<b>B</b>	<b>Jalan Kelas 2 (dua)</b>	<b>Jalan yang tidak termasuk Kelas Jalan 1(satu) Kelas 3(tiga)</b>
<b>C</b>	<b>Kelas 3 (tiga)</b>	<b>Jala Lingkungan</b>

**2. Daftar Lokasi Jalan Yang Tidak Dibenarkan Untuk Penyelenggaraan Reklame Di Kota Medan**

No	Nama Jalan	Keterangan
1	Jend Sudirman	Md Jl.S.Parman s/d Jl.Imam Bonjol
2	Kapt.Maulana Lubis	Md Jl.S.Parman s/d Jl.Jembatan Sei Deli
3	Diponegoro	Md Jl.Jend.Sudirman s/d Jl.H.Arifin
4	Imam Bonjol	Md Jl.Kapt.Maulana Lubis s/d Jl.Ir.juanda (Kecuali Dipersimpangan Yang Dibenarkan)
5	Wali Kota	Md Jl. Jend.Sudirman s/d Jl.Ir.Juanda
6	Pengadilan	Md Jl.Kejaksaan s/d Jl.Kapt.Maulana Lubis
7	Kejaksaan	Md Jl.Imam Bonjol s/d Jl.Teuku Umar
8	Suprpto	Md Jl.Wali Kota s/d Jl.Jend.Sudirman
9	Balai Kota	Md Jl.A.Yani s/d Jl.Bukit Barisan
10	P.Penang	Md Jl.Stasiun s/d Jl.Balai Kota
11	Bukit Barisan	Md Jl.Balai Kota s/d Jl.Stasiun
12	Satsiun	Md Jl.Bukit Barisan s/d Jl.P.Penang
13	Raden Saleh	Md Jl.Jembatan Sei Delis/ Jl.Balai Kota

## 2). Tarif Pajak Reklame

Tarif Pajak Reklame ditetapkan paling tinggi sebesar 25% (dua puluh lima persen). Cara perhitungan besarnya Pajak Reklame adalah Besarnya Pajak terutang dihitung dengan cara mengalihkan tarif pajak dengan dasar pengenaan pajak reklame

Contoh:

PT.X menyelenggarakan Reklame jenis Billboard (*plat*). Ukuran  $2\text{m}^2 \times 2\text{m}^2 = 4\text{m}^2$ . Nilai Pembuatan Rp. 250.000,-/m<sup>2</sup>. Biaya Pemeliharaan 10%. Nilai Strategis Reklame Rp. 100.000(sepanjang jalan protokol) dan tarif pajaknya adalah 24%.

Jawabannya:

Maka besarnya pajak yang akan dibayar adalah:

$$\text{Luas Reklame} = 2\text{m}^2 \times 2\text{m}^2 = 4\text{m}^2$$

$$\text{Biaya pembuatan} = 4\text{m}^2 \times \text{Rp.}250.000 = \text{Rp.}1.000.000$$

$$\text{Biaya pemeliharaan} = 10\% \times \text{Rp.}1.000.000 = \text{Rp.} 100.000$$

$$\begin{array}{r} \text{Nilai Strategis} \\ \hline = \text{Rp.} 100.000 + \\ \text{Rp.}1.200.000 \end{array}$$

**Jadi pajak terutang adalah  $25\% \times \text{Rp.}1.200.000 = \text{Rp.} 300.000$**

### 3. Tolak Ukur Penilaian Potensi Pajak Daerah

Menurut Davey, terdapat 4 kriteria untuk menilai potensi pajak daerah yaitu:

#### 1. Kecukupan dan elastisitas

Ialah kemampuan untuk menghasilkan tambahan pendapat agar dapat menutup tuntutan yang sama atas kenaikan pengeluaran pemerintah dan dasar pengenaan pajaknya berkembang secara otomatis. Contoh: karena terjadi inflasi maka akan terjadi kenaikan harga-harga juga ada peningkatan jumlah penduduk dan bertambahnya pendapatan suatu daerah.

Dalam hal ini elastisitas mempunyai 2 dimensi:

*a.* Pertumbuhan potensi diri dasar pengenaan pajak itu sendiri

*b.* Sebagai kemudahan untuk memungut pertumbuhan pajak tersebut

Elastisitas dapat diukur dengan membandingkan hasil penerimaan selama beberapa tahun dengan perubahan-perubahan dalam indeks harga, penduduk maupun pendapatan nasional perkapita (GNP).

#### 1. Keadilan

Prinsip keadilan yang dimaksud disini adalah bahwa pengeluaran pemerintah haruslah dipikul oleh semua golongan masyarakat sesuai dengan kekayaan dan kesanggupan masing-masing golongan.

## 2. Kemampuan administrasi

Kemampuan administrasi yang dimaksud disini mengandung pengertian bahwa waktu yang diberikan dan biaya yang dikeluarkan dalam menetapkan dan memungut pajak sebanding dengan hasil yang mampu dicapai.

## 3. Kesepakatan politis

Kesepakatan politis diperlukan dalam pengenaan pajak, penetapan struktur tarif, memutuskan siapa yang harus membayar dan bagaimana pajak tersebut ditetapkan dan memberikan sanksi bagi yang melanggarnya.

## **4. Pengawasan**

### **a. Pengertian Pengawasan**

Pengawasan merupakan sesuatu yang tidak dapat diabaikan karena sangat menentukan didalam proses pencapaian tujuan organisasi. Pengawasan merupakan fungsi manajemen yang dimaksud untuk mengetahui apakah pelaksanaan sesuai dengan rencana yang telah disusun sebelumnya, dalam artian pengawasan membandingkan antara kenyataan dengan standar yang telah ditentukan sebelumnya. Pengawasan yang dimaksudkan untuk mencegah dan mengadakan koreksi atau pembetulan apabila pelaksanaan menyimpang dari rencana yang telah disusun. Pengawasan mengamati apa yang sedang dan telah dilaksanakan, maksudnya mengevaluasi segala kegiatan atau aktivitas dan apabila perlu menerapkan tindakan-tindakan korektif sehingga hasil pekerjaan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan sebelumnya. Pengawasan dapat dianggap sebagai aktivitas untuk menentukan, mengoreksi penyimpangan-penyimpangan yang ditentukan dalam pelaksanaan rencana-rencana yang telah ditetapkan.

Menurut Sastrohadiwirya menyatakan bahwa “ pengawasan merupakan suatu proses dan rangkaian kegiatan untuk mengusahakan agar suatu pekerjaan dapat dilaksanakan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan dan tahapan yang harus dilalui. Pengawasan mutlak diperlukan agar dalam pelaksanaannya seminimal mungkin dapat dihindari segala ketimpangan dari apa yang telah disusun sebelumnya.”

### **b. Tujuan Pengawasan**

Secara umum tujuan pengawasan adalah untuk menjamin agar pemerintah daerah berajalan sesuai rencana dan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku guna menciptakan aparatur pemerintahan yang bersih, bebas korupsi dan nepotisme. Sedangkan secara khusus menurut Abdul halim yaitu:

1. Menilai ketaatan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku
2. Menilai apakah kegiatan dengan pedoman akuntansi yang berlaku

### **c. Proses Pengawasan dan Tipe-tipe Pengawasan**

#### **1) Proses Pengawasan**

Proses pengawasan pada dasarnya dilaksanakan oleh manajemen dengan dipergunakan dua macam teknik, yaitu:

##### **a) Pengawasan langsung (direct control)**

Yang dimaksud dengan pengawasan langsung adalah apabila pimpinan organisasi melakukan sendiri pengawasan terhadap kegiatan yang sedang dijalankan oleh para bawahannya. Pengawasan langsung ini dapat terbentuk inspeksi langsung,

pengamatan tempat dan laporan tempat. Akan tetapi karena banyaknya kompleks tugas seorang pimpinan terutama dalam organisasi yang besar maka seorang pimpinan sering pula melakukan pengawasan yang bersifat tidak langsung.

b) Pengawasan tidak langsung ( indirect control)

Yang dimaksud dengan pengawasan tidak langsung adalah pengawasan dari jarak jauh. Pengawasan ini dilakukan melalui laporan yang disampaikan oleh para bawahan. Laporan tersebut dapat berbentuk tertulis dan lisan. Pengawasan bisa didefinisikan sebagai suatu usaha oleh manajemen bisnis untuk mempertimbangkan kinerja standar, rencana, atau tujuan yang telah ditentukan terlebih dahulu untuk menentukan apakah kinerja sejalan dengan standar tersebut dan untuk mengambil tindakan perbaikan yang diperlukan untuk melihat bahwa sumber daya manusia digunakan dengan seefektif dan seefisien mungkin didalam mencapai tujuan.

## 2) Tipe-tipe Pengawasan

Tipe-tipe pengawasan menurut T. Hani Handoko ialah:

- a) Pengawasan pendahuluan: dirancang untuk mengantisipasi masalah-masalah atau penyimpangan-penyimpangan dari standar atau tujuan dan memungkinkan koreksi dibuat sebelum sesuatu tahap kegiatan tertentu diselesaikan.

- b) Pengawasan umpan balik: pengawasan dari umpan balik mengukur hasil-hasil dari suatu kegiatan yang telah diselesaikan. Sebab-sebab penyimpangan dari rencana atau standar ditentukan, dan penemuan-penemuan diterapkan untuk kegiatan-kegiatan serupa yang akan datang.

#### **d. Karakteristik-karakteristik Pengawasan yang Efektif**

Untuk menjadi efektif, sistem pengawasan harus memenuhi kriteria-kriteria tertentu. Menurut Handoko kriteria-kriteria pengawasan efektif adalah sebagai berikut:

1. Akurat: informasi tentang pelaksanaan kegiatan harus akurat. Data yang tidak akurat dari sistem pengawasan dapat menyebabkan organisasi mengambil tindakan koreksi yang keliru atau bahkan menciptakan masalah yang sebenarnya ada.
2. Tepat waktu: informasi harus dikumpulkan, disampaikan dan dievaluasi secepatnya bila kegiatan perbaikan harus dilakukan segera.
3. Objektif dan menyeluruh: informasi harus mudah dipahami dan bersifat objektif serta lengkap.
4. Terpusat pada titik pengawasan strategis: sistem pengawasan harus memusatkan perhatian pada bidang-bidang dimana penyimpangan-penyimpangan dari standar paling sering terjadi atau yang akan mengakibatkan kerusakan paling fatal.

5. Realistik secara ekonomis: biaya pelaksanaan sistem pengawasan harus lebih rendah, atau paling tidak sama dengan kegunaan yang diperoleh dari sistem tersebut.
6. Realistik secara organisasional: sistem pengawasan harus cocok dan harmonis dengan kenyataan-kenyataan organisasi.
7. Terkoordinasi dengan aliran kerja organisasi: informasi pengawasan harus terkoordinasi dengan aliran kerja organisasi, karena:
  - a) Tiap tahap dari proses pekerjaan dapat mempengaruhi sukses atau kegagalan keseluruhan operasi
  - b) Informasi pengawasan harus sampai pada seluruh personalia yang memerlukan
8. Fleksibel: pengawasan harus mempunyai fleksibilitas untuk memberikan tanggapan atau reaksi terhadap ancaman ataupun kesimpulan dari lingkungan.
9. Bersifat sebagai petunjuk dan operasional: sistem pengawasan efektif harus menunjukkan, baik deteksi atau defiasi dari standar, tindakan koreksi apa yang seharusnya diambil.
10. Diterima para anggota organisasi: sistem pengawasan harus sampai mengarahkan pelaksanaan kerja para anggota organisasi dengan mendorong perasaan otonomi, tanggung jawab dan prestasi.

Guna mengukur tingkat efektifitas maka digunakan indikator pada tabel dibawah ini:

Tabel  
Kriteria Efektifitas

Persentase	Kriteria
>100%	Sangat Efektif
100%	Efektif
90-99%	Cukup Efektif
79-89%	Kurang Efektif
<75%	Tidak Efektif

Sumber: Mahmudi (2010; 143)

#### e. Fungsi Pengawasan

Fungsi Pengawasan adalah identifikasi berbagai faktor yang menghambat sebuah kegiatan, dan juga pengambilan tindakan koreksi yang diperlukan agar tujuan organisasi dapat tercapai. Fungsi dari pengawaasaan sendiri adalah:

1. Mempertebal rasa tanggung jawab dari pegawai yang disertai tugas dan wewenang dalam pelaksanaan pekerjaan.
2. Mendidik pegawai agar melaksanakan pekerjaannya sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan.
3. Mencegah terjadinya kelemahan dan penyimpangan agar tidak terjadi kerugian yang tidak diinginkan.
4. Memperbaiki kesalahan dan penyelewengan agar dalam pelaksanaan pekerjaan tidak mengalami hambatan dan pemborosan-pemborosan.

#### **f. Pengertian Pengawasan Pajak**

Proses pemungutan pajak memerlukan suatu sistem pengawasan yang baik menurut Mardiasmo “salah satu yang sangat penting dalam perpajakan adalah adanya pemeriksaan pajak oleh aparat pajak dalam mengawasi kepatuhan wajib pajak”. Seperti halnya manajemen, pentingnya tindak pengawasan terhadap pelaksanaan pajak tidak luput dari pentingnya itu sendiri, yaitu untuk mencegah penyimpangan dan penggelapan pajak yang dapat merugikan. Dengan adanya pengawasan pajak, diharapkan penyimpangan dan penggelapan pajak tersebut dapat diminimalisir.

### **5. Efektivitas Penerimaan Pajak dan Indikator Efektivitas**

#### **a. Efektivitas Penerimaan Pajak**

Setiap organisasi menginginkan agar semua pegawai dapat bekerja sesuai dengan program kerja yang telah ditetapkan dan dapat tercapai tepat pada waktu yang telah ditentukan. Hasil pekerjaan yang dicapai sesuai dengan yang telah ditargetkan adalah efektif karena keberhasilan suatu organisasi pada umumnya diukur dengan efektivitas.

Kemudian Steer memberikan batasan pengertian efektivitas sebagai berikut: efektivitas adalah pengukuran dalam artian sejauh mana organisasi melaksanakan tugasnya atau mencapai semua sasaran dilihat dari jumlah kualitas dari jasa yang dihasilkan berdasarkan waktu yang telah ditentukan.

Pada dasarnya efektivitas itu adalah suatu pekerjaan yang dilakukan secara tepat waktu dan tepat sasaran. Kemudian Siagian mengemukakan sebagai berikut: efektivitas yaitu penyelesaian pekerjaan tepat pada waktu yang telah ditetapkan.

Artinya, apakah pelaksanaan suatu tugas dinilai dengan baik atau tidak sangat tergantung pada bilamana tugas tersebut diselesaikan, dan tidak terutama menjawab pertanyaan bagaimana cara melaksanakannya dan berapa biaya yang dikeluarkan untuk itu.

Dari defenisi-defenisi diatas dapat disimpulkan efektivitas adalah suatu keadaan yang dicapai oleh organisasi dalam upaya mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

#### **b. Indikator Efektivitas Penerimaan Pajak**

Mengingat keanekaragaman pendapat mengenai sifat dan komposisi dari efektivitas pada suatu organisasi, maka tidaklah mengherankan jika terdapat sekian banyak pertentangan pendapat sehubungan dengan cara-cara meningkatkan efektivitas kerja ini dalam suatu organisasi.

Adapun ukuran-ukuran untuk mengukur efektivitas, Siagian mengemukakan ukuran-ukuran efektivitas sebagai berikut:

1. Ukuran waktu, yaitu berapa lama seorang yang membutuhkan jasa untuk memperolehnya.
2. Ukuran harga dalam arti berapa besar biaya yang harus dikeluarkan untuk memperoleh jasa yang dibutuhkannya itu.
3. Ukuran nilai-nilai sosial budaya dalam arti cara penghasil jasa menyampaikan produknya kepada kliennya.
4. Ukuran ketelitian menunjukkan apakah jasa yang diberikan akurat atau tidak.

Selain itu, menurut Steer mengemukakan kriteria untuk mengukur efektivitas sebagai berikut:

- 1) Keseluruhan prestasi
- 2) Produktivitas
- 3) Kepuasan kerja pegawai
- 4) Kemampuan berlabar
- 5) Pencarian sumber daya

Penelitian juga mengungkapkan ukuran-ukuran untuk mengukur efektivitas, Dharma mengemukakan ukuran-ukuran efektivitas sebagai berikut:

- 1) Standar waktu, yaitu merupakan pengukuran ketepatan waktu untuk jenis khusus pengukuran kuantitatif yang menentukan ketepatan waktu penyelesaian suatu pekerjaan.
- 2) Jumlah hasil kerja, yaitu jumlah kerja merupakan pengukuran kuantitatif melibatkan perhitungan keluaran dari proses atau pelaksanaan kegiatan. Hal ini berkaitan dengan jumlah keluaran yang dihasilkan.
- 3) Mutu hasil kerja, yaitu merupakan pengukuran kuantitatif keluaran mencerminkan pengukuran ketidakpuasan yaitu seberapa baik penyelesaian hal ini berkaitan dengan bentuk keluaran.

## **5. Tinjauan Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu lainnya yang berhubungan dengan pendapatan asli daerah disajikan pada tabel 2.1

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

<b>Nama Peneliti</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Sumber</b>
Anneke Wangkar (2012)	Analisis potensi dan efektivitas pajak reklame di kota Bitung	Penerimaan pajak reklame kota Bitung berhasil mencapai target dan paling signifikan ada pada tahun anggaran 2011	UNIVERSITAS SAM RATULANGI VOL 15 NO 4
Nio Anggun Sripradita (2014)	Analisis Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Asli Daerah ( Study Dinas Pendapatan Kab. Kediri)	Pajak di Kabupaten Kediri memiliki potensi yang cukup besar dibandingkan jenis pajak daerah lainnya.	UNIVERSITAS BRAWIJAYA Vol 1 No.1
Dwi Anggraini	Analisis Potensi	Potensi Pajak Reklame di	UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH

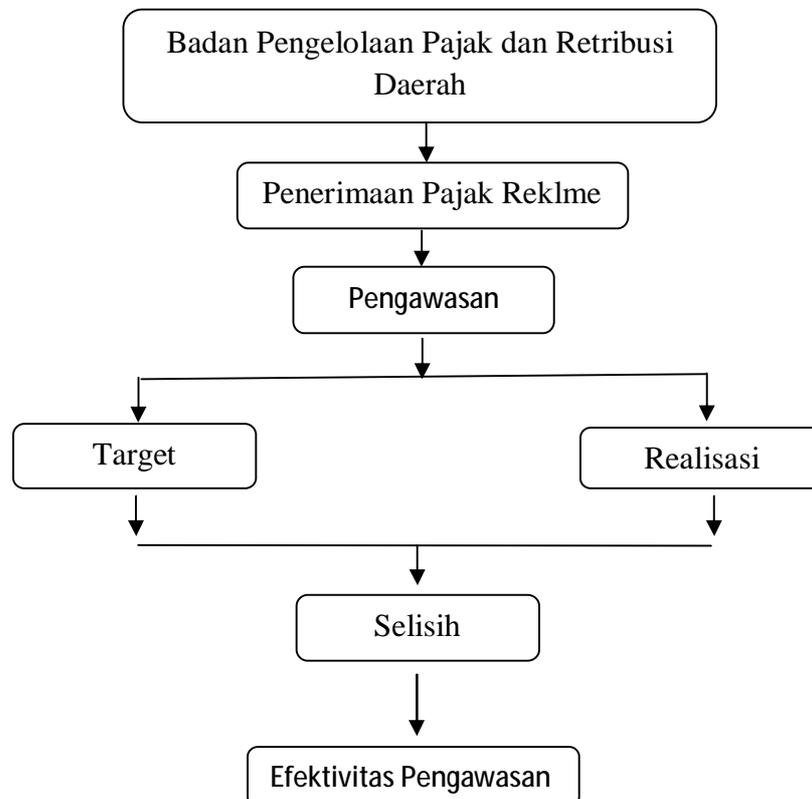
(2014)	Penerimaan Pajak Reklame Dan Efektivitas Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah	Kabupaten Jepara belum tercapai secara optimal.	SURAKARTA
--------	--	---	-----------

### **B. Kerangka Berfikir**

Potensi Pajak Reklame adalah segala kemampuan yang dimiliki pajak reklame untuk menjadi sumber penerimaan bagi suatu daerah, sehingga pajak reklame dapat pula dikatakan sebagai target penerimaan pajak reklame yang telah ditetapkan oleh Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan berdasarkan hasil perhitungan yang akan dicapai dalam suatu periode. Target dan realisasi penerimaan pajak reklame yang menjadi pedoman untuk melihat potensi yang diberikan pajak reklame pada Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan. Selain itu untuk melihat potensi pajak reklame peneliti juga menghitung efektivitas pajak reklame. Efektivitas merupakan hubungan antara keluaran dengan tujuan atau sasaran yang harus dicapai. Dikatakan efektif apabila proses kegiatan mencapai tujuan dan sasaran akhir kebijakan. Semakin besar output yang dihasilkan terhadap pencapaian dan sasaran yang ditemukan, maka semakin efektif proses kerja suatu unit organisasi. Efektivitas pajak reklame akan diperoleh jika realisasi penerimaan pajak daerah Kota Medan yang dipungut

oleh Badan Pengelolaan Pajak Dan Retribusi Daerah Kota Medan yang mencapai target atau setara dengan target yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Selisih dari target dan realisasi penerimaan pajak reklame yang akan menjadi pedoman peneliti untuk melihat sudah efektif atau tidak penerimaan pajak reklame pada Badan Pengelolaan Pajak Dan Retribusi Daerah Kota Medan.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti dapat menggambarkan kerangka berfikir dalam penelitian “Analisis Penerimaan dan Efektivitas Pengawasan Pajak Reklame di Kota Medan” sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif, karena memanfaatkan teori yang ada sebagai bahan penjas, agar dapat ditarik kesimpulan. Pengertian metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain.

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

Defenisi operasional yang dilakukan bertujuan untuk mempermudah pemahaman dalam penelitian. Adapun defenisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pajak Reklame adalah biaya atas penyelenggaraan reklame yang dibuat berdasarkan kebijakan dari pemerintah daerah yang dibebankan kepada penyelenggara untuk meningkatkan penghasilan daerah tersebut.
2. Potensi .adalah sebuah kemampuan dasar yang dimiliki yang dimiliki dan sangat mungkin untuk dikembangkan..
3. Efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas dan waktu) yang telah tercapai dimana makin besar persentase target yang dicapai semakin tinggi efektivitasnya

### C. Tempat dan Waktu Penelitian

#### 1. Tempat Penelitian

Dalam pengumpulan data yang dibutuhkan untuk menyelesaikan penelitian ini, maka yang menjadi tempat penelitian adalah Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan, yang bertempat di jalan Abdul Haris Nasution No. 32 Medan telp (061)4517556.

#### 2. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian dimulai bulan februari tahun 2017 adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.1**

**Rincian dan Waktu Penelitian**

No	Kegiatan Pelaksanaan	Waktu Penelitian															
		Januari				Februari				Maret				April			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Prariset	■	■														
2	Pembuatan Proposal			■	■												
3	Bimbingan Proposal				■	■	■	■									
4	Seminar								■								
5	Penyusunan Skripsi									■	■	■	■				
6	Bimbingan Skripsi										■	■	■				
7	Sidang Meja Hijau													■			

## **D. Jenis dan Sumber Data**

### **1. Jenis Data**

Dalam menyelesaikan penelitian ini, penulis menggunakan 2 jenis data yaitu:

- 1) Data kuantitatif, yaitu merupakan data yang berbentuk bilangan atau nominal. Data yang berupa target dan realisasi pajak reklame.
- 2) Data kualitatif, yang merupakan serangkaian informasi yang berasal dari hasil penelitian berupa fakta-fakta verbal atau keterangan-keterangan dari wawancara diobjek penelitian.

### **2. Sumber Data**

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis menggunakan dua sumber data yaitu, Data Sekunder merupakan data yang diambil dari catatan atau sumber lain yang telah ada dan yang sudah diolah oleh pihak ketiga. Dalam penelitian ini data sekunder yang dikumpulkan adalah data realisasi dan target penerimaan pajak reklame.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi, yaitu dengan cara mengumpulkan data sekunder yang terdokumentasi pada Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan.

## **F. Teknik Analisa Data**

Teknik analisis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yaitu pendekatan akuntansi yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data, mengklasifikasikan data, menjelaskan data, menginterpretasikan data, serta menganalisis data sehingga memberikan informasi dan gambaran tentang variabel yang diteliti.

Adapun tahapannya adalah sebagai berikut:

1. Mengumpulkan data yang berkaitan dengan pajak reklame pada objek penelitian yaitu BadanPengelolaanPajakdanRetribusi Daerah Kota Medan.
2. Menghitung dan membandingkan data yang diperoleh dengan teori yang telah diungkapkan berdasarkan klasifikasi kriteria penerimaan dan efektivitas pengawasan.
3. Menganalisis data yang diperoleh dari hasil perbandingan dan perhitungan untuk memberikan keterangan mengenai potensi dan tingkat efektivitas.
4. Menarik kesimpulan penelitian.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil penelitian**

Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan tentang data pajak reklame baik bersarkan dokumentasi maupun wawancara. Peneliti menemukan beberapa masalah yang patut diteliti yaitu tidak tercapainya target penerimaan pajak reklame masih di bawah kata efektivitas. Sehingga perlunya dilakukan pengawasan yang efektif agar mengurangi terjadinya penyimpangan-penyimpangan dalam penerimaan pajak reklame.

Untuk mengetahui hasil penelitian tentang Efektivitas Pajak Reklame dapat di lihat dari tabel berikut :

Tabel IV-<sup>1</sup>

## Tingkat Efektivitas Pajak Reklame

## Kota Medan 2014-2017

No	Tahun	Realisasi Penerimaan	Target	Efektivitas %	Interprestasi
1	2014	6.998.831.867	-	100%	Efektif
2	2015	9.282.185.619,25	29.256.425.000	31,72%	Tidak Efektif
3	2016	12.591.242.919	19.304.000.000	65,22%	Tidak Efektif
4	2017	18.486.827.638	19.304.000.000	95,77%	Cukup Eektif

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

Pada tahun 2014 efektivitas pajak reklame memiliki presentase 100% dikarenakan pada tahun 2014 Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan belum menetapkan target pajak dikarenakan pada tahun tersebut pengelolaan pajak reklame dialihkan ke Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan yang pada tahun sebelumnya dikelola oleh Dinas Pertamanan Kota Medan. Pada tahun 2015 realisasi meningkat sebesar Rp 9.282.185.619,25, tetapi efektivitas sangat rendah karena pada tahun 2015 Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan sudah menetapkan target penerimaan sebesar Rp 29.256.425.000. Pada tahun 2016 realisasi pajak reklame sebesar Rp 12.591.242.919 dengan target peneriman sebesar Rp 19.304.000.000. Dan pada tahun 2017 realisasinya sebesar Rp 18.486.827.638 dan target penerimaan masih sama sebesar Rp 19.304.000.000.

## **B. Pembahasan**

### **1. Proses Pengawasan Pajak Reklame Pada Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan.**

Pengawasan merupakan suatu kegiatan yang tidak dapat diabaikan karena sangat menentukan didalam proses pencapaian tujuan organisasi. Menurut Sastrohadiwiryana menyatakan bahwa “ pengawasan merupakan suatu proses dan rangkaian kegiatan untuk mengusahakan agar suatu pekerjaan dapat dilaksanakan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan dan tahapan yang harus dilalui. Pengawasan mutlak diperlukan agar dalam pelaksanaannya seminimal mungkin dapat dihindari segala ketimpangan dari apa yang telah disusun sebelumnya.”

Adapun proses pengawasan yang ditetapkan oleh Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan adalah sebagai berikut:

#### **1) Menentukan Target Penerimaan Pajak Reklame**

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

#### **2) Pengawasan Pembayaran SPTPD**

Menerbitkan surat teguran kepada wajib pajak dan yang terlambat melaporkan pajaknya. Pengawasan pembayaran SPTPD ini dilakukan 1 bulan sekali.

3) Penentuan Pengukuran Pelaksanaan Kegiatan Pemeriksaan (Intensifikasi dan Ekstensifikasi)

Melakukan kegiatan pemeriksaan setiap 3 bulan sekali terhadap wajib pajak untuk mengawasi adanya kecurangan atau kebocoran.

4) Pengukuran Pelaksanaan Kegiatan Pemantauan Terhadap Wajib Pajak Dengan Terjun Langsung Ke Lapangan.

Melakukan pemantauan terhadap wajib pajak baru maupun wajib pajak yang sudah ditutup. Dan bertugas menerbitkan surat teguran kepada wajib pajak yang belum melaporkan pajaknya.

5) Membandingkan kegiatan pemantauan dan pemeriksaan dengan target yang telah ditetapkan dan menganalisis penyimpangan yang terjadi.

Setelah diadakannya pemantauan secara langsung kemudian membandingkan dengan target yang telah ditetapkan, maka dapat dilihat penyimpangan yang terjadi yang menyebabkan target tidak dapat dicapai, hal tersebut di karenakan adanya wajib pajak yang tidak patuh pada aturan perpajakan yang berlaku, adapun identifikasi penyebab-penyebab terjadinya penyimpangan adalah sebagai berikut:

- a. Masih ditemukan wajib pajak yang tidak melaporkan pembayaran tidak sesuai omset yang sebenarnya.
- b. Masih ada wajib pajak yang menyampaikan Surat Pemberitahuan Pajak Daerah (SPTPD) tidak tepat waktu.

- 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. Adanya kebocoran.
- f. Masih ada wajib pajak yang tidak melaksanakan pembayaran tidak sesuai dengan nilai yang tercantum dalam Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD)
- g. Terdapat wajib pajak yang menutup usahanya tanpa pemberitahuan.

Setelah terjadi penyimpangan, kemudian Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan meningkatkan pengawasan, diantaranya adalah:

1. BPPRD meningkatkan pengawasan terhadap setiap wajib pajak yang beroperasi di daerah Kota Medan.
2. 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.
3. Membentuk tim terpadu penegak Peraturan Daerah terhadap tempat-tempat usaha dalam rangka peningkatan penerimaan pajak di Kota Medan. Tim ini bertugas:
  - a. Meneliti izin usaha yang dimiliki oleh usaha perseorangan dan badan usaha.
  - b. Meneliti dan memeriksa surat/kwitansi pembayaran pajak dan retribusi kepada pemilik usaha apakah telah membayar

atau terdapat tunggakan-tunggakan atau penyimpangan-penyimpangan yang dilakukan oleh usaha perseorangan atau badan usaha.

Memberikan sanksi yang tegas kepada pemilik usaha yang tidak dapat melunasi atau adanya tunggakan-tunggakan sesuai dengan ketentuan berlaku.

## 2. Efektivitas Pajak Reklame

Setelah data diuraikan maka dapat dilakukan perhitungan tingkat efektivitas pajak reklame pada Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan. Adapun formula efektivitas diuraikan dalam table sebagai berikut.

**Tabel IV-2**

### Formula Perhitungan

	<b>Kriteria Persentase</b>	<b>Formula</b>
Analisis Efektivitas berdasarkan Realisasi dan Target Pajak Reklame	>100% sangat efektif =100% efektif <100% tidak efektif	$\frac{\text{Realisasi penerimaan pajak reklame}}{\text{Target penerimaan pajak reklame}} \times 100\%$

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa tahun 2015 dan 2016 efektivitas pajak reklame tidak mencapai standart 100% yang dinyatakan belum efektif menurut teori Garry A.C Dotulang yang menyatakan bahwa efektivitas bertujuan untuk mengukur rasio keberhasilan. Semakin besar rasio keberhasilan

maka semakin efektif. Standar minimal rasio keberhasilan adalah 100% atau 1(satu) dimana realisasinya sama dengan target yang telah ditentukan. Rasio dibawah standar minimal keberhasilan dapat dikatakan tidak efektif. Ketidakefektifan pajak reklame ini dikarenakan masih adanya wajib pajak yang belum patuh dalam membayar pajak dan kurangnya sosialisasi pada wajib pajak tentang pentingnya membayar pajak. Hal ini berpengaruh pada rendahnya penerimaan pajak reklame.

Pada tahun 2014 penerimaan pajak reklame sebesar 6.998.831.867 dan belum ada target dalam penerimaan pajak reklame. Pada tahun 2015 peningkatan penerimaan pajak reklame meningkat sebesar 9.282.185.619,25 tetapi persentasenya efektivitasnya sangat rendah dikarenakan Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan sudah menetapkan target sebesar 29.256.425.000 dan persentasenya sebesar 31,72%. Persentasenya sangat rendah dari target yang telah ditetapkan oleh Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan.

Pada tahun 2016 tingkat efektivitas mengalami peningkatan cukup baik dibanding pada tahun 2015 menjadi 65,22% tetapi belum efektif dikarenakan peningkatan penerimaan pajak reklame sebesar 12.591.242.919 dan target penerimaan sebesar 19.304.000.000. Target penerimaan mengalami penurunan dari tahun 2015 sebesar 29.256.425.000.

Pada tahun 2017 tingkat efektivitas mengalami peningkatan sangat baik dibanding pada tahun 2016 menjadi 95,77% cukup efektif dikarenakan peningkatan penerimaan pajak reklame sebesar 18.486.827.638 dengan target penerimaan yang masih sama yaitu sebesar 19.304.000.000.

Berdasarkan hasil analisis perhitungan pajak reklame di Kota Medan selama tahun 2014-2017 diketahui bahwa penerimaan pajak reklame cukup besar dilihat dari jumlah WP pajak reklame di Kota Medan, tetapi tingkat efektifitasnya masih rendah karena masih rendahnya penerimaan pajak reklame setiap tahunnya. Ini menunjukkan bahwa Pemerintah Kota Medan masih belum optimal/maksimal dalam menggali potensi pajak reklame yang ada sehingga realisasinya justru pajak reklame di Kota Medan termasuk pajak yang mempunyai efektifitas yang kecil dalam penerimaan daerah.

Efektivitas pajak reklame yang ada dengan realisasi penerimaan pajak reklame yang terjadi sangat memprihatinkan dan menjadi permasalahan yang cukup konkrit sebenarnya bagi Kota Medan karena penerimaan ini pada nantinya juga akan menyangkut pembiayaan yang dilakukan. Selain itu berdasarkan tabel IV-1 di atas dapat dilihat bahwa realisasi pajak reklame terhadap target pajak reklame yang ditetapkan pemerintah masih belum bisa dikatakan efektif. Ini adalah suatu fakta bahwa terdapat potensi pajak reklame yang sangat besar sekali nilainya dan selama ini pemerintah seperti kurang memahami adanya potensi ini.

Efektivitas pajak reklame yang terjadi di Kota Medan juga menunjukkan angka yang sangat memprihatinkan. Nilai efektifitas pajak reklame mengalami penurunan dari tahun 2015 ke tahun 2017 yang tingkat persentasenya tidak melebihi 100% setiap tahunnya. Ini menunjukkan bahwa aktivitas pemungutan pajak reklame di Kota Medan masih belum efektif. Jadi rasio antara realisasi penerimaan pajak reklame yang terjadi dengan potensi pajak reklame yang bisa dikatakan berhasil hanya pada tahun 2014. Efektif atau tidaknya aktivitas

pemungutan pajak reklame ini juga sangat bergantung kepada fiskus(pemungutan pajak) serta peran Pemerintah Daerah terkait.

### **1. Faktor-faktor Yang Menyebabkan Belum Tercapainya Target Pajak Reklame Pada Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan**

Sesuai hasil wawancara yang dilakukan peneliti terhadap beberapa pegawai Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan diketahui bahwa faktor-faktor yang menyebabkan belum tercapainya pajak reklame pada Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan yaitu sebagai berikut:

- a. Masih kurangnya kesadaran Wajib Pajak dalam membayar Pajak Reklame.
- b. Penyalahgunaan wewenang oleh oknum petugas dalam pembayaran pajak reklame oleh wajib pajak.
- c. Kurangnya pendataan terhadap reklame-reklame yang dikelola oleh Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan.

Untuk mengantisipasi kendala-kendala tersebut, BPPRD berupaya menyusun strategi dalam pencapaian target penerimaan pajak reklame sebagai berikut:

- a. Mendata setiap reklame dan WP terkait. Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan juga memberikan Surat Himbauan Kepada WP reklame.

- b. Menghimbau para WP reklame untuk langsung membayarkan pajak reklame secara langsung tidak melalui calo ataupun pegawai BPPRD.
- c. Mendata ulang izin pemasangan reklme dan mendata langsung kelapangan reklame yang sudah dipasang. Jika ada reklame yang tidak memiliki izin pemasangan atau memasang reklame pada tempat-tempat yang dilarang oleh Undang-Undang maka Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan akan menyarankan mengurus kembali izin pemasangan reklame dan menindak reklame yang melanggar peraturan yang dikeluarkan oleh Pemerintah.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pada analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Realisasi penerimaan pajak reklame yang belum terealisasi karena wajib pajak yang tidak jujur dalam pembayaran pajaknya atau tidak benar dalam melaporkan kegiatan usahanya baik mulai operasi maupun pelaporan keuangan secara benar seperti pembayaran yang tidak sesuai dengan nilai yang tercantum dalam Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD) dan adanya kebocoran.
2. Mekanisme pengawasan pemungutan pajak di Kota Medan sudah sesuai dengan Perda yang ada, fungsi kerja aparatur pelaksana juga sudah memenuhi criteria serta tugas yang diemban para aparatur pelaksana pengawasan. Akan tetapi pelaksanaan pengawasan yang dilakukan oleh BPPRD Kota Medan belum memberikan dampak yang baik, karena pelaksanaan pengawasan masih sering terdapat kendala-kendala yang belum dapat diatasi sehingga menyebabkan pengawasan tidak efektif. Terdapat kendala-kendala yang dialami oleh BPPRD Kota Medan dalam melakukan pengawasan yang disebabkan oleh wajib pajak.
3. Penerimaan pajak reklame masih kurang efektif, karena penerimaan pajak reklame setiap tahunnya tidak mencapai target yang telah ditetapkan. Dimana pada tahun 2015 efektivitas pajak reklame sangat rendah yaitu sekitar 31,72%, sedangkan tingkat efektivitas menurut teori Garry A.G dkk, 2014 (dalam jurnal Universitas Sam Ratulangi Manado) yang menyatakan bahwa efektivitas bertujuan untuk mengukur rasio keberhasilan. Semakin besar rasio keberhasilan

maka semakin efektif. Standar minimal rasio keberhasilan adalah 100% atau 1(satu) dimana realisasinya sama dengan target yang telah ditentukan. Rasio dibawah standar minimal keberhasilan dapat dikatakan tidak efektif. Pada tahun 2016 penerimaan pajak reklame meningkat sebesar 65,22% tetapi tidak mencapai target yang telah ditetapkan oleh pemerintah setiap tahunnya. Dan pada tahun 2017 penerimaan pajak reklame meningkat menjadi 95,77% dan cukup efektif untuk tahun 2017.

## **B. Saran**

Dari berbagai kesimpulan yang telah di rangkum diatas, sebagai masukan bagi Pemerintah Daerah Kota Medan dalam upaya peningkatan penerimaan pajak reklame, maka dapat disarankan sebagai berikut:

1. Diharapkan Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan dan DPRD Kota Medan dapat lebih teliti menerapkan perencanaan untuk menentukan target pajak reklame sesuai dengan potensi yang ada di Kota Medan.
2. Diharapkan Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan lebih meningkatkan pengawasan terhadap pendataan wajib pajak sehingga tidak terjadi kebocoran atau tidak sesuai pembayaran pajak dengan pendapatan yang di dapatkan oleh pengusaha tersebut.
3. Diharapkan Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan melakukan sosialisasi pada wajib pajak tentang pentingnya membayar pajak. Serta memberikan pembelajaran tata cara pembayaran pajak yang dengan harapan wajib pajak semakin mengerti cara pengurusan izin pajak reklame.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Syahrir Maulana,(2007),”*Analisis Potensi Pemungutan Pajak Reklame ` Dalam Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kota Palu*”
- Aneke Wangkar,(2012),”*Analisis Potensi Dan Efektivitas Pajak Reklame di Kota Bitung*”
- Davey,(1998),”*Kriterian Penilaian Potensi Pajak Daerah*”
- Dharma,(1998),”kriteria mengukur Penerimaan Pajak
- Gary A.G,dkk,(2014),”*Analisis Potensi Penerimaan Dan Efektivitas Pajak Restoran Di Kabupaten Minasa Utara*”,Jurnal Univ.Samaratunggi,Manado
- Halim(2004), “teori perhitungan efektivitas”  
<http://www.google.co.id/search?H=Id&Ie=ISO-8859-1&q=teori+efektivitas+pemungutan+pemungutan+pajak+>. Diakses pada tanggal 18 april 2017.
- Handoko, (2012:273), “Kriteria-kriteria pengawasan efektif”
- Indra Bastian (2006: 274) “teori efektivitas penerimaan pajak”  
<http://www.google.co.id/search?H=Id&Ie=ISO-8859-1&q=teori+efektivitas+pemungutan+pemungutan+pajak+>. Diakses pada tanggal 18 april 2017.
- Mahmudi, 2010: 143,”*Analisis Laporan Keuangan Pemerintah Daerah: Panduan Bagi Eksekutif, DPRD Dan Masyarakat Dalam Pengambilan Keputusan Ekonomi, Sosial Dan Politik*”,Edisi 2.Jakarta: UPP STIM YKPN.
- Mardiasmo, (1996:13), “Sistem pengawasan pemungutan pajak yang baik  
(2002), “teori efektivitas”  
<http://www.google.co.id/search?H=Id&Ie=ISO-8859-1&q=teori+efektivitas+pemungutan+pemungutan+pajak+>. Diakses pada tanggal 18 februari 2018.
- Mardiasmo, (2003), “Fungsi-fungsi Pajak”  
(2004:143).”*Perpajakan*”.EdisiRevisi XVII 2013, Yogyakarta: Penerbitan Andi.
- PERDA KOTA MEDAN NO.11 TAHUN 2011 “*Tentang Pajak Reklame*”
- PERWAL NO.17 TAHUN 2014 “*tentang petunjuk teknis pelaksanaan*”

Richard Steers (Abdul Halim 2004: 166) “pengertian efektivitas”

<http://www.google.co.id/search?H=Id&Ie=ISO-8859-1&q=teori+efektivitas+pemungutan+pemungutan+pajak+>. Diakses pada tanggal 18 april 2017.

Sastrohadiwirya, (2003:26), “Pengertian Pengawasan ”

Siagian, (1997), “Teori tentang ukuran-ukuran efektivitas”

Simbolon, (2004:62), “Pengawasan bertujuan agar hasil pelaksanaan pekerjaan diperoleh secara efisien dan efektif sesuai rencana yang telah ditentukan sebelumnya”

Soemitro, 2002, “*Teori Perpajakan Dan Kasus*”.

<http://www.artikelsiana.com/2015/02/pengertian-pajak-definisi-para-ahli-pajak.html>. Diakses pada tanggal 30 Januari 2017.

Steer, (1985:206), “Teori tentang efektivitas”

Sudarsono, 1994, “*Aturan Beamaterai Dan Kebijakan Pajak*”

<http://www.artikelsiana.com/2015/02/pengertian-pajak-definisi-para-ahli-pajak.html>. Diakses pada tanggal 30 Januari 2017.

T. Hani Handoko, (2002:361), “Tipe-tipe Pengawasan”

Undang-undang No.28 Tahun 2007 Pasal 1, “Teori Tentang Pajak”